

第十一届四川国际旅游交易博览会举办 2025“安逸四川 玩转天府”文化和旅游消费季启动



乐山大佛 刘慧/摄

300家境内外企业参展 签约总金额88.8亿元

本届旅博会共有来自30个国家(地区)的外宾参会,约300家境内外企业参展,60余家境内外采购商和重点旅行社组团洽谈交易。

本届旅博会以“6+10+10”形式立体呈现,即六大核心活动、十大专业展区、十大配套活动。其中,六大核心活动是“乐山之夜”、嘉宾巡馆、开幕式、主题交流活动、洽谈交易会、旅游线路考察;十大专业展区分别为低空飞行展区、旅游装备展区、四川文旅展区、银发旅游展区、天府美食展区、文旅消费展区、旅游目的地展区、文旅演艺及创新展区、文博创意展区、主宾特展展区;十大配套活动是行业协会交流、展商文旅产品推介、2025峨眉山越野挑战赛、2025安逸生活巨星演唱会、“跟着美食游四川”宣传推广活动、国潮音乐展演、2025安逸四川文旅线上宣传推广季、2025“五一”乐山文旅集市、世

界石窟遗产艺术作品联展和川渝美术书法作品联展。

开幕式上签约的文旅项目涵盖多个领域,包括巴蜀文化旅游走廊音乐基地项目、峨眉山·灯彩文化旅游度假区项目、成都百联奥特莱斯项目、成都市内免税店项目、资阳文旅数字化项目、南充零碳旅居驿站项目、兴文石海全景沉浸式演艺科普场景提升项目、盐源达组乡村振兴和文旅提升项目等,总金额达88.8亿元。

与此同时,以“畅游四川 云享安逸”为主题的2025安逸四川文旅线上宣传推广季同步开启。这是旅博会会场首次搬上“云端”,联动文化和旅游主管部门、文旅商家、新兴媒体、网红达人参与创作,通过四川文化旅游宣传推广联盟成员单位共同努力,将四川得天独厚的文旅资源和丰富多元的文旅产品通过新媒体平台聚合传播。

4月25日,由四川省文化和旅游厅、乐山市政府共同主办的第十一届四川国际旅游交易博览会(以下简称“旅博会”)在乐山开幕。

四川国际旅游交易博览会是四川省倾力打造的全省唯一旅游专业展会,2014年至今已举办十届。经过十年的打造提升,旅博会持续发挥城市宣传营销载体、产业招商引资平台、政府对外交流合作窗口的作用,实现了“以会促投、以会促宣、以会促建”的目标。

本届旅博会邀请亚太旅游协会、中国—东盟中心作为支持单位,乌兹别克斯坦和我国吉林省、重庆市武隆区分别作为主宾国、主宾省和主题市。展区面积超3万平方米,设置了室内专业展区与室外互动体验区,展陈内容全面体现文旅新业态、新技术、新产品,为参展商和市民、游客提供沉浸式互动体验。



项目签约仪式

全域全龄全季全时 系列惠民活动玩转天府

2025“安逸四川 玩转天府”文化和旅游消费季也在旅博会期间启动,全省20个市(州)分会场活动同步举行。

中国戏剧梅花奖获得者王玉梅等用沉浸式情景演艺的方式推介了以“国风国潮游、民谣山水游、影视打卡游、夜色奇遇游、亲子童趣游、动感天府游”为主题的新产品、新线路、新活动,邀请全球游客体验四川旅游的无穷魅力。

为进一步激发四川入境旅游的潜力,此次活动首发入境游一卡通等新产品,让入境游客畅游四川更便捷、更实惠。其中,中国银行联合智游天府公司、成都天府通推出“数字人民币一卡通”,为入境游客提供四川100多个景区(点)专属预订通道和美食折扣;四川银行推出的“PandaPay卡”关联3万多家商户,持卡可免费畅游30家景区。

此外,四川还发布了“百城百区”“百城千站”“百城惠游”3项惠民行动和系列文旅消费惠民措施。其中,“安逸四川百城惠游”行动将发挥国家文化和旅游消费示范(试点)城市作用,鼓励各地把更多优质资源投向文旅领域,围绕“吃住行游购娱”,推出消费券、消费满减、积分奖励兑换、抽奖等各项优惠,鼓励各地结合实际,围绕特色节点开展景区门票优惠,并围绕“一老一小”客群推出定向优惠举措和优惠产品。

“安逸四川百城百区”行动以国家文化和旅游消费示范城市及试点城市、国家级夜间文化和旅游消费集聚区为重点,联合当地市场主体举办区域性文化和旅游消费促进活动,进一步提高消费便捷程度,推动重点文化和旅游消费场景受理境内外发行的银联卡刷卡、银联二维码支付服务,切实满足老年人、外籍来华人士等群体多元化、



水木年华组合倾情推介

个性化支付需求。

“安逸四川百城千站”行动推出补能优惠、购物满减、服务保障等自驾游惠民措施,甄选中国石化综合服务站点,升级为自驾游综合旅游服务驿站,提供一站式旅游服务,满足自驾游客多样化需求。

“旅游专列+低空旅游航线” 解锁安逸四川N种新玩法

旅博会期间,四川正式发布了熊猫专列·成都号和适老化旅游专列“锦绣山河号”相关产品,推出“畅游四川”新玩法。

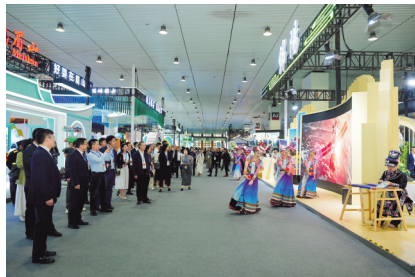
熊猫专列·成都号是由中国铁路成都局与成都文旅集团携手打造的第三代熊猫专列。车身以“山河律动”为主题,灵感源于贡嘎雪山、西岭雪山等山脉。18辆豪华列车编组、高星级酒店标准、多语种向导、熊猫管家、旅拍摄影、非遗体验……熊猫专列·成都号不仅颜值在线,相关配套设施和服务也再次升级,为乘客提供24小时高品质服务。

此外,聚焦老年游客的需求,四川还特别推出了适老化、普惠型银发旅游专列——“锦

绣山河号”,助力银发一族追寻“诗与远方”。

从成都崇州到青城山,从淮州新城到沱江大桥,从洛带古镇到金龙长城,从达州金垭到北川羌寨,从广安“小平故里”到华蓥山石林,从南充阆中古城到成都金堂,从北川羌城旅游区到重庆梁平,还有遂宁海龙凯歌景区、雅安牛背山景区……本届旅博会还首发10条低空旅游航线,邀请游客邂逅云端上的四川。

开幕当天,10条低空旅游航线之一的乐山大佛—峨眉山航线实现首飞,两大世界文化与自然遗产实现云端相连。这条航线架起起时长20分钟的“空中走廊”,为游客提供“佛脚触三江,金顶揽九天”的独特视角。



精彩表演吸引了众多嘉宾驻足欣赏



境外嘉宾在展馆内与智能机器人互动

故宫博物院领衔 文博创意展区让文物触手可及

值得关注的是,本届旅博会首次设置文博创意展区,集结故宫博物院、四川博物院、三星堆博物馆等文博单位,展示文化元素突出、体验感强的文旅融合新项目。

进入故宫博物院展区,观众瞬间就被琳琅满目的文创吸引。这里汇聚了故宫近年来研发的300余款精品文创产品,包括正在展出的“乐林泉——中外园林文化展”随展文创和环保文创系列产品等,经典书刊如《故宫经典》系列丛书、《紫禁城》杂志及适合青少年阅读的出版物。

本次故宫博物院展区以“传承与创新”为主题,不仅外观设计方面融入鲜明的故宫建筑特色,更通过故宫文物南迁历史展示、数字故宫、非遗与社教互动体验等,全方位展现故宫承载的中华优秀传统文化的魅力。

青花十六子图盖罐、乾隆款画珐琅白地蓝花鹵壶、青玉谷纹璧……故宫博物院展区专门设置了MR南迁文物数字体验区,观众

可通过混合现实技术,近距离“把玩”曾经历过南迁的部分珍贵文物。

四川文博专区同样亮点纷呈:三星堆、金沙遗址等古蜀文明璀璨交融,都江堰、东风堰等古代工程惠泽万民,乐山大佛、安岳石刻等古代石窟辉映古今,邓小平故居、朱德故居等革命文物赓续火种……

在四川博物院数字文创“智衣橱”一体机前,不少老年人排队体验“一键换装”,将传统纹样穿上身。“一开始也是图个新鲜,没想到这个机器可以换脸穿上传统服饰,仿佛看到了年轻时的自己。”今年72岁的骆大爷家住四川国际旅游交易博览中心附近,在旅博会开幕后就“抢鲜”体验文旅新科技。

从故宫博物院家庭音乐剧《用端》让文物“活起来”,到千余件精品文创让文物“可带走”,文物创意创新运用不仅成为四川旅博会的亮点,更以“科技+文化”的沉浸式体验,生动诠释了文旅融合如何赋能美好生活。

聚焦消费升级与数智赋能 “解码”文旅融合新趋势

四川旅博会期间还举行了“文旅融合·美好生活”主题交流活动。文旅行业专家和重点企业负责人齐聚峨眉山市,聚焦文旅消费、数智赋能、入境旅游等行业热点话题,探索“文旅融合高质量发展”的创新路径,助力区域文旅产业转型和入境旅游提质增效。

“我们的旅游消费市场已经与此前发生了很大不同。”中国社会科学院旅游研究中心秘书长金准率先抛出了自己的观点。在他看来,中国文旅呈现出超大规模、年青潮、双循环等特点,城市休闲与城市旅游形成文化关系,游客的高频出行也将推动相关产业链互动更为紧密。“当前文旅消费发生了一系列结构性的变化,需要提升信息掌控力、科技创新力等,紧抓新的消费热潮,激发市场活力。”

腾讯云副总裁、腾讯文旅负责人方腾飞认为,新的消费周期催生了游客新价值需求,旅游者需要高浓度、全沉浸、超治愈的情绪价值场景营造,而AI技术变革则为文旅融合带来了更多的发展机遇和应用场景。如智能服务重构方面,可以带来新的行程定制设计、旅游智能体与交互服务、多语言服务体验;而在产品体验和业态升级方面,则可能带来数字化产品体验以及项目开发与业态的提升。

“文旅融合的关键是在吃住行游购娱各个环节体现文化,而非仅仅参观某一个文化景点。”中国旅游协会休闲度假分会副会长曾博伟

从文旅融合的基本背景、总体方向、主要路径三大方面分享了见解。在他看来,文化和旅游惠民活动之间联动有多种形式,例如非遗展演、文化表演、文化讲座等公共文化活动进驻旅游景区、进驻度假区、进乡村旅游景点;街头艺术增加旅游目的地的烟火气和亲和力等。“文化事业和旅游产业的融合,需要丰富旅游场所公共文化活动内容,让更多文化事业在旅游产业市场中得到弘扬。”

中旅途易首席运营官刘会元则剖析了入境旅游市场的特点与趋势。“随着入境游客数量的增加和旅游消费需求的多样化,未来入境旅游市场的消费潜力将进一步得到释放。”刘会元认为,随着海外网红在社交平台分享的中国旅行见闻形成示范效应,外国游客不再满足于传统的跟团游,更青睐以家庭为单位的私人定制旅行团、自由行等模式。“四川拥有良好的文旅资源和文化影响力,通过产品创新、服务优化、提高国际交通可进入性,进一步构建数字旅游服务体系、拓展数字营销渠道与方式、创新数字文旅产品与体验等,不仅能推动入境游市场更加红火,也将提升四川的国际影响力与吸引力。”

交流活动现场,本届旅博会主题市——重庆市武隆区和四川省多个市州还进行了文旅主题推介,集中推出川渝地区文旅资源和线路产品,展示文旅融合新思路、新场景、新模式。

(本版图片除署名外,均由主办方供图)



“文旅融合·美好生活”主题交流活动 潘阳薇/摄