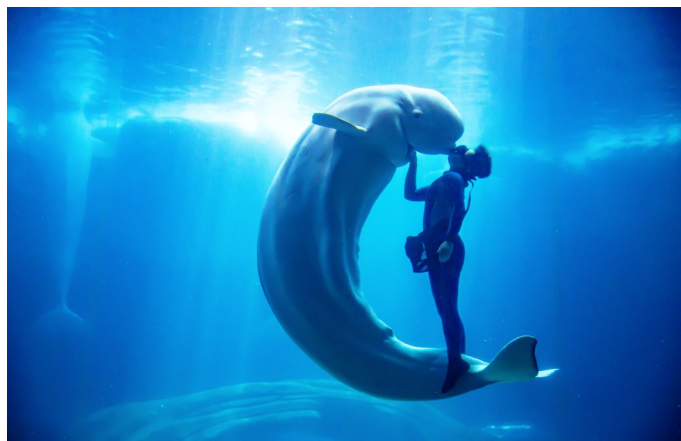


多地打造“夏日限定” 燃旺城市游玩人气



在位于浙江省杭州市萧山区的杭州长乔极地海洋公园内,工作人员与白鲸进行亲密互动。萧山区文化和广电旅游体育局供图

■中国城市报记者 胡安华

随着暑期旅游黄金季的到来,全国多地推出了消暑避暑类主题线路、夜游潮玩类主题线路等一系列文旅活动,进一步深化文旅惠民举措,激发文旅消费活力。

一段时间以来,“city不city啊”网络语爆火(有解释称,该网络语是指“时髦不时髦”“有没有城市格调感”),城市游持续升温。

在此背景下,各地如何结合夏季旅游特点,撬动文旅消费新市场,拓宽消费增长新空间,助力城市火“出圈”?

亲子旅游同欢乐 场景丰富体验多

正值暑期,以探索和文化体验为主的亲子游升温。中国城市报记者了解到,浙江省杭州市萧山区推出了相关旅游线路,即杭州长乔极地海洋公园—跨湖桥遗址博物馆—湘湖越界《湘湖雅韵》演艺,让亲子游客尽享乐趣。其中,在杭州长乔极地海洋公园,游客不仅能观赏到北极熊、企鹅等种类繁多的极地动物,还能看到白鲸、海豚、海象、海狮等大型海洋哺乳动物。

除了杭州萧山,也有不少游客选择带着孩子走进安徽省宣城市绩溪县,“重走徽商路、感受徽文化”。古韵缭绕的绩溪县上庄镇是徽文化的重要发源地。徽墨、徽雕等文化品类更是熠熠生辉,吸引着无数亲子游客前来体验。

在福建省福州市,“夏一站 趣福州”2024年福州研学旅游季启动,主办方推出了“闽都之光·名人精神的薪火相传”“红色传承·重走闽江地下航线”“摩崖题刻·浓缩千年精华的‘东南碑林’”“智趣非遗·解锁暑期新玩法”“乡村日记·农事劳动促成长”等亲子研学游

线路。丰富多彩的活动,既能让游客沉浸式地感受福州深厚的历史文化,又能使其直观地体验传统非遗技艺,寓学于游。

据悉,福州市文化和旅游局联合全市文旅企业、非遗传承基地等主体推出了100项形式多样、内容丰富的亲子研学游产品,包括闽都文化、非遗体验、科普教育、乡村童趣、运动军事等5个类别,地点范围涵盖多个区县及景区。

文旅产品有情怀 暑期“大餐”滋味足

以音乐为媒,与知音为伴,这个夏天,“杭州处处有歌声”。在杭州,全城设有50余个欢唱点,散落在杭州的文艺赋美点位、水上游船、商圈广场、城市微地标、景区景点等,让市民、游客在城市的角角落落与歌声不期而遇。

值得一提的是,“时光的胶片”音乐市集依托杭州市滨江区长河古镇的历史底蕴及古街风貌,利用“长河槐市”原有市

集资源,结合旅游、观光、购物、消费等内容,展现出丰厚的时光情怀。在复古风浓郁的市集里,黑胶唱片、旧版音乐杂志、CD光碟等老物件拉近了时空的距离,让市民、游客穿梭在岁月的隧道里,重温埋藏在心底的一段段美好的音乐回忆。

结合夏季旅游特点,串联区域特色旅游资源,陕西省文化和旅游厅策划推出了“一路向北”避暑游、“悠然秦岭”度假游、“黄河华影”山水游、“地道关中”人文游、“沿黄公路”自驾游5条精品畅游线路。此外,陕西各地还推出了4大类500余项特色“清爽活动”,其中包括文旅消费类主题活动、亲水类主题活动、休闲避暑类主题活动、文化演出类主题活动等。

北京市文化和旅游局则通过统筹全市暑期重点活动,推出“缅怀致敬红色游”“炫酷工业科技游”“长城古迹探寻游”“月光北京欢聚游”“访古探幽文博游”“绿荫戏水避暑游”“演艺之都沉浸游”“冬奥文化体验游”八大系列主题活动。

有专家认为,北京作为传统热门旅游目的地之一,通过在暑期推出众多玩法多元、体验感强的旅游产品、游览线路,将继续吸引游客前往,持续“点燃”文旅市场。

文旅惠民措施 助力暑期消费

今年暑期,福州市持续推出“好年华 聚福州”旅游观光活动,并通过“好年华 聚福州”引才活动平台微信小程序,向全日制大中专院校学生提供自主游览和专线游览服务,在线上向广大学子免费发放一批A

级旅游景区门票及内河游、闽江游等项目船票。

福州市文化和旅游局还携手同程旅行推出福州文旅夜经济消费补贴大促,组织文旅企业推出一系列文旅惠民活动,如三坊七巷、贵安欢乐世界、福建凤翔首邑温泉度假村、闽越水镇等景区推出门票优惠,红罍公社、心上莲、福州首开君澜温泉酒店等推出餐饮和住宿优惠吸引游客。

而在云南大理,“航空+旅游”的方式让游客实现高效游,进一步激发三、四线城市航空市场需求,促进大理与周边县乡的经济文化交流。近期,大理白族自治州文化和旅游局联合大理机场、东方航空、南方航空、中国国航等企业来到宾川县开展云南航空文旅“机票大篷车·进县下乡”活动,通过大篷车进县下乡的形式,深入基层地区,宣传机票优惠信息及航空出行的便利,提高机场的知名度和销售量,拓展新的客户群体。

浙江省也推出了一系列暑期文旅惠民举措,鼓励各地结合暑期特点,因地制宜配置文旅消费券种,优先采用“即申即用”“免申即享”方式,提升游客获得感;鼓励各地联动金融机构、电商平台、新媒体平台和旅游景区、星级饭店、“百县千碗”体验店等经营主体,推出暑期专享票价优惠、消费满减、折扣套餐等惠民活动;依托“游浙里”等平台,适时推出浙江文旅惠民卡。

凸显城市特色 激发文旅动能

眼下,全国多地为推动文旅市场繁荣发展,推出了一系

列“夏日限定”活动,有利于撬动文旅消费新市场、拓宽消费增长新空间、助力城市火“出圈”。

对此,北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云在接受中国城市报记者采访时表示,我国的旅游城市可以结合暑期旅游市场的特点,加强文旅营销策划。比如让旅游达人以视频方式破解文旅传播“流量密码”,推荐他们走进当地具有深厚文化底蕴的景点,在内容呈现上重视故事的连贯性和逻辑性,从而让地方文化的传播更加生动有趣,更容易被大众接受。

从“进淄赶烤”、贵州榕江“村超”的爆火,再到甘肃天水因麻辣烫“出圈”,多地不断创造“消费传奇”。北京文化创意产业研究中心主任、知名文化产业学者郭万超表示,实际上,有些新兴网红城市“出圈”前在网络媒体上的曝光度相对较低,在文旅市场的知名度并不高。例如,在“出圈”爆火前,贵州榕江的微信搜索指数为200多万,甘肃天水的微信搜索指数为400多万,与上海的5亿相比,相差甚远。然而,正是因为这些城市处于二线及以下,其消费水平、商品价格相对较低,所以自带“高性价比”优势。相比传统旅游城市“虚高”的消费价格,这些城市的“高性价比”凸显了极为“接地气”的亲和形象。

此外,郭万超建议新兴网红城市凭借短视频等新媒体传播,以娱乐活动或美食为中心,融入地方特色文化,打造亮眼的城市名片,吸引游客注意力。他认为,可以结合各城的背景,既营造出烟火气息浓厚的城市“人情味”,又塑造出热情大方的城市形象。



江苏宿迁：构建特色场景 促进农文旅融合发展

江苏省宿迁市宿城区蔡集镇新落成的牛角村MOMO乐园色彩艳丽、项目丰富。牛角村MOMO乐园以“亲子+”理念,集家庭游玩、研学科普、休闲娱乐等功能为一体,成为周边市民家庭丰富孩子假期生活、实现家门口“微度假”的好去处。

近年来,宿城区按照城乡融合、农文旅融合、一二三产业融合的发展理念,因地制宜建设牛角村欢乐田园度假区、朱海休闲运动小镇、田洼智慧农业园等一批农文旅项目,走出一条农文旅融合发展的新路径。

史家民摄