

# 流量来袭

## 重庆文旅如何接住“泼天的富贵”

这个冬天，“尔滨”成了当之无愧的“顶流”，这把火也自北向南“燎遍”全国。

近日，重庆市文旅委邀请青年演员、歌手肖战为家乡代言，一度冲上热搜榜，网友们直呼“重庆文旅是听劝的”。面对这场“泼天的流量”争夺战，有人说，“卷”总比“躺”好，“卷”也是履职，是积极作为。

重庆文旅发展该如何借势？

”



大足石刻景区，游客饶有兴致游览参观。 据重庆日报

### 1 重庆旅游要事多 文旅消费成绩“靓”

奉节地处长江三峡国际黄金旅游带核心区，拥有长江三峡第一峡瞿塘峡、千年诗词胜迹白帝城、10元人民币背景图案夔门、三峡之巅等知名景点，是中华诗城、山水文化名城。

奉节县委书记张果介绍，2023年，奉节接待游客3111万人次、过夜游客176万人次、购票游客193.97万人次，旅游综合收入179.9亿元，分别增长21.52%、16.82%、40.35%、25.12%。“今年，我们将全面贯彻全国、全市宣传思想文化工作会议精神，迭代升级思路举措，加快推动文化旅游高质量发展，助推‘大三峡’全域旅游振兴。力争实现接待游客3800万人次，过夜游客、购票游客、旅游综合收入分别增长14%、16%、20%以上的目标。”

“这两年，我们突出打造了‘巫山神女’主品牌IP和‘红叶、猕猴、脆李、烤鱼’特色品牌IP，努力做好城市品牌形象宣传和品牌推广。”巫山县委书记曹邦兴说，通过构建“吃住行游购娱”全要素产业链条，持续提升旅游服务质量，巫山县全方位提升了游客的游玩体验。

近年来，位于渝西的荣昌区也在擦亮“千年荣昌”城市名片上下足了功夫。“荣昌是一座文化厚重之城，建县已有1266年历史。”荣昌副区长程昌耀表示，去年，荣昌共举办10余场106项“千年荣昌”系列文化惠民活动，开展大型品牌赛事及群众赛事100多次，将“人气”转化为“财气”，限额以上批发业销售额、零售业销售额、住宿业营业额、餐饮业营业额分别同比增长23.7%、16.4%、60%、21.1%。

从上述各位的讲述中可以清晰地发现，通过深挖文化资源，推进文旅融合，拓展文化体验空间，重庆文旅市场正持续释放发展的活力与后劲。

### 2 文旅融合积蓄动力 妙解山城“流量密码”

“2024年春节假期将至，我们19日发了倡议书，引导重庆的市场主体努力营造一个文明和谐、低碳环保、惠客惠民、安全有序的文化旅游环境，增强游客在渝期间的体验感和舒适度。”市文化旅游委党委副书记、副主任刘晓年表示，近来，全国各地的文旅部门都在“卷”，重庆也不例外。

刘晓年说，坚持以文塑旅、以旅彰文，“整治‘不合理低价游’等突出乱象，推动文旅市场营商环境不断优化，是这段时间我们的关注重点。”

过去一年，“一盘棋”推进巴蜀文化旅游走廊深化创新，品牌影响力、整体竞争力明显增强；办好重庆文化艺术节等精品活动，高标准推进重大主题文艺创作，推出了许多彰显时代气象、中国气派、重庆气韵的“渝字号”文艺精品力作。

同时，优化文化设施空间布局，推动市青少年活动中心（市少儿图书馆）、马戏城二期项目等重大文化设施建设；促进文化资源和服务网络向基层延伸覆盖，打造一批城乡书房、文化驿站、乡情陈列馆等新型文化空间；提升公共文化服务数字化水平，进一步推动了公共文化惠民利民。

“我们还以保护传承利用为重点，深入开展巴渝文化、三峡文化、抗战文化、革命文化、统战文化、移民文化等重庆文化形态的传承研究转化；推动出台了《川渝石窟寺国家遗址公园总体规划》等重要文件；持续实施中国非遗传承人研培计划、传统工艺振兴计划，加大乡村振兴非遗技艺培训、非遗工坊建设力度等，推动文化遗产活起来。”刘晓年表示，在一系列“组合拳”下，重庆已经走出了强力推进文化强市和世界知名旅游目的地的建设的坚实步伐。

### 3 创新服务方式 释放文旅消费活力

今年，重庆文旅该如何发力？

刘晓年表示，下一步，重庆将加快推进人工智能、5G、物联网、大数据、云计算、区块链等新技术在文化旅游领域的应用，以数字化赋能重庆文旅产业发展，进一步释放文旅消费活力。

“我们将持续提升旅游服务质量，让游客愿意来、留得住、玩得好。”曹邦兴说，巫山将树牢以游客为中心的服务理念，持续创新服务模式、方式、手段、流程和工具，比如做好旅游服务方向预判，适时引导、适度创造旅游市场服务需求，让客户参与服务产品设计和优化，努力为游客提供及时、周到、贴心的服务。

张果介绍，下一步，奉节县将围绕“三个聚焦”下功夫：首先是聚焦“提质”繁荣文化事业，加大竹枝歌舞、夔州刺绣、蓝子鸡、川江号子等非遗发掘保护力度，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展；其次是聚焦“赋能”壮大文化产业，将坚持文化搭台推动县域经济高质量发展，大力发展文创产业、新型媒体、智慧广电、数字出版等新业态，力争实现文化

产业增加值增长8%；第三是聚焦“增效”推动文旅融合，坚持以文塑旅、以旅彰文，积极融入巴蜀文化旅游走廊建设，做精生态康养、自驾行摄、寻迹诗城、民俗美食、科考研学、竞技体育“六张名片”，创新营销引流举措，推动“吃住行游购娱”全链条升级。

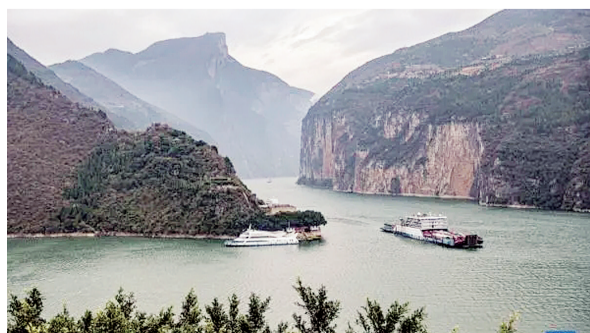
“接下来，我们将以‘千年荣昌’历史文化为主线，举办迎春年货节、元宵节、五一消费季等系列活动，持续丰富这一品牌内涵，进一步打好‘创新牌’、做好‘+文章’，支持品牌建设、产业联动，形成具有影响力的‘千年荣昌’历史文化名城。”程昌耀表示，荣昌区还将抓好“一都三城”建设，以“中国西部陶瓷之都”壮大陶瓷产业集群，推动安陶小镇创建国家AAAA级旅游景区；以“非遗体验之城”搭建非遗活化利用平台，举办以荣昌陶、荣昌折扇、荣昌夏布为主题的系列活动；以“运动健康之城”发展体育赛事经济，精心组织各类品牌赛事，擦亮“全民运动健身模范区”名片；以“美食休闲之城”塑造优质美食文化名片。



洪崖洞



游客在重庆市奉节县依天门游览参观 新华社发



奉节县夔门和三峡之巅景色 新华社发

### 专家观点

## 练好内功 让“幸福”再升级

在这波“流量之战”中，重庆文旅主打“不用力过猛、不荒唐走板”，用一条“重庆文旅急了”的短视频登上多个社交平台热搜榜，并“摇”来肖战等明星“代言”，官方抖音账号粉丝量直接从10多万猛增到80多万。

“俗话说，有多大的锅就烙多大的饼。面对这次‘泼天的流量’，重庆的做法值得点赞。”洪崖洞景区总经理张奇表示。

“蹭热点易留热度难，线上容易线下难，一时兴起易久久为功难。在各地‘杀疯了’之时，我们得保持清醒。”中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家、重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏表示。在他看来，不管用什么样的方式“上分”，旅游市场说到底拼的是产品和服务，要精准研判市场、扎实练好内功，为游客提供有新意、有温度的体验。

1月16日，飞猪发布的《2024春节假期出游风向标》显示，截至当天，今年春节假期期间，重庆的旅游预订量同比增长超4倍。其中，酒店预订量同比增长超10倍，重庆旅客的跨境机票预订量同比大增超20倍。携程发布的《2024春节旅游市场预测报告》同样显示，重庆在春节假期期间的旅游预订量同比增长977%。美团、大众点评数据显示，截至1月21日，年三十至大年初八的旅游消费提前预订量较去年增长约7倍。北京、上海、三亚、哈尔滨、重庆、成都、广州、西安、西双版纳、北海成为Top10的目的地。

如何更好地接住这波流量？才是重庆文旅当下的重中之重。

今年春节期间，我市将推出7大板块超过1000项主题活动，不只是为了“上大分”，更在于做深做精内容，让市民、游客看得见、摸得着、感受得到，实现“幸福”再升级和“主客共享、近悦远来”。

与此同时，我市还启动了“渝味360碗”评选工作，面向全市各区县征集评选特色菜品，持续提升重庆美食文化“软实力”，做强美食经济“硬支撑”，不仅让重庆地道美食“选出来、送出去、走向世界”，更让八方来渝游客亲身体验“舌尖上的渝之旅”。

“一句话，相比花式‘整活’，更重要的是练好内功；相比‘出圈’，更重要的是游客的口碑。我们要真心实意做好服务，因地制宜开发产品，通过‘自塑’和‘他塑’，才能实现文旅产业的可持续发展。”罗兹柏说。

据新重庆-重庆日报