2024年4月19日 星期五
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

年轻人为什么喜欢去延吉？

□ 刘冬雪 本报记者 刘玉萍

阳春三月，踏青出游正当时。吉林省延边朝鲜族自治州延吉市中国朝鲜族民俗园内，游人日渐增多。不少女性游客来此有一个愿望——做一天“朝鲜族公主”，拍一组漂亮的写真。这是小城延吉火热出圈的一个重要原因。

近年来，延吉依托朝鲜族文化资源，持续拓展“吃住行游购娱”产业链，通过发展旅拍产业、打造咖啡文化等，吸引年轻游客，让更多年轻人“来了就不想走”。

变身“公主”拍美照

走进中国朝鲜族民俗园，一个个朝鲜族传统住宅庭院成为游客拍照留念的背景，身边的“朝鲜族公主”在不时响起的“咔嚓”声中，留下一份难忘记忆。近年来，越来越多的游客为一组照片奔赴一座城，旅拍也成了延吉的一张崭新名片。

中国朝鲜族民俗园内的绣佳人服饰店宾客盈门，有的游客在挑选衣服，有的在化妆造型。服务人员也身着定制的朝鲜族服饰忙着接待、推荐，尽显延吉人的礼仪和热情。

“旅拍不是单纯的拍照，在延吉，它已经发展成为集朝鲜族服装租赁、美妆、摄影于一体的新兴业态。”对于当地旅拍的发展变化，绣佳人服饰店负责人崔勋深有感触，来延吉拍摄朝鲜族服饰写真的游客不仅带火了延吉旅游，也让旅拍成为带动就业的重要行业。“从预约、化妆，到摄影、选片、修图，每一个环节都有人负责，现在店里已经有20多个员工了。”崔勋说。

旅拍行业的兴起，也让延吉非遗被大家熟知。“最多的时候一天接待100多位游客，很多游客是奔着拍照来的，来了之后才知道朝鲜族服饰是国家级非遗。”崔勋的母亲俞玉兰是国家级非遗项目朝鲜族服饰国家级代表性传承人，崔勋已从事朝鲜族服装行业也已有10余年。“因为热爱，我一直以继承和发扬民族传统文化为己任。”崔勋说。

为了满足游客需求，延吉不少旅拍店铺在传统服饰的基础上融合了对襟、盘扣、挂钩、宽大袖口等元素，增添了改良款、网红款等。“无论怎样改良，我们还是坚持选用好的布料，并手工剪裁制作重点位置，让顾客穿起来更舒适、更合身，更好展现出朝鲜族服装的得体和端庄。”崔勋说，“我们代表的是非遗，所以要用非遗的理念去长远推广和发展这一项目。朝鲜族服饰不是一件普通的衣服，而是穿在身上的朝鲜族文化。”

借变装“朝鲜族公主”走红，延吉将“朝鲜族文化+本地特色+沉浸式场景化”旅游模式进一步升级，独特的游玩体验和旅游感受成就了延边独具特色的城市IP。

乐享“咖啡+”慢生活

不同于过去“上车睡觉下车拍照”的旅游方式，当代年轻人更愿意走街串巷享受当地生活，以咖啡文化衍生出的“咖啡慢生活”在延吉逐渐盛行。

对于武汉游客王欢慧来说，旅游不仅要“景好看”，更要放松身心。“在咖啡馆里静静坐一会，看看充满烟火气的街景，也许这正是快节奏的生活中真正稀缺的东西。”王欢慧说，“来延吉，点一杯咖啡，走街串巷‘Citywalk’，才是极致的浪漫。延吉虽然是个小城市，但咖啡馆特别多，且各具特色，玩累了就坐在人声鼎沸的街口，品一口咖啡的醇香，所有的疲惫仿佛都在这一刻消逝。”

据统计，延吉的咖啡馆已由2023年年初的300余家增至目前的1000余家，部分网红咖啡馆日销量可达2000杯。在小红书等社交平台输入“延吉咖啡”，搜索出的相关笔记多达数万篇，不少游客专程来延吉打卡、分享体验，在旅行途中静享一段愉悦时光。

延吉大大小小的咖啡馆也为咖啡注入浓郁了的本地特色。一些咖啡馆结合延边特产研发出的苹果梨咖啡、冻梨冰美式、东北大板拿铁等特调咖啡，成为外地游客进店必买的时尚单品；有的咖啡馆专门设计带有“延吉”字样的咖啡杯套和咖啡袋，增强咖啡的文创属性；还有的在店内外布置具有延吉特色的背景墙，满足游客拍照打卡的需求……一张张游客手持咖啡的打卡照发布在社交平台上，又吸引了更多咖啡爱好者来到延吉。

“佳温咖啡”是延吉本土咖啡品牌之一，伴随着延吉旅游的火热出圈，越来越多的游客到这里品尝咖啡、用餐休息。

副店长崔健真切感受到咖啡消费的热度。清明节假期，从早上7时营业到晚上11时30分闭店，咖啡馆客流不断，一天最高卖出400杯咖啡，客流量同比增长200%左右。在他看来，延吉咖啡馆各具特色，这是延吉咖啡产业的优势。“我们不仅推出了米酒咖啡、冻梨汁等，还结合延边优质的大米资源，推出了米香系列咖啡。这些创新产品受到了游客的喜爱和青睐，今年我们要继续学习，不断研发新品。”崔健说。

景城一体“正青春”

在延吉公园路，一条普通的街巷如今已经换了容颜。众多年轻人手持带着“延吉”字样的咖啡，站在网红墙前打卡……光影之下，熙熙攘攘的游客也成了风景。

凭借着火爆的人气，延吉成为全国新晋旅游“网红城市”。数据显示，来延旅游的游客中，“90后”占比最多，青年游客群体成为拉动延吉旅游消费、推动旅游转型的主力军。打造时尚活力和青年友好的城市形象、紧紧抓住青年人这一流量群体是延吉成为“网红城市”的关键所在。

2023年6月，延吉出台“青年延吉”城市发展实施方案，推出一系列住宿、餐饮、门票、公交等优惠活动，吸引众多年轻人集聚延吉。同时，延吉还在购房购车、置业创业、人才培养等方面推出补贴和保障政策，展现延吉求贤若渴的满满诚意。

此外，为了顺应年轻人崇尚个性、注重体验的旅游新趋势，延吉还邀请网红大V、旅游达人等到延吉参观、打卡，乘着互联网的“东风”，宣传推介延吉旅游资源，同时大力配合在年轻人群中关注度较高的影视节目等来延吉拍摄，在各类型节目中展示延吉的人文特色和旅游资源，让更多年轻人线上“种草”。

清明节假期，延吉共接待游客约31.6万人次，实现旅游收入4.1亿元。这座边陲小城何以成为炙手可热的人气目的地？沈阳的游客张先生带着来自河北、上海、大连等地的几位朋友在延吉逛了一圈，他们给出了答案。“好吃、好玩，不用特意找景点，这一整座城市就像一个景区。”

从单一景区观光游览，到景城一体多点开花，大学城、商场、早市、公园甚至一杯雪花冰都成为网红，成为年轻人打卡延吉、热爱延吉的理由。

重庆发布旅游美食“渝味360碗”

本报讯（陈潜）由重庆市文化和旅游发展委员会、重庆市商务委员会、重庆市梁平区人民政府联合主办的重庆旅游美食“渝味360碗”发布仪式日前在梁平区举行。重庆火锅、重庆小面、万州烤鱼等43道菜入选“渝味360碗”头碗菜，梁平张鸭子、大足邮亭鲫鱼、老幺泉水鸡等360道菜入选“渝味360碗”。重庆市副市长但彦铮出席活动。

据介绍，重庆旅游美食“渝味360碗”源自川渝地区历史悠久的“九大碗”传统宴席文化。征集活动中共1025道美食参与角逐，涵盖热菜、凉菜、小吃、汤羹类别，经网络投票、专家评审、综合评审，最终产生重庆旅游美食“渝味360碗”，43道菜肴入选重庆旅游美食“渝味360碗”头碗菜。

据介绍，随着游客对美食需求的日益增长，美食IP逐渐成为文化和旅游发展的重要竞争力。重庆旅游美食“渝味360碗”品牌以渝味串联美景，提升旅游知名度和吸引力，借助品牌IP深度挖掘重庆美食文化内涵，系统性归集和发掘重庆各区县美食，形成由特色菜品构成的重庆美食星链，旨在提升重庆美食文化“软实力”，做强美食经济“硬支撑”，助推重庆从“味觉高地”迈向“产业高地”。

“皖美休闲旅游乡村”加快建设

本报讯（朱文文）近日，安徽省推进乡村旅游发展现场会暨2024年旅游强省建设第三次调度会在池州市青阳县召开。安徽省副省长孙勇出席会议并讲话。

会上通报了《实施精品示范工程 打造“皖美休闲旅游乡村”行动方案》起草情况和主要内容。安徽将以打造“皖美休闲旅游乡村”为抓手，深入实施乡村旅游精品示范工程，到2027年，打造200个具有3A级以上旅游景区品质的“皖美休闲旅游乡村”、1000个以上市级休闲旅游乡村，力争建设70个全国乡村旅游重点村镇，建设10个以上具有示范引领效应的乡村旅游集聚区、2个以上国家级旅游度假区，培养1万名以上乡村旅游人才，乡村旅游年接待人数达到5.5亿人次，旅游收入突破4500亿元，直接带动200万以上农民就地就近就业。

会议要求，各地要按照安徽省委、省政府关于加快建设高品质旅游强省和实施“千村引领、万村升级”工程加快建设宜居宜业和美乡村的部署要求，以编制乡村旅游产业专项规划为引导，优化乡村旅游布局；以项目谋划和实施为支撑，提升乡村旅游发展品质；以传播策划为依托，打响安徽乡村旅游品牌。

“好客山东”推介活动走进韩国

本报讯（李晶媛）“好客山东 好品山东”2024韩国推介活动近日在首尔举办。活动现场举行了“鲁韩缘·新时代中国大讲堂”和“交流的目光”摄影采风活动启动仪式。

活动现场，山东省文化和旅游厅推介了山东的人文之韵、物产之丰、民风之淳和好客之道。烟台、济宁、威海以互动推介的方式展示了各地的自然风光和人文景观，分享了中韩之间的珍贵情谊。

活动现场还举办了签约仪式，山东省文化和旅游厅与仁川市旅游发展局、韩国中央日报签署战略合作备忘录，并颁发“好客山东”旅游大使证书。

此外，大国重器、齐风鲁韵、非遗手造、齐鲁风味4个互动展示区也在活动现场精彩亮相，让韩国民众近距离感受山东好客之情、好品之盛。现场还设置了图片推介展区，展示四季分明、物产丰饶、朴实好客、日新月异的新山东。

部分驻韩中资机构、有关协会、媒体、在韩山东籍企业以及山东省直有关部门代表共计200余人参加活动。

广州强化外语导游服务培训

本报讯（陈熠瑶）由广州市文化广电旅游局主办的2024年广州市外语导游服务技能提升培训班近日在广州少年儿童图书馆举办。本次培训旨在提升广州市外语导游的专业能力与服务水平，为第135届广交会嘉宾提供优质“广式服务”。

参与本次培训的学员主要是英语导游，也包括部分泰语、西班牙语等小语种导游。培训以理论知识授课和实地教学相结合的方式进行，包括“外事接待知识”“广州历史概览”“外语导游情绪管理与心态建设”“客源国概况”及“外宾团队接待讲解技巧”等。在实地模拟带团环节，资深中高级外语导游在广州博物馆、南越王博物院（王墓展区）、陈家祠、永庆坊等景区景点进行了现场讲解。

广州市文化广电旅游局相关负责人介绍，随着广州入境旅游的逐步恢复发展，旅游市场对能讲好广州故事、中国故事的优秀外语导游需求进一步增加。广州市文化广电旅游局将为导游搭建更多学习与交流平台，提升导游队伍整体素质，为广州旅游业高质量发展提供人才支撑。

海口开展旅游文体产业招商推介

本报讯（符雄助）2024年海口旅游文化体育产业招商推介会日前在海南省海口市举办。本次推介会由海口市旅游和文化广电体育局、海口市商务局、海口市旅游文化体育产业发展联合会主办，以“相约消博，海口向新”为主题，借助中国国际消费品博览会平台，全面展示海口旅文体产业的良好形象。

本次推介会围绕海口旅游、文化、体育行业资源，从高端会展活动、大型演艺活动、精品体育赛事等产业方向，以大型项目案例分享、品牌主理人创业故事分享等形式，吸引参会嘉宾了解海口、走进海口、投资海口。

推介会上，海口市旅游商品和装备协会会长郗志强以“又见海口”为主题，以南洋文化、东坡文化以及演艺文化、潮流文化的互动交融，讲述海口的城市文化底蕴。来自海口市旅游文化体育产业发展联合会会员单位的3位代表针对2024年美乐家（中国）年会、数字化场馆打造以及大型演艺活动的城市效应等进行了市场分析及案例分享。3位年轻人分享了自身的创业故事，向与会嘉宾展示了海口旅文名片及优质企业风采。

户外展示区域设置了非遗、滨海婚庆、会展/赛事/演艺案例合集三大主题打卡点。同时，主办方组织海口市旅游文化体育产业发展联合会会员单位现场以咨询服务、产品展示、互动交流等形式，让与会人员沉浸式感受海口旅文体特色产品和真诚服务。

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

近日，2025年第九届亚洲冬季运动会迎来300天倒计时，精致可爱的巨型亚冬会吉祥物亮相哈尔滨松花江畔，吸引市民游客打卡拍照。图为4月17日游客与亚冬会吉祥物“妮妮”合影。

视觉中国 供图

“熊猫专列·什邡号”首发

本报讯（潘阳薇 记者 白骅）4月18日，“熊猫专列·什邡号”交车暨首发仪式在成都西站举行。满载游客的列车从成都驶出，沿着川青铁路一路打卡广汉三星堆博物馆、什邡雪茄博物馆等景点后直奔黄龙景区和九寨沟景区。

“熊猫专列·什邡号”车体以三星堆青铜人像为基础色调，融合古蜀之源、大熊猫等四川标志性元素。车厢内部装饰以什邡市的历史文化、自然风光和特色美食为灵感，既温馨又富有特色。

据了解，“熊猫专列·什邡号”全列编组17辆，全列定员466席，包括以什邡地名命名的“蓥华”高级软卧3辆、“马祖”高级硬卧10辆、“雍城”美食车1辆、“师古”多功能娱乐车1辆以及宿营车1辆、发电车1辆。

据介绍，“熊猫专列·什邡号”将重点聚焦川青线，整合三星堆、九寨沟、龙门之巅度假区等精品景区，打造“到四川旅游、坐熊猫专列”精品路线；同时，以成都为中心，串联省外重要旅游城市，助推四川与全国各地文旅资源有效整合。

据了解，2021年，“熊猫专列”火车观光旅游产品推出，先后从成都开行至峨眉、西昌、攀枝花以及贵州、新疆、甘肃、云南等地，已成为四川“文旅+交通”融合发展代表。

随着四川铁路路网日益完善，更多精品旅游景区均可“火车抵达”，四川省文化和旅游厅积极对接中国铁路成都局集团公司，在此前成功运行“熊猫专列”基础上，遵循“政府推动、需求牵引、企业主体、市场运作”原则，推动更多精品旅游列车项目落地。

在此背景下，去年年底，什邡恒阳文化旅游发展有限责任公司和四川成都铁路国际商旅集团有限公司签订合作协议，打造“熊猫专列·什邡号”旅游列车，定位为舒适型银发旅游列车，按照游客需求对列车功能性、舒适性、合理性等方面进行升级改造，并配备专业“熊猫管家”，完善“吃住行游购娱”一站式服务。

免税购物成消博会亮点

（上接第1版）

随着海南自贸港建设政策红利的持续释放，海南国际旅游消费中心建设不断推进，越来越多的国际头部品牌看好海南离岛免税市场，相继选择在海南布局，深耕海南旅游零售市场。近年来，雅诗兰黛、印尼火船集团等国际品牌纷纷在海南设区域总部、开新店。

4月9日，申亚集团与DFS迪斐世集团在三亚签约，双方将联手打造申亚迪斐世DFS亚龙湾项目，预计全面运营后将吸引超过1000个奢侈品品牌，为国内外游客提供高质量国际一线奢侈品品牌消费体验。

消博会现场，德国专业护肤品牌Babor海口首店、瑞士皮肤学级防晒品牌Ultrasun海南首店纷纷入驻海控全球精品免税城，并携众多首发首秀新款产品亮相。

同时，为进一步释放消费活力，政府部门和离岛免税企业正联合发力，通过发放优惠券、代金券等促销活动，活跃免税消费市场。

据了解，“十四五”期间，海南将加快完善全岛免税销售网络，实现国外商品和国内购买力充分对接，吸引免税购物回流3000亿元。今年，海南还将擦亮离岛免税金字招牌，打造品种、价格、服务竞争优势。

宁夏研讨红色旅游资源开发利用与管理

本报讯（王涛）由宁夏回族自治区文化和旅游厅主办、宁夏旅游协会承办的2024年全区红色旅游资源开发利用与管理专题研讨班日前在固原市西吉县举办。

本次研讨班围绕“做新时代红色故事的精彩讲述者”“新质生产力理念下红色旅游开发与提升”等主题，通过专家授课、座谈交流、主题沙龙、红色讲解员汇报展演、景区现场观摩等方式，研讨交流学习红色旅游资源利用与开发的先进经验。

近年来，宁夏深度挖掘红色文化资源的精神内涵和时代价值，先后建成六盘山红军长征纪念馆、将台堡红军长征会师纪念园等红色旅游景区景点12个，举办2023年宁夏首届红色文化旅游节、全区红色故事讲解员大赛等活动，推出精品红色研学线路，组织全区中小学校开展红色研学活动等。近5年来，宁夏红色旅游共接待游客1530万人次，年均增长36%，红军寨、龙王坝、乔家渠等众多红色景点成为中老年人重温激情岁月、感怀时代变迁的体验地和年轻人聆听红色故事、缅怀革命先烈的打卡地。

浙江宁波乡村旅游投融资签约6.5亿

本报讯（章璇）4月18日，2024宁波市乡村旅游季暨“花漾宁海·四季有约”强蛟蓝湾共富之旅启动仪式在宁海县强蛟镇举行。此次活动由宁波市文化广电旅游局、宁海县人民政府主办，活动现场，宁波市12个乡村旅游融资、运营和建设项目正式签约，总金额达到6.5亿元。

宁波市文化广电旅游局现场发布了《宁波市“乡旅共富路”品牌打造行动计划》，提出到2026年，完成乡村旅游投资500亿元以上，全市乡村旅游年接待游客达6000万人次，乡村旅游收入占旅游总收入达10%以上，乡村旅游满意率达95%以上。

活动现场，主办方推出“赏乡野”“尝乡味”“赶乡集”等十大主题活动共140余项子活动，还发布了10条乡村旅游精品线路。这些线路串联起全市乡村的网红景点和业态场景，邀广大市民游客赏乡间美景、品乡愁韵味、尝农家美食、住特色民宿。

编辑：赵腾泽 电话：010-85168031 E-mail：ztz@ctnews.cn