2024年3月1日 星期五
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

吉林文旅春夏主题推介会在京举办

本报讯（程俣薇 记者 刘玉萍）2月28日，“京”喜假期在吉林——“乐享春雪·畅爽避暑”吉林文旅春夏主题推介会在北京举办。吉林省人民政府副省长杨安娣出席，吉林省人民政府副秘书长许才山参加，吉林省文化和旅游厅厅长孙光芝、北京市文化和旅游局副局长王洪涛发言。

会上，吉林省文化和旅游厅发布吉林省“引客入吉”计划和文旅项目，相关措施直接惠及企业、游客。吉京两地有关部门签署文旅合作框架协议、养老合作协议；两地重点企业签署吉林省—北京市旅行社企业游客互换协议，深化两地合作，促进互利共赢。

推介环节，吉林发布了“长白春雪”“滑雪场的夏天”“康养吉林山水间”“最美边境线——长白山下331”“醉美‘吉’乡”5个产品，推介了吉林省消夏避暑精品线路。

其间，吉林省文化和旅游厅相关负责人向京津冀地区市民游客和相关企业发出诚挚邀请：滑雪度假来吉林、消夏避暑来吉林、投资兴业来吉林。

北京市文化和旅游局、吉林省文化和旅游厅相关负责人，吉林各市（州）政府及文旅部门相关负责人，以及两地行业协会、商会负责人，重点旅游企业、旅行商代表约200人参加推介会。

京津冀联合发布历史文化资源分布图

本报讯（记者 魏彪）《京津冀地区主要历史文化资源分布图》（以下简称“分布图”）近日对外发布。分布图展示了京津冀地区主要历史文化资源的空间分布情况，系京津冀三地首次基于统一空间框架对历史文化资源进行系统梳理、客观展示和权威发布。

据了解，截至2023年，我国共有57项世界遗产，其中京津冀地区有8项，分别为长城、明清故宫（北京故宫）、周口店北京人遗址、承德避暑山庄及其周围寺庙、北京皇家祭坛——天坛、北京皇家园林——颐和园、明清皇家陵寝、大运河。各世界遗产位置在分布图中标注清晰，一目了然。

分布图还展示了全国重点文物保护单位，以及中国历史文化名城、名镇、名村等。截至2023年，京津冀地区共有8座中国历史文化名城、10个中国历史文化名镇、38个中国历史文化名村。国务院办公厅已公布的8批共5058处全国重点文物保护单位中，京津冀地区有474处，包括北京的故宫、天津的独乐寺、河北的西柏坡中共中央旧址等。

据了解，该图经首都规划建设委员会办公室、北京历史文化名城保护委员会办公室统筹协调，北京市规划和自然资源委员会、天津市规划和自然资源局、河北省住房和城乡建设厅、北京市文物局、天津市文物局、河北省文物局密切合作，由北京市测绘设计研究院编制完成。

旅游会客厅

沈水之阳唱好“接、留、送”三部曲

——访沈阳市文化旅游和广播电视局局长刘克斌

□ 本报记者 李志刚 通讯员 周凤文

春节假期，沈阳文旅市场热力十足，累计接待国内游客1112.13万人次，实现国内旅游收入151.47亿元，按可比口径分别同比增长124.2%和254.85%。沈阳文旅成为细致服务“筑巢引凤”的样板。近日，中国旅游报社记者采访了沈阳市文化旅游和广播电视局局长刘克斌，了解“沈水之阳 我心向往”文旅火热出圈背后的故事。

问：沈阳文旅取得成绩的背后，都做了哪些努力？

刘克斌：近年来，沈阳深入推进文化强市建设，铆足干劲抓文旅，推动全市文旅市场强势复苏，拉动文旅消费上台阶。特别是2023年以来，沈阳精心打造“沈水之阳 我心向往”品牌，不断丰富文旅产品，完善提升服务保障，推动文旅市场实现消费旺、场景多、口碑好、人气增、信心足目标。

为补齐季节短板，沈阳强化全域全季旅游闭环设计，力争让四季文旅好戏连台，从“春天花正开”到“夏日享清凉”，从“秋韵情意浓”到“冬日雪暖阳”，市区联动、整合资源、创意生花，连续开展1000余场活动，实现“周周有活动、月月有亮点、四季都精彩”。同时，以四季活动为牵引，不断升级文旅消费场景，让风格独特、情意满满的城市气质得到海内外游客的广泛认可。

2023年五一、十一假期，全市文旅市场热度空前，接待游客人数、旅游收入等指标屡创历史新高。今年春节假期，沈阳上榜“南方居民前往北方的热门目的地”，文旅热持续释放出促消费的澎湃动能。一组组数据，一个个喜报，正是沈阳文旅火爆出圈的生动体现。

入冬以来，沈阳推出“冬日雪暖阳”文旅系列活动，丰富的产品、到位的服务赢得游客的普遍点赞。而随着老北市“龙凤呈祥”、沈阳方城灯会、小河沿早市年货大集等精彩活动的陆续亮相，回沈阳的亲友、来沈阳的游客惊喜地发现，沈阳的历史文化内涵正在被全新演绎和诠释。

问：请您简要介绍一下沈阳文旅如何把游客“当qiě”，换来了游客的亲情奔赴？

刘克斌：沈阳秉承“游客至上 服务第一”的理念，以无微不至的细心服务、竭尽所能的精心服务、尽心尽力的耐心服务，让游客有宾至如归的体验。同时，坚持“走出去、请进来”，倾力营造“暖心、暖行”的服务氛围。具体而言，就是主动走出去，宣传推介沈阳的城市之美，在北京等地设立接站车为游客来沈提供更多便利。同时，对来沈阳的游客做好服务保障，如在机场、高铁站等地设立“温馨驿站”、为游客发放旅游纪念品等。

主动“出镜”营销，“触电”短视频，“触网”营销出彩，不断做热沈阳文旅，主动融入年轻人群体，灵活运用网络语言，放大传播效果。哈尔滨火爆之后，我们灵敏捕捉“小砂糖橘”等热点，及时为沈阳文旅热度助力加码赋能。

文旅需要暖心服务。没有暖心的服务，游客不会来（只有把游客捧在手心里，游客才能把这座城市放在心坎上）。为此，沈阳努力打造更加暖心、更加贴心的环境，把游客真正当成亲人，用东北话说就是“当qiě”，营造良好的出游环境，拿出美食美景尽心招待八方来客，让他们感受到这个城市的贴心、暖心、安心、放心、舒心。

问：为更好满足游客的多元消费需求，春节假期，沈阳围绕丰富文旅产品和提升服务做了哪些工作？

刘克斌：春节假期，沈阳不断创新，策划推出了关东影视城迎春灯会、“非遗进沈阳故宫”等一系列文旅活动，较好地满足了游客需求，也让这座城市更具“人情味”“烟火气”“时尚风”“国际范”。

针对游客的不同需求，沈阳提前准备好了一道道别具风味的特色文旅大餐。在“沈水之阳 我心向往——冬日雪暖阳”冬季游系列活动中，推出“冬日十大打卡地”和“冬日十大文旅场景”，依托沈阳故宫、辽宁省博物馆、沈阳方城、小河沿早市、老北市等10处极具代表性的点位，汇集冰雪、古韵、光影、艺彩、市集、冬捕、美食、温泉、购物、研学十大特色主题，让游客度过一次“原汁原味”的东北年。

我认为，沈阳文旅之所以能够出圈，最主要的法宝是“听劝”。“听劝”是一种态度，也是我们积极改进城市管理和服务的体现。沈阳文旅把“听劝”总结为九字工作法：“主动听”“快速改”“用心做”，收到良效。

从文旅行业的“听劝”，到全市文旅、交通、公安、市场监管等各个部门的广泛参与，诸多市场主体、社会组织、热心市民、出租车司机等的倾情付出，以及景区景点主动推出的“宠粉福利”，这些共同展示了沈阳城市开放、包容、真诚、充满人情味的暖心形象。

同时，我们认真聆听网友建议和游客反馈，不断完善服务设施。在小河沿早市增加行李寄存处，增建“共享食堂”，让游客有地方吃、吃得暖和。在辽宁省博物馆、沈阳博物馆增添长椅长凳，为游客休憩提供便利。新增一批创意场景。我们把“沈阳站”站名更改回来，同时在沈阳站、沈阳北站等地增添可爱的雪人，让彩电塔亮起来，给盛京大剧院换上七彩灯光，让游客在沈阳有了更多心仪的“打卡地”。

沈阳以完善、暖心、周到的文旅服务，接续唱好“接、留、送”三部曲。沈城全年持续推出暖心创意服务，邀请新入学的大学新生畅游沈阳；回馈“让路于客、让景于客”的沈阳市民，特邀市民在中秋国庆节后免费出游；在机场、火车站设立游客服务驿站，为到沈旅客送上沈阳文旅伴手礼；开通直达景区的免费直通车等。

这段时间，“沈阳，一个来了就不想离开的城市”成为网络热门话题。在桃仙国际机场，不少游客在留言板上写道：“舍不得沈阳”“为沈阳文旅的花式‘听劝’点赞”“我们夏天还会来”……

下一步，沈阳将进一步丰富文旅产品，打造优质旅游环境，以更好的姿态迎接游客的亲情奔赴。

美食旅游寻味华夏 舌尖幸福“热辣滚烫”

（上接第1版）揉、搓、捏、拽、剪……面团在渭南市临渭面塑区级非遗代表性传承人康妙云的一双巧手下，不一会儿就变为形状各异的花馍，既有活灵活现的腾空飞龙，也有栩栩如生的各类水果。

春节假期，康妙云不仅忙着赶制各类花馍，还为研学旅游的孩子们讲解花馍制作技艺。“今年是龙年，龙角要先捏个型，捏了型才能组装，型一出来，就有立体感了……”在康妙云的指导下，一个个面团在孩子们手中变成了龙元素花馍。

滚沸的锅底、浓郁的香气、精致的摆盘……春节假期，四川成都推出蜀味锦江水上主题火锅船，将火锅搬到锦江之上，让游客一边夜游锦江、一边品美食看演出，沉浸式感受成都城市魅力。“在游船上一边看美景、一边吃火锅，还能观看极具巴蜀风味的演出，感觉真不错。”广东游客王甜甜说，“这次成都之行不仅满足了味蕾，还体验了巴蜀文化，过了个地道的成都年。”

因河而生，因河而兴。因北上南下、西进东出的特殊地理位置，南甜北咸、东辣西酸的各类饮食在山东临清交融，形成了兼并包容、风味独特的临清味道。

说起临清美食，临清市文化和旅游局党组书记、局长孙维华满脸自豪：“临清味道以花样繁多、文化厚重著称。大家来临清旅游，想吃大菜，有三点水宴席、官府钞关宴、运河十景宴等，想吃小吃，有尹家阁‘下凡肉’、窦家蒸包、御史巷锅饼、观音堂烧羊肉、什香面等数十种。每个节气，临清都有特色美食，可以说品临清味道，品的是历史传承，品的是文化创意。目前，我们正积极申报全国二十四节气美食旅游线路。”

节气美食融合创新

“蒌蒿满地芦芽短，正是河豚欲上时。”每年3月，江苏镇江扬中就会吸引络绎不绝的食客。“元宵节刚过，就有食客打电话来咨询，有的客人甚至早早预订了五一假期的餐位。”扬中长顺河豚馆总厨周长顺说，“每到吃河豚的季节，周末堂食的客人每天都有十来桌，每天要做两三百条河豚，很多客人是从外省市特地赶过来的。除了传统的红烧、白汁做法，我们还推出河豚火锅、河豚刺身等创新菜，很受欢迎。”

如今，游客已经“品”出了一份节气旅游美食地图。例如，清明时节去浙江食春笋，芒种过后赴云南尝菌菇，中秋时节去江苏品大闸蟹，立冬以后赴内蒙古吃烤全羊……市场化的美食线路已经被游客吃出来、走出来了，这为美食旅游创新融合发展提供了新路径。

“中国美食文化博大精深，美食与旅游的结合，既是增强文化自信的重要方式，又是推进文化和旅游深度融合发展的重要途径。”中国旅游研究院规划与休闲研究所所长吴丰林认为，挖掘美食文化既要保护传承传统美食、地方特色和老字号，又要面向未来，重视年轻消费者对时尚、新颖的追求，形成主次分明的多元餐饮业态体系。促进美食旅游消费既要兼顾当地居民和外来游客的需求，又要将目的地打造成为集美食品尝、文化体验、观光游览、娱乐休闲等功能于一体的主客共享、近悦远来的旅游消费新场景。

《2023年国内旅游预约数据报告》：

涉旅生活服务平台成预约重要渠道

本报讯（记者 李志刚）2月27日，中国旅游研究院发布《2023年国内旅游预约数据报告》。报告显示，社交平台、网络社群已经成为旅游内容获取、交流和消费的重要空间，国内市场游客偏好的旅游内容搜索和预订渠道中，抖音、小红书、美团等社交平台占比最高（42.9%），其次为微信社群（26.7%）、OTA平台（23.0%）。

报告显示，以抖音、小红书、快手等为代表的生活社交平台，具有文化和旅游内容的生产、传播、互动、交易功能，积累了越来越多的旅游潜在群体，基于内容订阅、交易预订用户黏性带来的旅游预约也快速增长。随着涉旅生活服务平台的旅游内容分享、交易、互动链路不断优化，抖音、小红书等生活社交平台实现了更好的内容触达和网络便利，进行旅游预约的人群也在逐步扩大。2023年，利用抖音、小红书、快手等渠道进行预约的旅游人次比2022年增长近4倍。涉旅生活社交平台依托流量优势、内容生态，成为重要的旅游预约渠道。

报告显示，2023年旅游市场快速复苏，旅游预约成为出游回暖的先行指标。2023年预约出游人次增速显著，景区在线预约人次比2019年增长170%，其中5A级旅游景区持续占据市场客源优势。

报告显示，低线城市预约增长显著，市场下沉推进国民旅游权利普及。相比2019年和2022年，2023年中小城市居民旅游预约增长均超过2倍。

报告还显示，目前，门票收入依然是景区收入的主要来源，但基于政策引导和引流需要，景区在不同程度地推进降门票促消费，越来越多的景区开始意识到以内容、场景、业态创新激发二次消费实现长效运营的重要性。过去5年，二次消费在景区总体消费结构中增长显著，从二次消费内容看，索道缆车、观光车、剧院等消费相比2019年、2022年均有翻倍增长。

随着全球旅游业复苏，来中国旅游的外国游客数量迅速增加，特别是今年以来，韩国游客成为湖南省张家界入境游的“主力军”。图为2月29日，韩国游客在张家界市武陵源区宝峰湖景区游玩留影。 **视觉中国 供图**

福建平潭加快打造国际旅游岛

本报讯（苏明智 记者 李金枝）福建省平潭综合实验区近日召开文旅经济工作会议，部署2024年旅游文化体育工作及旅游品质攻坚工作。会议提出，全区上下思想要再统一，步调要再一致，行动要更果断，矢志不移、接续奋斗，全力开创实验区文旅经济高质量发展新局面，加快打造“国际风范、青春时尚”的国际旅游岛。

会议提出，全区要以游客体验感为中心，做大做强旅游产业，丰富旅游产品，把平潭打造成集多产业形态于一体的国际旅游岛，让游客到平潭住得舒心、吃得安心、玩得开心；积极布局、发展邮轮、游艇、游船产业，确保文旅新业态不断推陈出新；争取做到“天天有活动、周周有赛事”，以高质量消费业态扩大新型消费力；规范旅游市场秩序，全面提升游客体验感、舒适度；聚焦高辨识度品牌形象，抓好岛内氛围营造、岛外宣传推介。

今年，平潭文旅工作将聚焦世界知名旅游目的地的“平潭担当”这一探索，重点抓产品、抓项目、抓机制，围绕“蓝眼泪”季、五一及暑期旺季等时间节点，推出“蓝眼泪”星空音乐会、“蓝眼泪”产品，深化打造风筝冲浪节、“蓝眼泪”音乐节等品牌赛事活动。

内蒙古阿尔山坚持旅游经济质效同增

本报讯（董亮）2月26日，2024年阿尔山市旅游发展大会在内蒙古阿尔山举办。大会提出，要坚持旅游经济质效同增，久久为功将旅游产业做大做强，在旅游高质量发展的新征程上谱写旅游全域火起来、全季旺起来的精彩华章。

大会提出，2024年，阿尔山将以“12135”旅游高质量发展思路为统领，推进度假区品质提档升级，温泉产品集群发展，森林康养渐成体系，市场主体更为多元，行业标准全面铺开，旅游氛围更加浓厚。一是抓机遇，拥抱“旅游的春天”。充分释放“抓旅游就是抓发展”的综合效应。二是强供给，打造“拳头产品”。深入研究游客来源、消费方向和营收路径，不断深化资源整合、文旅融合、要素聚合，真正让阿尔山的旅游更加有形、有感、有效。三是树样板，建设“童话阿尔山”。实施文旅产业赋能城市更新行动，在完善功能、提升颜值、厚植底蕴上集中用力，让“童话阿尔山”声名远扬。

公 示

根据《国家新闻出版署关于开展2023年度新闻记者证核验工作的通知》（国新出发电〔2024〕2号）要求，我单位已对持有新闻记者证人员的资格和遵规守法情况进行严格审查。现将我单位2023年度新闻记者证核验名单进行公示，公开接受社会各界监督。

公示期：2024年3月1日至3月7日。

监督举报电话：010-85168050，010-83138953。

《中国旅游报》年度核验人员名单（排名不分先后）：

徐行、金启宁、李旭波、徐万佳、邓敏敏、龚立仁、王洋、陈晨、李志刚、张玫、王诗培、武葳、赵垒、张宇、王玮、郭凌志、李凤、何宁、沈啸、赵书军、肖相波、杨亮、高慧、白骅、刘玉萍、周晨、任丽、曹雪文、李妮玮、刘镇豪、徐晓、赵腾泽、黄高原、李金枝、魏彪、郭子腾、唐伯侬、杨雪寒、李庆禹、杨丽敏、邰子君、贺一峰、宋雨秋、王莹、范朝慧、曹燕、杨硕、石青、王若溪。

中国旅游新闻网 中国旅游新闻APP 中国旅游报微信 中国旅游报微博

做强荔枝旅游 描绘荔乡画卷

（上接第1版）如今，商圈内的气氛十分热闹，除了集中展示茂名地区独具特色、制作精良的农特产品，还有各类型商家，业态十分丰富。荔乡凤、怀乡鸡、化州橘红、粮丰园、嘉豪轩、供销社明湖等茂名本土商家纷纷进驻，大家正是看中了这里的旅游人气。

当下，地处根子镇和分界镇交界处的包茂高速茂名服务区正在进行提质升级，努力打造荔枝文化特色示范服务区。服务区项目负责人李军介绍：“我们在设计中融入浓厚的荔枝元素和岭南特色，让旅客充分体验文化之韵、荔乡之美。服务区提质升级后，旅客可通过连通东西服务楼的人行景观天桥，在高速公路两侧景区和荔林步道来一场自由惬意的随心行。”

此外，一批荔枝主题精品酒店、民宿相继开放，荔枝特色餐饮美食街开街，根子河畔乡村夜市人气鼎盛，荔枝邮局里文创周边销售火爆，自驾露营、亲子研学等业态涌现……柏桥村的乡亲们走出了一条依靠发展荔枝特色产业引领乡村振兴之路。