

## 新疆旅行商采购大会签约25亿元

本报讯(陈俊成)2025新疆旅行商采购大会近日在乌鲁木齐市举办。大会由新疆维吾尔自治区旅行社协会与新疆旅游服务行业协会联合主办,旨在发挥文化赋能、旅游带动作用,提升产品供给能力,丰富消费业态和场景,助力新疆文化和旅游产业高质量发展。

大会现场,新疆部分地区作文化和旅游推介,从壮美辽阔的自然景观到底蕴深厚的民俗文化,从特色各异的景区景点到丰富多样的旅游产品,全方位展示新疆文化和旅游资源的独特魅力。会上,主办方发布《新疆旅游行业诚信经营倡议书》,号召全疆涉旅行业企业守法诚信经营、热情

友善服务、提升服务品质、维护市场环境,做新疆好声音的传播者,为树立新疆良好口碑作出贡献。

大会期间,来自新疆内外的文化和旅游企业积极洽谈,签约金额达25亿元。新疆维吾尔自治区旅行社协会与霍城县漫心忘忧景区签订长期战略合作协议,预计每年将为景区引入10万人次游客;巴基斯坦旅游商品粉盐灯销售公司与多家国内旅行社达成采购意向,订单金额累计达200余万元。

大会期间还同步举办了旅游专业学生招聘会,吸引了12所疆内高校的1000多名学生参加。

## 山东抓实抓好非遗五大重点行动

本报讯(李晶媛)山东省非物质文化遗产保护工作会议近日在淄博召开。会议全面回顾山东省非遗保护工作成果,交流先进工作经验,安排部署下一阶段重点工作,推动非遗保护传承再上新台阶、再启新篇章。

会上,济南、东营、潍坊、胶州四市文化和旅游局,淄博市淄川区人民政府,齐鲁师范学院等6家单位代表围绕非遗品牌活动、区域性整体保护、非遗教育传承、非遗助力乡村振兴及理论研究等方面进行交流发言。其间,参会人员现场观摩了淄博市淄

川区、博山区的非遗工坊、非遗特色产业现场、非遗旅游体验基地等。

会议提出,做好2025年山东省非遗保护工作,要按照山东省委、省政府工作部署,锚定“走在前、挑大梁”,坚持系统性保护、可持续发展,抓实抓好保护提升、人才培育、助力消费、业态融合、传播普及五大重点行动,一体推动研究、保护、传承、利用、传播。

会议还邀请有关专家分别就非遗保护核心理念、非遗与旅游融合发展、非遗新媒体传播等内容进行专题辅导。

## 云南今年首趟银发旅游专列开行

本报讯(宋海燕)Y764次“金色年华·滇西漫游”银发旅游专列近日从昆明站驶出,朝着丽江进发,标志着云南2025年首趟银发旅游专列正式开行。

“金色年华·滇西漫游”银发旅游专列由中铁昆明局集团有限公司(简称国铁昆明局)携手中国旅游集团投资和资产管理有限公司(简称中旅资产)共同打造,以“五天四晚”的行程,将丽江、保山、腾冲3个目的地串联起来,推出“车上休憩+车下体验”的适老化旅游模式。

中旅资产有关负责人介绍,公司

对列车硬件设施与服务流程进行了全面系统升级。车厢内采用适老化家居设计,配备防滑扶手、智能温控照明系统,设置适老化无障碍设施与安全辅助设施,并组建了管家团队。针对银发群体的特点,公司制定专属服务流程与标准,致力于提供全方位、多维度且个性化的高品质旅游体验。

据介绍,下一步,国铁昆明局还将结合社会与游客需求,开行“花开四季·香”约云南“赏花专列、看球专列等,开发更多“慢旅行、深体验”的适老化线路,推动银发经济与区域协同发展。

## 奔跑旅游热 小城故事多

## 走进四川安岳 畅享“安柠石光”

□ 潘阳薇 本报记者 白骅

中国旅游研究院与马蜂窝近期联合发布《中国魅力小城旅游研究报告》,揭晓国内100座“值得去的小城”榜单,四川省资阳市安岳县以保存完好的各式佛像石窟入选榜单。

安岳县还有另一大特色。这里是世界五大柠檬主产区之一,种植柠檬已有近百年的历史,被誉为“中国柠檬之乡”。岩壁上的造像沉淀着岁月风华,田野间的金果跃动着时代音符,当这里建成成功“天府旅游名县”的时候,“安柠石光”这张名片,便成为安岳县更加闪亮的标识。

## 吸引力有多大——热点频现

安岳县位于四川盆地中部、成渝经济区腹心。近年来,安岳县大力推广石刻文化、发展乡村旅游,一批旅游项目有序推进。

穿行于安岳县圆觉洞、卧佛院、茗山寺、木门寺等地,不经意间,就能与千百年前的石刻造像实现“对话”。

2024年,随着国产游戏《黑神话:悟空》火爆,安岳县极具代表性的摩崖造像也越发出圈。借“悟空”之东风,安岳县推出系列主题文旅产品,诚邀各地游客开启一场“安柠石光”之旅。

“了解到《黑神话:悟空》在这里取景以后,我就打算带着孩子到安岳县过春节。”今年春节假期,来自贵州的游客张先生选择“跟着游戏去旅行”,沉浸式体验安岳石刻的独特魅力。

据统计,春节假期,圆觉洞、卧佛院、毗卢洞、华严洞累计接待游客超30万人次,其中圆觉洞景区单日游客量突破3万人次,同比增长334.29%。

如何服务好远道而来的客人,再让越来越多的“回头客”变为“回头客”?安岳县建立的“文化和旅游乡村

能人库”发挥了重要作用。

卧佛院景区所在的卧佛村,在“文化和旅游乡村能人”的带领下,乡村旅游发展如火如荼。“有带头人在,我们搞农家乐有什么不懂的就问,心里特别有底气。”卧佛村村民王平点赞道,他的农家乐在带头人的指导下增加了标准住宿、特色餐饮,上新了安岳特产陈列等,游客来了有吃有住,有东西可买,村民们也跟着吃上了旅游饭。

如今,卧佛院景区联动跑马滩水库,打造“石窟+水”八妙卧佛旅游区;石羊镇以“安柠石光”巴蜀文化体验区串联许黄玉故居与唐宋石窟,形成文旅融合示范带;乾龙镇推出“半山归园”高端民宿度假区,助力文旅融合发展;“魅力柠海”绵延不绝,造就风景旖旎、柠檬飘香的生态之城。

随着文旅产品不断上新、服务持续升级,安岳县以石刻为媒,在今年春节假期交出了一份亮眼的成绩单:接待游客量91.32万人次,同比增长11.2%,实现旅游收入2.77亿元,同比增长18%。

## 吸引力靠什么——升级体验

作为中华文明的重要组成部分,安岳石窟是唐宋石窟最集中的石窟群之一,摩崖造像达10万尊,摩崖石刻经文达40万字。安岳石刻“上承龙门,下启大足”,以“古、多、精、美、特”闻名。

近年来,资阳市先后颁布实施《资阳市安岳石刻保护条例》,成立安岳石窟研究院,设置专门文物保护资金,构建起市、县、乡、村和文保单位“五级”联动责任体系,因地制宜配置文物守护人、视频监控设备,建立起人防、技防、物防文物保护网。

目前,位于安岳县城南侧的安岳石窟数字展示中心项目主体已经落成,进

入外部灯光调试及内部装饰阶段,吸引不少市民游客前来打卡。相关负责人介绍,安岳石窟数字展示中心以AR、VR、Mapping投影等数字化、科技化形式,实现“场景与人”“人与内容”“内容与场景”三方互动。“项目预计于2025年5月开放,被定位为‘安岳旅游第一落脚点’,未来将让游客一站式、沉浸式、互动式体验石刻的奥妙,也将为安岳县域旅游高质量发展注入新动能。”

不仅如此,安岳石窟还通过各类活动“走”出深山,以数字展陈、实景微雕等形式,让最美紫竹观音的灵动之姿惊艳四方。通过打造安岳石刻文化IP,沉睡千年的石窟艺术成为当地旅游发展的金字招牌。

摘柠檬果、品柠檬茶、吃柠檬宴……走进安岳县宝森柠檬旅游区,游客可以在宝森度假中心、柠檬展示馆、世界柠檬品种博览园等特色打卡体验区解锁柠檬的无限可能。

一颗柠檬串起产业链,更撬动旅游大市场。如今,安岳县深耕“柠檬+”品牌,连续举办11届柠檬文化节、5届世界柠檬产业发展大会,以节为媒推动农旅融合。

“近年来,我们一直将‘石刻修心’与‘柠檬养生’深度融合,未来将以石窟数字展示中心为旅游首站,持续推出精品旅游线路,形成‘古韵与果香交织’的特色城市文旅品牌。”安岳县文化广播电视和旅游局局长李伶表示。

## 吸引力咋持久——联动共赢

一条条乡野观光游览路,串联起乡村的美丽图景;一个个文化厚重的卧佛石刻,镌刻出安岳县的金字招牌;一栋栋别致的民宿栖水而建,向游人讲述着“小而美”的故事。走进安岳县的乡村,

不难感受到旅游发展的澎湃活力。

在双龙街乡孔雀村桂花湖畔,一条风景优美的环湖健康步道,进一步盘活了安岳县文化和旅游资源。“我们将在沿途布局露营地、垂钓点及水上娱乐项目等,预计能为村集体每年增收10万元左右。”双龙街乡党委书记李昌见介绍,当地还将依托巴蜀雅楠、孔雀洞、桂花湖、茗山寺等旅游景点,围绕“一山一水一林一田园”发展蓝图,构建特色文旅产业体系。

与旅游配套设施共同升级的,还有川渝两地的石窟文化区域联动。2月26日,一场由安岳县与重庆大足区联合举办的宣讲报告会在孔雀村举行,邀请安岳石窟研究院与大足石刻研究院的专家就石窟保护与文化传播进行了深入浅出的宣讲。

安岳县与大足区同处巴蜀文化的核心地带,石窟艺术承载着两地千年文化脉络,成为展示两地历史文明的窗口。近年来,两地以石窟文化为核心,通过联合研究、文物互展、学术交流等形式,积极探索“文化+旅游”创新路径,联合推出石窟艺术主题旅游线路,串联资阳安岳卧佛院、重庆大足宝顶山等经典景点,让游客沉浸式体验石刻之美;开发特色文创产品,将飞天、紫竹观音等石窟元素融入生活用品与艺术衍生品,让文化遗产活起来、火起来。

“目前,我们正按照景区最新评定标准,进一步完善各项设施与服务,建设茗山寺、塔塔石窟乡村文化公园项目,推进毗卢洞、华严洞3A级旅游景区创建工作,同时推动卧佛院启动4A级旅游景区创建工作。”李伶透露,今年,安岳县将深挖文化和旅游优势资源,创建一批文化和旅游品牌,持续提升全域旅游的吸引力和影响力。

86天时间 60万观众 1000万消费

## “过年——春节主题展”成绩不俗

本报讯(见习记者 牛佳欣)中国非物质文化遗产馆“过年——春节主题展”总结分享会近日在该馆多功能厅举办,回顾和总结此次展览的丰硕成果。

春节期间,该馆策划并举办“过年——春节主题展”,汇聚31个省(区、市)、新疆生产建设兵团和港澳

台地区的500余件(套)展品、150余项与春节相关的非遗代表性项目,通过动静结合、展演一体、内外联动等方式,唤起观众儿时的年味记忆。在86天的展期内,展览累计吸引近60万人次观众,带动馆内相关消费达1000万元。该馆以“非遗+科技”“非遗+展演”“非遗+市集”的沉浸式文化体验,

一跃成为广受社会各界关注的热门打卡点。

作为展览的重要组成部分,“村晚大舞台”在展览期间为观众呈现了110场精彩的非遗展演。分享会现场,部分剧团上演了《牧歌》《黄河谣》《桃花红杏花白》等经典剧目,让观众再次感受“村晚大舞台”的热烈氛围。



3月17日,由中国驻日本大使馆、安徽省人民政府外事办公室、安徽省文化和旅游厅、黄山市人民政府联合主办的“百名日本大学生看中国”活动在黄山启动,来自日本13所高校的学生代表走进黄山,通过文化体验、青年交流等活动,感知中国传统文化。图为日本大学生在黄山光明顶合影。傅天骋 摄

## 深化文旅体融合 打造“多彩贵州”新品牌

(上接第1版)同时,持续推进世界级旅游景区、一流旅游城市建设,推动文旅、桥旅、酒旅、康旅、研学等融合发展,加快拓展旅居产业、冬季旅游和低空旅游产品,不断丰富旅游产品供给,为建设世界级旅游目的地和旅游强省奠定坚实基础。

安顺市文体广电旅游局党组书记、局长范成荣说,将沿着总书记指引的方向,全力打造黄果树世界级旅游景区、安顺古城历史文化旅游区、大明屯堡旅游度假区“三大核心吸引物”,不断发挥资源优势,以品牌赛事为引领,以多元业态为抓手,培育景区体验新场景,打造康养旅居、山地旅游、低空旅游、酒旅融合新产品,推动“文旅+百业”和“百业+文旅”深度融合,为安顺建设一流旅游城市、黄果树建设世界级旅游景区蓄势添能。

黔南州文化广电和旅游局(州体育局)党组书记、局长杨宇说,将牢记总书记嘱托,用好荔波喀斯特世界自然遗产、“中国天眼”两大世界级IP,坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化、旅游、体育深度融合,策划举办好文体旅融合“四季篇章”活动,精心“四季产品”,强化“四季营销”,实现“四季联动”,推动黔南旅游从生态观光向深度度假转变。

全面讲好贵州故事 擦亮文旅新品牌

3月18日上午,习近平总书记听取

贵州省委和省政府工作汇报。习近平强调,打造“多彩贵州”文旅新品牌。

2024年,贵州全省接待游客人次、旅游总花费、游客人均花费同比分别增长10.4%、13.3%、2.6%,其中接待入境过夜游客同比增长81.8%。全省旅游经济全面复苏,呈现稳中加固、稳中提质、稳中趋优的良好态势。

吴涛表示,我们将深入学习贯彻总书记重要讲话精神,为持续打造“多彩贵州”文旅新品牌贡献力量。继续办好“村超”“村BA”“村晚音乐会”等文体旅活动,鼓励各地策划举办特色鲜明的文旅活动,统筹流量IP推出红色文化之旅、阳明文化研学之旅和“跟着赛事去旅行”“跟着美食去旅行”“跟着歌声去旅行”等主题产品。提升“小车小团”“支支串飞”产品品质和服务水平。研发推出一批地域性、特色性突出,好看、好玩、好用的贵州好物,谋划推出“黄小西”人物文化IP和虚拟IP形象。

“总书记的重要讲话,坚定了我们做大做强‘村超’品牌,带动全县乡村全面振兴的信心。”黔东南州榕江县委书记徐勃说,将立足比较优势,进一步发挥“村超”的“超级发动机”作用,体系化、科学化、常态化办好各类赛事,把“村超”流量引入村村寨寨,整合资源抱团发展,促进乡村全面振兴,把贵州“村超”打造成为面向全世界讲好中国乡村故事的一张亮丽名片。

(上接第1版)

长春市民赵女士带着孩子看完演出,得到了一个小丑造型的气球。“平时工作忙,没时间陪孩子,这次小丑嘉年华不仅能看小丑表演,还有礼物拿,孩子玩得很开心。”赵女士告诉记者。

夜幕降临,湖畔剧场依然十分热闹。舞台上的灯光渐渐暗去,打铁花表演者手持装满铁水的容器走上舞台。他们熟练地将铁水高高抛起,击打之下,铁水瞬间变成万千铁花,划破夜空,在空中绽放,引得游客们欢呼阵阵。和记者一起观看表演的市民赵先生兴奋地说:“以前只在电视上看过打铁花,这次终于在现场看到了,很震撼。”打铁花表演结束后,意

犹未尽的游客们站在舞台前,跟随音乐舞动。小丑也加入其中,夸张又诙谐的舞蹈动作引得众人笑声不断。

“去年,我们举办了首届小丑嘉年华,凭借丰富有趣的节目获得了市民游客的广泛好评。”临近闭园时,长春莲花山影视休闲文化园营销总监毕春钊对记者说,“今冬,我们通过‘冰雪+演艺+民俗’模式,策划开展‘东北冰雪年俗文化秀’‘莲花岛·火辣辣之夜’‘长春的浪漫·莲花岛花火夜’等主题活动,景区成为市民游客向往的打卡地。第二届小丑嘉年华自举办以来,每个周末的游客接待量能接近3000人次,为市民游客带来了全新的出游体验。”

(上接第1版)

近年来,大连金石滩旅游度假区,创新实施“五心服务标准”(安心住、顺心行、贴心导、放心购、暖心帮),建立旅游服务标准化示范园区,实现数字中台实时监测景区承载力,动态调整18项服务指标,受到游客的广泛好评。

沈阳故宫运用区块链技术创新数字文创门票,首月便吸引3.2万余人次年轻游客参与;辽宁打造“跟着CBA游辽宁”线路,赛事期间相关景区客流增长73%;“山海有情 天辽地宁”品牌口号全网曝光量累计突破数十亿次……这些同样是辽宁文旅发展提质增效的真实写照。

## 文旅新韵连山海 融合创新看辽宁

## 产业融合 开辟发展新赛道

2024年以来,以工业强省闻名的辽宁,在推动文旅融合发展过程中,依托丰富的历史文化遗产和自然资源,不断创新释放“玩法”,通过数字化、场景化手段推动传统文化“破圈”传播,释放出“1+1>2”更强劲的乘法效应。

2024年,辽宁举办2024辽宁省高品质文旅融合发展大会;全年新建、在建、续建项目640个,完成投资总额285.6亿元;全年共举办大型演唱会、音乐会50场次,吸引观众85.4万人次,收入达5.51亿元;推出“跟着春晚去旅行”“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅

行”“跟着电影去旅行”“跟着展览去旅行”,文旅产业展现新活力。

辽宁依托丰富的工业遗产资源,将废弃厂房、矿区等改造为文旅融合场景:鞍钢工业遗产群开发钢铁博物馆、工业遗址公园,推出“钢铁是怎样炼成的”主题研学旅游线路,展现工业历史与工匠精神;抚顺西露天矿转型为生态旅游区,打造矿坑景观、地质研学基地,探索“工业+生态”融合模式。

不仅如此,其他一些示范单位也不断涌现。比如,大连冰山慧谷依托原冰山集团老厂区转型升级,改造成集工作、生活、休闲于一体的综合产业园区;本溪钢铁(集团)矿业有限责任公司南

芬露天铁矿内矿机公园依托本钢博物馆、南芬露天矿打造工业旅游示范区;沈阳中国工业博物馆创新展示中国工业发展史,配套文创市集、亲子研学活动等,均走上了文旅融合发展的新赛道。

辽宁省委宣传部副部长,省文化和旅游厅党组书记、厅长刘伟才表示,辽宁正以“建设高品质文旅融合发展示范区”为目标任务,笃定打造东北亚文化旅游枢纽,加速实现资源转化、动能转化、价值转化,持续推进冰雪经济、滨海度假、红色旅游等八大工程全速进行,通过产业融合、品牌塑造、服务升级创造多维价值,续写黑土地上的文旅故事。