

文旅深度融合 扬“青年衢江”英姿之华

近年来,浙江省衢州市衢江区在持续深化“五城”建设、加快打造“青年衢江”的高质量发展之路上阔步向前。

浙江省文化广电和旅游厅官方小程序“游浙里”2月影响力(点击量)数据显示,衢江区在衢州市、浙江省均排名前列。3月20日,文化和旅游部公布2024年全国“四季村晚”主场和示范展示点名单,衢江区全旺镇尹家村入选2024年全国春季“村晚”示范展示点。

一是发挥项目“引擎作用”,全周期释放项目价值。以青年游客需求为支点,围绕“年轻态、新玩法”进行创新,谋划“灰坪两头洞‘洞’见奇迹”“太真洞盗墓笔记密室逃脱”等文旅项目,做好“洞”文章,探索精品旅游新场景,打造衢北喀斯特洞穴探险游品牌。围绕“潮空间、新体验”全面推进,推动衢州海洋世界、姑蔑古国考古遗址博览园建设,以“爱在衢江”为内核,结合“青年衢江”城市文化定位,推进理想银泰城、东方YOUNG青年潮流街区、青年会客厅等项目建设,塑造活力商旅体验新空间。围绕“年轻力、新场景”强化运营,衢江区图书馆、文化馆、非遗馆将于2024年6月陆续开馆,届时将引入专业化运营,打造具有高辨识度的个性化、多样化、品质化新青年城市公共文化设施IP体系。

二是拓展平台“摇篮作用”,高质量打造孵化成果。全力推动,让直播赋能文旅“大展宏图”。投资约8000万元,

改造3.2万平方米的方舱医院、厂房,引入浙江天幕控股有限公司,依托平台经济,打造文创产品、乡村伴手礼等直播带货平台。通过直播学校培训、校企合作等途径,预计将在未来3年内培养相关行业从业人员2400人(800人/年)。全程支持,让短剧宣推衢江“大有作为”。投资约5亿元,总建筑面积约4万平方米,以“跟着短剧去旅行”为内核,打造“短视频超级工厂”,做强剧本制作、剧本审核、预算投资、决策投资、制作拍摄、成片评估、后期剪辑、上架推送的流水线短剧产业,形成产业闭环。预计基地年产出200至300部短剧,其中,爆款产出40至60部。全面配合,让青年电竞带火乡村“大显神通”。联合腾讯游戏、网易游戏等头部企业,引进国内外优秀电子竞技运动员、教练员等电竞人才落户衢江,打造集“游戏赛事+游戏世界观+地方特色”于一体的电竞产业街。3月9日,在全旺镇楼山后村、高家镇盈川村举办王者荣耀表演赛,共吸

引1.1万人参赛,赛事整体外宣合计曝光超3亿次,抖音、快手、微博、虎扑,新华网、人民网等53家媒体参与宣传,“青年衢江”话题在抖音、微博等主流平台上的总播放超1.6亿次。比赛期间,周边星级酒店入住率超过70%,住餐消费超40万元。

三是挖掘活动“造血能力”,多领域彰显引流效应。抓住关键点,聚焦青年个性,融合音乐、旅行、艺术、集市等多种生活方式元素。今年3月,举办“青春FUN衢江”百辆房车汇衢江系列活动,来自长三角地区的百辆房车汇聚衢江,3支房车车队分别沿着天脊龙门、药王山、盈川未来社区进行巡游,在诗路风光带上“观山青水碧,闻鸟语花香”,沉浸式感受衢江乡村的风韵魅力。突出闪光点,充分发挥精品赛事和文娱活动“撬动”人气流量,助推产业发展的重要作用。下一步,衢江区将高质量办好NBA球星邀请赛、环九龙湖自行车骑



2024年青年游衢江草坪音乐派对活动

行挑战赛等十大赛事活动,切实打响“跟着赛事去旅行”品牌。高规格办好衢江区“滨水音乐节”“青年衢江·艺路同心文艺赋美”等十大文化活动,努力让“好口碑”引来“回头客”。找准引爆点,加大在微信视频号、抖音号、小红书

等新媒体平台上的宣传和推广力度,提前谋划重大文旅活动的主题策划和设置,推出一批具有影响力的文旅精品线路,做好资源整合,助力青年城市品牌火热“出圈”。

(许蓉蓉 黄雪梅)

四川西昌：
盘活用好文旅资源品牌 释放文旅融合发展新动能

近日,“去唐园看夜景、去古城寻乡愁、打卡盛放的蓝花楹”成为四川省凉山彝族自治州西昌市旅游市场潮流出行“三件套”。2024年清明假期,西昌市共接待游客33.72万人次,实现旅游收入33045.3万元,同比2019年分别增长17.61%、24.56%。

位于川西南安宁河谷平原腹地的西昌,是全国县域经济百强县,文旅资源丰富,致力在文旅资源品牌保护利用方面谱写“大文章”。

建昌古城内,条条街巷将景点串珠成链。古城内有气势恢宏的亭台楼阁、檐牙翘角、重檐攒尖,工艺精细的古印刻石,典雅精致的木雕灰塑,也有鲜妍绚丽的金漆彩绘。漫步街区,移步换景,古色古香的建筑、各式各样的老行当吸引游客驻足打卡。

建平门下,涌泉街前,唐园里处处彰显古韵,让市民、游客的朋友圈里刮起了“最炫复古风”。“一走进这里,感觉自己穿越了,我的古城梦圆了。已经向朋友们‘安利了’西昌这座古韵十足的城市。”来自贵州的游客王梦佳是一名摄影爱好者,她在自己的朋友圈分享了一组在唐园景区拍摄的“到西昌走进盛唐”主题图景。

唐园景区入驻商家已达85%,其业态包含休闲娱乐、餐饮服务、生活服务、文博体验等。西昌充分利用文旅产业这一“金扁担”,让“风景”变“钱景”,有力撬动了文化遗产与“金山银山”的转化互促。

不仅如此,聚焦特色文旅品牌打造,西昌市以创建国家全域旅游示范区、天府旅游名牌为抓手,做强大凉

山国际戏剧节、邛海湿地国际马拉松赛等文旅品牌,策划推出古城文化节、湿地音乐节等特色文旅活动。通过特色的文旅品牌及多样的文旅活动,丰富服务业态,提升发展层次,拓展服务内容,激发西昌文化和旅游市场活力,促进文旅产业与相关产业深度融合发展。

当前,西昌市文旅资源品牌保护利用成果显著,已构建起“东有唐园、陈家大院,西有建川博物馆聚落,北有建昌古城,南有大石板古村群落”的全域旅游发展格局,发掘利用安宁河谷生态文化禀赋,充分发挥外溢效应,拓展西昌旅游产业高质量发展空间,打造西昌旅游转型升级新名片、新品牌、新亮点,不断释放文旅融合发展新动能。

(钟思思 杨倩婧)

四川洪雅县瓦屋山景区：
推进“厕所革命” 提升旅游环境 助力创建5A级景区

厕所是文明的尺度,也是景区公共服务中重要的一环。近年来,在四川省眉山市洪雅县深入推进“天府旅游名县”提升建设工作中,瓦屋山景区大力实施“厕所革命”行动,加快提升旅游厕所建设数量和等级,提高厕所管理维护能力,进一步提升了景区品质和旅游环境。

目前,瓦屋山核心景区内已建成旅游厕所26座,其中,3A级厕所1座、2A级厕所1座,有效解决了游客“如厕难”问题。同时,瓦屋山景区还积极探索利用新技术,在位于高山区域的11座厕所建设中采用了泡沫微生物环保技术,实现了泡沫封堵免水冲、微生物粪便自降解、智能控制冬季保温等功能。

每逢假日,瓦屋山景区都会迎来客流高峰,为解决高峰时段“男厕所人少,女厕所排队长”现象,景区增设中性移动厕所,让游客旅行更舒心、舒适。

旅游厕所建设既要有“面子”,也要有“里子”。瓦屋山景区的旅游厕所内都安装了高档干手器、不锈钢纸盒、挂衣钩、搁物板等人性化设施。同时,景区内还有19座旅游厕所建有第三卫生间,充分照顾老人、妇女、儿童、残障人士等游客群体需求。

同时,景区还在旅游厕所的墙壁上悬挂了瓦屋山优美的自然风光和珍稀动物图片,让游客在“方便”时也能领略到景区的美丽风景和良好的生态环境。

旅游厕所要建设好,更好管理好。瓦屋山景区建立了旅游厕所专项管理和环境卫生长效管理等机制,通过实行“一所一长、辖区管理、包干问责”,确保每一座厕所都有保洁员,确保每一座厕所都达到“有水、有纸、有隔板、有人管,无味、无垢、无损、无积水”的“四有四无”标准,为广大游客提供更加干净整洁的如厕环境。

洪雅县文化广播电视和旅游局相关负责人介绍,下一步,洪雅将以持续深化“天府旅游名县”提升建设和推进瓦屋山景区创建国家5A级旅游景区为要领,持续抓好“厕所革命”工作,进一步提升旅游公共服务水平。

(李迎军)

中国旅游报
CHINA TOURISM NEWS

公益广告



中国旅游新闻APP

文明旅游

文明赏花 / 请勿采摘