

天水之后会是谁?“文旅热”如何热得久?

新华社记者 文静 杨思琪 张武岳

一个城市的历史遗迹、文化古迹、人文底蕴,是城市生命的一部分。甘肃天水凭借麻辣烫“出圈”,短短20多天实现旅游综合收入超20亿元。权威数据显示,去年国内游客出游总花费接近5万亿元。

从淄博烧烤到贵州榕江“村超”,再到“尔滨”冰雪,一些地方呈现出文旅火爆的态势,更多城市管理者开始探索文旅大市场的新活力。

“网红”城市上新,文旅消费的潜力有多大?

“开了26年店,像现在这样一天接待七八百位外地客人还是破天荒。”天水海英麻辣烫老板哈海英说,店门口从清晨6点排队到晚上9点,麻辣烫的竹签每天要用成千上万根。

天水麻辣烫火了之后,各地游客涌向这座西北古城,品尝美食的同时,打卡麦积山石窟、探访伏羲庙、观赏千年古柏……

坐高铁进“淄”赶“烤”、榕江“村超”全网关注、“尔滨”现象火爆、天水麻辣烫走红……近两年,地方文旅接续“出圈”,一个个IP涌现,“网红”持续上新。透过这波热度,也可以明显感受到文旅对消费的撬动力量。

数据显示,3月1日至26日期间,天水市累计接待游客353.6万人次,实现旅游综合收入20.5亿元。

无独有偶,哈尔滨春节假期8天接待游客1009.3万人次,旅游总收入达164.2亿元;榕江“村超”去年获得数百万人次到访和数十亿元旅游收入;淄博2023年实现国内旅游收入约630亿元,同比增长68.42%。

据文化和旅游部测算,去年全国国内出游人次48.91亿,出游总花费4.91万亿元。今年春节长假,全国国内旅游出游4.74亿人次,总花费超过6300亿元。



▲游客在位于天水市秦州区的天水古城参观游览。
新华社记者 范培坤摄

▲天水古城人潮涌动。
新华社记者 范培坤摄

今年的政府工作报告提出,积极培育文娱旅游等新的消费增长点,大力发展文化产业。近期,一系列释放文化和旅游消费潜力的利好政策举措出台。

甘肃省旅游发展研究院执行院长把多勋认为,大家的消费需求越来越多元化和个性化,关注点可能是某个著名场景、特色美食、极具烟火气的生活体验和多彩的文化展示,大城小县都有“出圈”的机会,文旅消费可挖掘的空间巨大。

“文化和旅游、诗和远方已经成为人民群众对美好生活向往的重要内容。”文化和旅游部部长孙业礼在今年两会“部长通道”上表示,文化和旅游产业链长,收益面广,涉及各行各业,文旅可以“加”百业,百业也可以“加”文旅,百业只要加上了文旅,既带来了人气,又开辟了财源,就会出现人财两旺的好势头。

底蕴、特色、实诚劲儿,一个都不少

文旅热的“流量”密码是什么?记者梳理最近一年的“出圈”之地发现,这些地方无一例外凸显出底蕴、特色和实诚劲儿三个关键词。

丝绸之路重镇天水,位于陕、甘、川三省交界处,是“羲里娲乡”,秦人在此放马、建都,蜀魏在此拉锯争雄,东西文明在此交汇,“中国四大石窟”之一的麦积山石窟坐落于此。

“冰城”哈尔滨,冰雪文化底蕴深厚,是冰雪运动爱好者的首选之地;索菲亚大教堂、哈尔滨火车站等建筑极具异域色彩;被联合国授予“音乐之城”称号。

齐风古韵、蒲翁故里、陶琉名城……淄博同样拥有深厚扎实的人

文基因,所辖临淄区是春秋战国时期齐国国都,灿烂的齐文化给淄博留下了厚重的历史文脉。

“多地走红的背后,是厚重的城市底蕴和丰富的历史文化资源,这也是延长‘流量’的重要支撑。”把多勋说。

从哈尔滨的雪花到上海的繁花,从泉州的簪花到三亚的浪花,从天水的麻辣烫到淄博的烧烤……无论东西南北,各地的“火热”都离不开具有高辨识度的本地特色。

油泼辣子的鲜香和手擀粉的爽滑成就了别具风味的天水麻辣烫,小饼烤肉加蘸料组成了淄博烧烤“灵魂三件套”,特色美食成为解锁城市文化地图的一把钥匙。

现场观众拿着锅碗瓢盆助威呐喊,比赛奖品是本地香猪、香羊、小香鸡等特色农产品,村民身着民族服饰进行拉拉队表演……榕江“村超”以

溢出屏幕的农趣农味和群众发自内心的热爱,打动了网友的心。

感人心者,莫过于诚。实诚劲儿也是多地火爆“出圈”的必杀技——热情、真诚和贴心服务一以贯之。

服务主打一个“实”。在天水,爱心车队暖心迎客,行李寄存点设置及时、考虑周到。哈尔滨及时关注游客留言投诉,接诉即办,道歉整改。淄博严明要求明码标价、诚信经营,向缺斤少两说不。

将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济

“网红”之后,如何留住文旅热度,将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济?这成为多地城市管理者的探索课题。

记者近日在淄博曾经的热门打

卡地八大局市场采访发现,部分“网红”烧烤店已更换招牌,销售体现民俗文化亮点的产品。不久前,淄博举办首届萝卜糖球民俗文化节,精品百货、特色美食、变脸、打铁花等非遗传表演,带来视觉与味觉双重享受。

随着“尔滨”爆火,冰雪大世界AR冰箱贴、索菲亚教堂蛋糕、大雪人甜品、“恋上哈尔滨”立体贺卡等各类文创产品一道“出圈”,不仅包含着地域特色、奇思妙想,更有科技赋能、IP加持。

中国旅游研究院院长戴斌认为,想形成持续关注,要在城市形象塑造、旅游设施建设、特色文化推广等多维度发力,充分挖掘地域文化特色,因城施策,打造个性化的城市IP。“与其追逐表面上的浪花,不如把河床打得更坚实,打好自家特色牌,让城市IP的吸引力更细水长流。”

在陕西西安的沉浸式街区,游客“变装古人游长安”;在广西阳朔,依托喀斯特地貌打造的攀岩节让运动休闲融入山水观光;住进莫干山乡村民宿体验农趣、享受慢生活;走进三星堆博物馆看数字化技术助力古老文物“活”起来……当旅游产品和服务愈发丰富优质,文旅热就不再局限于“眼球”经济。

千招万招,关键在于落实,接好接力棒。今年年初,全国各地的文旅部门纷纷通过社交媒体平台为自己的城市宣传推介,输出创意短视频、喊话明星为家乡“上分”。

戴斌认为,当“流量”来了,除了打造消费场景,更要守护市场秩序,营造良好的市场环境,同时防止短期过度投入造成资源浪费。

互联网用户的需求是不断变化的,要持续跟踪、把握变化。黑龙江省文旅厅副厅长齐斌说,要进一步做好消费市场调研,消费热点跟踪和消费心理预测,将“流量”转化为核心竞争力。

(新华社北京4月1日电)

既赚人气又赚钱 重庆马拉松做对了什么

新华社记者 谷训

它是中国西部首个全马赛事,它是世界田联金标赛事,它还被业内人士认为是中国市场化程度最高、盈利能力最强的马拉松赛事之一。

“重庆马拉松已经成了一个非常有价值的商业IP,是重庆的城市名片,更是中国马拉松赛事体系中市场化运营的标杆。”中国马拉松大满贯组委会执行主席金飞鸿说。

3月24日举办的2024年重庆马拉松吸引了一众国内外高手参赛,男、女冠军均打破赛会纪录。来自全球26个国家和地区的3万名马拉松运动员和爱好者参赛,全马选手和迷你马选手各1.5万人。本届赛事预报名17万人,其中全马报名人数超过

15万人,中签率为3.98%,报名人数创历史新高,中签率则创历史新低。本届重马跑者、中国科学院院士施一公在赛前对记者说:“重庆是一个很迷人、很浪漫、很优秀的城市,很高兴能在重马赛道上再一次感受重庆的美丽。”

“马拉松是生根于城市的,知名的马拉松赛事都有非常突出的‘城市性格’。”重庆重马体育发展有限公司董事长李伟说,重马最突出的“城市性格”就是烟火气。按照跑友爱用马拉松举办地的特色美食来给赛事取昵称的习惯,重庆马拉松又被称为“火锅马”“小面马”。

城市赋予重马性格,重马则改变

了重庆人的运动观念。李伟说,2011年前,重庆市民对马拉松的认知度还很低,2014年以前报名都报不满,还得靠主办方发动企事业单位组织报名。而现在,重庆已有上百个民间跑团,跑团成员从几十人到上千人不等。以前的比赛大多是跑者个人报名,现在以跑团为单位报名的越来越多。

金飞鸿认为,与其他大众运动项目相比,马拉松的一大特点是受众人群众广、参与度高,因此办好一场马拉松就是对整个城市的一次有力宣介。“重马现在已经成了重庆一张靓丽的‘城市名片’。”金飞鸿说。

近年来,中国马拉松赛事如雨后

春笋般诞生,全年大大小小的马拉松赛事有千余场。“我认为这是因为马拉松赛事同时具有全民健身、城市营销和促进消费三项功能。”李伟说,在服务全民健身、健康中国国家战略的同时,马拉松赛事还应“念好生意经”。

重庆马拉松自2018年开始实现盈利。2019年2月,南岸区属国有企业重庆重马体育发展有限公司成立,负责重马赛事运营,开始由政府主导走向市场化道路。金飞鸿认为,政府可以作为赛事的前期培育者,赛事成长到一定程度后就应该交给市场。“国内外成功的赛事体系走的都是市场化道路,(这样)才能够长久。”

现在,重马体育公司在聚力打造系列品牌赛事的同时,逐渐拓展非路跑业务,开展了体育培训、研学活动、大众田径达标、健身健美赛事等业务,朝着大健康产业迈进。

早在2014年,重马就首次尝试了商旅文体联动。2016年,首次举办重马体育健康产业博览会。2018年携手四川航空打造川航重马航班,品牌运营和市场营销深度融合。2019年重马体育公司成立后,加强了商旅文体融合,举办了重马体育博览会、重马嘉年华等配套活动。2023年,首届重马国际消费节举办,实现“展+会+赛+节”四位一体。

本届重马为促进文体商旅深度

融合,实现体育为经济赋能,先后举办了2024成渝体育产业联盟暨第六届重庆市体育产业博览会、重马“火锅马”美食节、重马国际消费节、无人机光影秀、长江商学院邀请赛等配套活动。在2024成渝体育产业联盟暨第六届重庆市体育产业博览会上,8个体育战略合作项目在会场集中签约,签约总金额达20亿元。

谈到体育赋能经济的功能,李伟说:“马拉松是一个大平台,可以搭载和链接很多内容。”目前,重马“跳出体育做体育”,与旅游、商贸、文化等多领域的合作都取得了理想的收获。

(新华社重庆3月30日电)

讲文明树新风 公益广告

文明健康 有你有我

清明时节 文明祭祀除陋习 孝心同样慰先人



QINGMING

中共福州市委文明办 宣