

开发老资源 营造新场景

优质文旅新品成市场新宠

本报记者 赵珊



四川建昌古城游客如织。



游客在浙江安吉云上草原国际山地旅游度假区体验飞拉达。



辽宁大连熊洞街迎来众多游客。

性、创新性和跨界性，形成了广泛的影响力。

文化和旅游部资源开发司副司长赵建军说，“中国服务”品牌以创新为切入点，向行业推介旅游产品创意案例，响应业界需求，鼓舞和促进广大旅游企业创新发展。

世界旅游联盟副主席许澎认为，大会聚焦行业热点、分享典型案例，促进行业持续不断推出新产品、拓展新服务、培育新业态、形成新动能。

利用废旧场地

在推介的7个案例中，唐山宴、大连熊洞街、云台山·云上院子分别由闲置的商场、旧工业厂房、荒废的古村落，打造为文旅商综合体，注重游客的参与度和体验感。以旅游为主导，商业消费做配套，打破传统景区收门票的做法，形成以消费驱动的免费开放式场景。

唐山宴自2018年开业以来，迅速成为唐山文旅新地标，融合仿古建筑与现代元素，集特色餐饮、民俗传承、文化展示、休闲观光、研学实践于一体，通过复原历史场景、实物展示、传统文化演绎等方式，打造出“餐饮+演艺+文创化”的新消费场景，成为京津冀最具人气的旅游休闲目的地。唐山宴业态不断迭代升级，将冀东文艺三枝花——皮影戏、评剧、乐亭大鼓等非遗文化元素融入消费场景，通过活态化的展示和体验，

让游客感受唐山的文化底蕴。一个优质的新文旅产品，足以改变一座城市在市民、游客心中的认知。三年前，人们很难想象一个叫“熊洞街”的地方能成为大连的创新型地标。一万平方米的熊洞街，去年接待游客140万人次。熊洞街利用高科技打造机械巨熊，结合时下流行的国潮、赛博朋克等元素，链接商业与主题游乐，集巨熊巡游表演、美食娱乐、潮流艺术、科技研学、潮玩周边和夜经济于一体，成为年轻人的欢乐街。

云台山·云上院子是在一座废弃20多年的学校上建起的民宿，就地取材，修旧如旧，用美学设计唤醒了沉睡的山村资源，实现了从废墟到民宿的“蝶变”。云上院子目前有13间客房以及古槐书院、石窑洞茶室、共享厨房、文创艺术工作室、废墟剧场、云中酒馆、星空营地等配套业态，形成一个文创、乡创、艺术、田园、康养、亲子、耕读、旅游等多项产业融合的综合体，激活乡村经济，带动农民创收。

焕新城市活力

中国历史悠久，各地遗存的古城古镇古街众多，但“千城一面”、过度商业化等仍是一些古城古镇古街改造面临的主要问题。位于四川省凉山彝族自治州的建昌古城、江苏省南京市的熙南里历史文化休闲街区，为古

城古街的改造和旅游的可持续发展提供了借鉴。

建昌古城已有600多年历史，是古代“南方丝绸之路”和“茶马古道”的必经之地。建昌古城被称为西昌历史文化的活化石，据不完全统计，建昌古城文物分布多达2400余处，古遗址、古墓群、古石刻、岩画、古建筑遍及全城。

2021年下半年，建昌古城保护更新项目全面启动，华采堂企业承担了建昌古城的城市有机更新，投入近两百名设计师，近千名工匠，重塑古城肌理，焕新城市活力，擦亮西昌“中国历史文化名城”名片。古城一街一景、一院一格、一房一调，商贾文化、军屯文化、民族文化在这里交织。针对不同建筑的特点，提前规划匹配的商业业态和景观，避免了商业化气息过浓和连锁品牌泛滥的问题。同时，古城大量非遗文化和地方风物，如彝族漆器银饰、南红一条街、唐卡博物馆、树下美术馆、蜀绣博物馆等，不仅丰富了游客的观赏和体验选择，也大大增强了景区的文化魅力和游客的体验感。

熙南里曾是明清时期南京城最繁华的商业中心。熙南里历史文化休闲街区通过历史文化+建筑打造、江南文化+场景体验、创新科技+网红IP的运营方式，打造出独具南京文化特色的夜经济品牌。熙南里围绕“新业态”，布局新业态，夜间消费精彩纷呈。夜游在打造主题亮化夜景的同时，推出精品博物馆夜游项目“甘宅雅韵”。夜购引进非遗工坊、网红夜市、24小时互联网超市等。夜娱为游客打造了博物馆沉浸式演出《甘宅雅韵》，持续推出户外胶片电影——“星光电影院”。夜宿实现精品酒店、特色民宿互补。夜读引进樊登读书会、复兴书店等品牌，打造街头阅读亭；利用数字化打造24小时无人书店；举办读书会、读书沙龙、古旧书市，让文化消费火起来。夜间健身则是培育特色赛事，通过组织街头篮球赛、儿童卡丁车比赛等活动带动夜间体育消费。

创新旅游产品

浙江省安吉县余村是“两山”理念诞生地，昔日的赤豆洋荒山如今已变身为云上草原国际山地旅游度假区。

旅游景区的开发，在设有历史文化资源资源赋能的情况下，如何在保护“绿水青山”的同时打造“金山银山”，成为旅游业者面临的问题。

云上文旅集团瞄准赤豆洋的高海拔、常年有绿、冬天有雪，地理位置上处于长三角黄金区域等优势，判断其发展四季山地旅游大有可为。当地随即开发云上草原国际山地旅游度假区，聚焦年轻人市场，建设富有趣味性、康体性的旅游体验项目，创新四季山地旅游产品体系，打造出天空之阶、悬崖秋千、彩虹滑草、飞拉达·悬崖穿越等30余个高山草原游乐项目。此外，景区还瞄准南方冰雪户外运动，打造中国南方最大规模的户外滑雪场，成为南方冰天雪地里的“金山银山”。

云上草原的开发经验带给业界启发和思考。这种开发“荒山秃岭”的实践，颠覆了传统的景区开发资源观。2019年7月景区开业，当年实现营收0.5亿元。2023年景区为山川乡创造了年接待220万人次、旅游总收入超9亿元的经济效益，村民人均收入由几年前的2万多元增加至6万多元，有力促进了共同富裕和乡村全面振兴，让无人问津的荒山冷资源变成四季盈利景区。

照片均由受访者供图

南京旅游援疆持续推进

喀赞其老城绽新姿

高红叶 杨宪平

“喀赞其是一个多民族融合的地方，文化包容性强，风景特别美，人民热情好客，我非常喜欢这里。”近日，正在喀赞其游览的甘肃游客赵文龙说。

新疆维吾尔自治区伊宁市从2007年开始对伊犁老城喀赞其核心区进行保护性改造和旅游开发，伴随南京援疆工作的推动，援疆资金不断注入，为喀赞其文化旅游区发展提供了有力保障。

位于喀赞其文化旅游区的石榴花展览馆，由南京援疆资金投入建设，在今年8月落成使用。近期，开馆以来的第一场展览“湖蓝色的院墙”万众记忆——伊犁老城摄影作品展，吸引了不少市民游客参观。每天早晨，热闹的迎客舞在展览馆前精彩上演。石榴花展览馆在喀赞其迅速“出圈”，不仅成为旅游区体现“文旅融合美好生活”的核心景点，也是展现伊宁魅力的重要窗口。

漫步喀赞其，只见房前屋后种满果树和鲜花，潺潺流水环绕蓝墙，哈迪克铃叮当作响……这里的路宽了、房屋修缮了、做生意的居民多了，人们的生活更加美好。4年前，凯沙尔·阿布来提从父亲手中接过经营了20年的手工皮鞋店。他告诉笔者，过去鞋店的大部分顾客是当地居民，店里月收入1000元左右。喀赞其成为文化旅游区后，全国各地的游客来到这里，现在店里月收入能达到1万元以上。“没有南京援疆，我们也不会有这么好的

生意，现在顾客多，皮鞋做得很好，我正准备开直播，在线上、线下一起销售。”凯沙尔·阿布来提说。

同样由南京援建的锡伯车马店落成，这也是较早通过援疆资金改造的项目之一。来到喀赞其的游客，几乎都会到这里来看一场精彩的歌舞表演。

尼嘎拉·阿布力克木从小就生活在喀赞其，2012年成为舞蹈演员，这些年她用舞蹈向游客展示着美好伊宁。“现在来喀赞其的游客特别多，我们的收入也很不错，这一切都离不开南京的援助。”她说。

玉苏甫·阿布都热木今年成为喀赞其的一名马车师傅。过去马车曾经是出行的交通工具，他的父亲靠赶马车养活一家人，而今乘坐马车已成为游客感受民俗风情的方式。他说：“我现在有40辆马车，收入还不错，家人的生活也越来越好。”

说起南京援疆带给喀赞其的变化，伊宁市卡山其民俗旅游开发有限责任公司总经理马丽英如数家珍：“当地文旅业态不断丰富，我们的工作从之前十几人增加到现在的几百人，还带动当地几千人就业，人们生活水平不断提高。”

这些年来，江苏援伊·南京工作组投入资金，重点完成了石榴花展览馆、南门二期游客服务中心、乌兹别克大院维修改造、锡伯车马店等项目，喀赞其旅游业发展内涵不断升级。如今的喀赞其已成为伊宁市响当当的旅游名片。



舞蹈演员在石榴花展览馆前为游客表演迎客舞。

高红叶摄

华中地区又添室内滑雪场

武汉城建热雪奇迹开业迎客

本报电（雯莹）华中地区超大规模室内滑雪场——武汉城建热雪奇迹近日开业，为华中地区的冰雪运动发展注入新活力。在娱雪区、雪上闯关、雪球打靶等趣味玩雪挑战活动颇受市民游客欢迎；在滑雪区，各条雪道上酣畅“练活”的游客沉浸其中，“武汉OPEN”武汉城建热雪奇迹首届单板自由式公开赛也在此举行。

从娱乐体验到专业滑雪一应俱全，从“大众冰雪”到“竞技运动”全面覆盖，武汉城建热雪奇迹融合了冰雪旅游和冰雪运动。滑雪场面积约6万平方米，垂直落差最高73米，直滑道最长400米，雪道最宽处达60米。雪场拥有6条初中高级雪道，设有室内脱挂式索道和魔毯，能满足多样化的滑雪需求，此外还配备双人魔毯的专属儿童教学区和专业的体能训练室，适合进行青少年滑雪培训。

武汉城建热雪奇迹滑雪场位于甘露山文创城。文创城由武汉城建集团投资打造，占地约560万平方米，是中部地区投资多、体量大、业态全的文化旅游综合体。文创城除武汉城建热雪奇迹外，还有冰雪商业Mall、宋式水镇商街、潮玩嘉年华和品质民宿集群等多业态，以滑雪为主，打通休闲娱乐、购物、住宿全消费场景。

热雪奇迹多年来深耕冰雪产业，以四季雪场运营为核心，提供青少年滑雪培训、大众冰雪运动、专业赛事等服务，全面呈现四季冰雪消费多元场景，为游客带来家门口的一站式畅滑体验。热雪奇迹运营管理项目布局全国20余个城市，已在广州、成都、哈尔滨、昆明、西安、武汉等城市开了9个室内滑雪场，预计2025年，石家庄、苏州、深圳等城市的室内雪场将陆续迎客。



市民游客在武汉城建热雪奇迹滑雪。

热雪奇迹供图



近年来，云南省丽江市以建设世界文化旅游名城为目标，持续提升丽江古城、玉龙雪山等景区品质，强化服务保障措施，推动文旅市场高质量发展。据统计，今年1至9月，丽江市接待游客6866.3万人次，同比增长20.71%。

图为游客近日在丽江市玉龙雪山游玩。

新华社记者 胡超摄

“囤旅游”受游客青睐

本报记者 赵珊

2024年飞猪“双11”“全球旅行节”日前落下帷幕，活动商品成交额较去年实现两位数增长，交易用户数较去年增长40%，有22个品牌的活动商品成交额突破1亿元。

先囤货、后使用的“囤旅游”消费形式受到游客认可。今年飞猪“双11”，消费者数量同比增长40%，约1/3是新用户。同时，“囤旅游”的范围越来越大，“双11”累计售出近100万张“随心飞”及机票次卡、近300万件酒店套餐、超110万件乐园门票及玩乐套餐，均刷新历史纪录。从房车游次卡到包车游通兑，从北极邮轮游到跨越多国的32个城市酒店通兑，新的旅游内容和商品形态不断加入；从新疆喀纳斯到西藏波密，从挪威斯瓦尔巴群岛到新西兰皇后镇，动销商品覆盖全球近200个国家和地区。

飞猪数据显示，“双11”出境游活动商品销量占比同比增长30%。从消费者

下单情况来看，中国香港、日本、中国澳门、泰国、韩国、马来西亚、美国、新加坡、越南、澳大利亚等是热门目的地，冰岛、土耳其、柬埔寨、斐济、法国等目的地的销售同比增速最快。

今年“双11”“囤旅游”商品的预约使用进度显著加快。飞猪数据显示，截至11月12日零时，已预约的活动商品成交额同比增长近90%。其中，包括上海迪士尼度假区、北京环球度假区、日本环球影城等在内的热门主题乐园，预约率同比大幅提升，部分热门线路游活动商品的预约率已接近50%。

中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山认为，飞猪“双11”旅游商品热卖，是消费者需求变化、旅企创新变革以及市场趋势发展共同作用的结果。这种“先囤货，后预约使用”的预售模式体现了旅游行业的创新和变革。