



洛阳 谱写新文旅产业 高质量发展新篇章



近日,2023洛阳河洛文化旅游节落幕。来自河南省洛阳市文化广电和旅游局的数据显示,节会举办期间,洛阳共接待游客1290.14万人次,旅游收入110.04亿元。

翻开洛阳的旅游地图,一个个景区尽显热度——在龙门石窟,游客云集,世界文化遗产的魅力让人沉醉;在洛邑古城,黛瓦楼阁,古色古香,游人身穿汉服打卡拍照;在老君山,峰峦叠嶂,景色万千,游客陶醉山水间……

数据也印证了洛阳文旅市场的火热——

美团数据显示,今年中秋国庆假期前6天,洛阳上榜全国十大热门旅游城市,旅游消费订单量位居全省、全国前列。

洛阳“汉服热”持续升温。今年以来,借力“洛阳汉服”火爆出圈之势,洛阳谋划开展了汉服文化月、汉服博览会、汉服设计周等活动,将汉服元素融入文旅业态,拉长产业链条,做大做强汉服经济。

洛阳文旅缘何这么火?在新文旅发展理念带动下,洛阳坚持以文塑旅、以旅彰文,守正不守旧、复古不复古,全面实施文旅文融合战略,突出“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”的理念,走出一条独具特色的新文旅产业发展之路。

传统文化与新奇创意“碰撞”,推动传统文化的时尚表达、厚重文化的现代转化。

在洛阳各大景区、博物馆附近,经营文创产品的店铺人气十足。不少游客表示,虽然带不走洛阳的名胜古



迹,但是可以把带有文化符号的文创产品“打包带走”。从考古盲盒、博物馆盲盒、拓片盲盒,到洛城书签、非遗香囊、牡丹雪糕,一件件文创产品在创意的加持下更好地讲述“洛阳故事”,“圈粉”年轻人。

抓“沉浸式体验”风口 加快传统产业向沉浸式产业转型

傍晚时分,漫步洛阳市洛邑古城景区,身穿汉服的游人,罗衣飘飘,团扇遮面,怡然漫步于青砖黛瓦之间、琴声悠悠之中。文峰塔旁、拱桥之上,一步一景,引得众人纷纷驻足拍照。

远赴人间惊鸿宴,一睹隋唐盛世颜。在洛阳的街头巷尾,随处可见的汉服让人不辨古今。“来一次洛阳、穿一次汉服”成为无数人的浪漫之约。

“汉服和洛阳的气质太搭了,在洛阳穿汉服,更有‘沉浸’味道。”河北游客吕婷对到洛阳体验汉服向往已久。今年中秋国庆假期,在隋唐洛阳城国家遗址公园,他们全家换上汉服,登阙楼看《唐宫夜宴》,沉浸式体验“唐代的一天”。

游客因汉服而来,又为新场景、新体验留下。走进隋唐洛阳城国家遗址公园,身着霓裳的舞娘裙裾翻飞,姿态灵动;步入洛水河套,孔子、老子与李清照、李白等各朝代“顶流”正在进行跨时空的对话……

沉浸式文旅体验是现阶段文旅产业发展的新风口。洛阳把握文旅产业新变化,着力丰富沉浸式文旅新业态,加快由“观光旅游”向“沉浸体验”转变,让广大游客沉浸其中、自得其乐。

以民宿度假、露营体验、休闲养生等为特点的乡村

旅居日益升温,成为文旅市场的新亮点。洛阳针对旅游市场便捷化、轻量化新业态、新变化,推出房车住宿、帐篷木屋、康养度假等新产品,吸引着越来越多游客享受乡村慢生活。

读万卷书,行万里路,研学旅游正成为文旅消费重要的增长点。洛阳持续推动研学旅游产业发展,打造“营地共建、资源共享”模式,推动沉浸式体验与研学旅游相结合,让学生在行万里路中读好万卷书。

“电竞+文旅”的跨界融合与业态创新,成为近年来文旅市场新亮点。近两年,洛阳推出电竞赛事、潮玩娱乐等特色文旅产品,洛阳文旅在与网游电竞的频频“邂逅”中,擦出了“火花”,成为文旅产业转型升级的创新尝试。

盯“年轻化消费”趋势 激发文旅消费新活力

夜幕降临,洛阳市老城区天心文化产业园内人气高涨。剧本体验馆内,年轻人换装汉服“穿越”回古代探案;茶馆内,市民相约听一场酣畅淋漓的相声……

围绕青年消费特点,这里打造的沉浸式体验等多维度文旅新业态,提升城市文化对青年的吸引力,激发文旅消费活力。

夜幕之下的洛阳广州市场步行街同样一派热闹景象,逛街购物、品尝美食、拍照打卡的游人络绎不绝。如



今,这里围绕精致餐饮、国潮文创、夜游集市、沉浸剧场等板块,打造了“夜游”“夜食”“夜娱”等夜间文旅新业态,不仅丰富了游客的旅游体验,也让这里成为洛阳新的“夜明珠”。

聚力打造青年友好型城市,洛阳围绕青年消费需求,着力推进“夜经济”发展,往来游客络绎不绝,推动古城文化与夜间休闲消费的深度融合,激发了文旅消费新活力。

依托旅游休闲街区,洛阳布局“夜游”“夜演”“夜娱”新业态。天心产业园、东方文创园等每天吸引大量年轻人打卡游玩,正大广场、丽景门等街头表演充满时尚气息。

针对年轻人便捷化、个性化的休闲需求,洛阳打造洛阳青年之家房车露营地等30多个露营地,围绕“吃、住、游、娱”,推出房车住宿、帐篷木屋、特色餐饮、露天电影等,让青年群体以高性价比体验到“向往的生活”。

结合丰富的历史文化资源,洛阳还将在洛邑古城、洛南里坊、西工小街等区域,打造一批主题鲜明的特色消费街区,布局一批符合年轻人需求的“蹲城部落”,举办神都展演季、青年街舞邀请赛、电音音乐节等活动,激发青年群体的消费热情,提升城市文旅竞争力。

如今在洛阳,各类文旅消费新产品、新场景不断涌现,为游客带来了全新体验,也让众多年轻人“心向往之”。

以“移动端传播”引流 用青春语言讲好“洛阳故事”

在今年7月举办的2023世界城市品牌大会上,“洛阳IP联动计划”入选大会“省域及城市品牌”优秀传播案例。

这些年,从《龙门金刚》到《风起洛阳》,再到《登场了!洛阳》,洛阳对电影、剧集、游戏等12个领域进行细分开发,率先构建了城市IP和内容平台合作的“洛阳IP宇宙”,实现洛阳文旅文创的出圈效应。

移动互联网时代,“掌上空间”日益成为文化消费引流入口。洛阳强化创意引领,坚持移动优先、视频为主、交互传播,以年轻人的方式讲好“洛阳故事”。

把移动端作为主要传播平台,洛阳与抖音、快手、新浪等社交媒体和平台合作,持续提升城市关注度,与携程、支付宝等消费支付平台合作,精准推送文旅产品信息。

把短视频作为主要传播载体,洛阳打破惯性思维,把创意内容与网上传播结合起来,运用青年话语体系和短视频等新媒体手段,形成热点话题,把洛阳的城市品牌传播出去。

为了把“流量”变为“留量”,洛阳还把提升文旅服务摆到更加重要的位置。通过增加航线航班、加开高铁车次、建设旅游公路、优化中转换乘服务等,让游客更好实现快进慢游;发展特色酒店、城市民宿、青年旅舍、房车营地等,构建多元化住宿体系;以景区、街区、片区为载体,合理布局餐饮、购物、娱乐等商业形态,打造一批文旅商综合体,更好满足游客消费需求;制定汉服体验、剧本娱乐等新文旅产业标准,加大市场监管力度,营造安全放心消费环境。

文旅文融合,产业出新出彩。洛阳市文化广电和旅游局相关负责人表示,洛阳将深入贯彻落实中央、省委关于文化和旅游工作的重大决策部署,按照“宜融则融、能融尽融、以文塑旅、以旅彰文”的思路,全面实施文旅文融合战略,探索千年古都的年轻化表达,以古都文化为底蕴,以文博资源为依托,以整座城市为载体,丰富业态空间、布局多元项目、重塑古都风貌,不断激活新文旅产业发展的“一池春水”。

走好新文旅产业发展之路,洛阳将乘势而上、御风而行,加快打造全国沉浸式文旅目的地,为推动文化繁荣、建设社会主义文化强国、建设中华民族现代文明贡献力量。

(戚帅华)



以“颠覆性创意”引领 古都洛阳持续火爆出圈

衣袂飘飘,诗意霓裳。中秋前夕,2023洛阳河洛文化旅游节暨第六届中原国际文化旅游产业博览会——汉服时尚设计周在洛阳正大国际广场开幕,上演了一场“潮越千年”的时尚大秀。

“洛姬”全息汉服开场秀、古画复原实景演艺《古代制衣——捣练图》、“二十四节气”主题汉服创意设计时装秀……以“颠覆性创意”为引领,开幕式演出高水准打造一场兼具古典美、时尚感、科技范的沉浸情景汉服秀,给观众带来穿越时空、古今辉映的震撼视觉享受。

耳目一新的表达创新,让千年古都“自带流量”。回首今年以来,洛阳文旅频频“出圈”,其背后靠的正是“人无我有,人有我新”的“颠覆性创意”。

40多个项目线上下单,《神都舆图》在线点亮、通关证书一键领取、话题互动实时参与……今年洛阳牡丹文化节期间,洛阳策划推出“神都奇幻志”全城剧本杀,串联了40个沉浸式剧本项目,把一座城市作为剧本载体,颇具新意。

在隋唐洛阳城与“武则天”“太平公主”“狄仁杰”一起破案,到广州市场步行街寻找失踪的宝物……无论在景区、牡丹园,还是商业街区,游客在洛阳随时可以“玩起来”。

颠覆想象的创意,带来“意想不到”的收益。这种全新的体验模式得到许多玩家认可,甚至有玩家专程从杭州、南京、成都等地赶来,他们随着冒险剧情不断深入,在奇幻之旅中感受洛阳悠久的历史文化和独特的城市魅力。

近年来,洛阳以“颠覆性创意”整合资源、打造产品,让

