

从“围起来”到“火出圈”！

滕王阁“三还于民”，南昌算对这笔账

新华社南昌7月8日电(记者赖星范帆 杨琪)暑期来临,滕王阁迎来游客高峰。

登阁凭栏远眺,赣江遥接云天,落霞随水波起伏荡漾。来自各地的游客登上“中国四大名楼”之一的滕王阁,在“落霞与孤鹜齐飞”意境中,触摸的不仅是文脉传承的温度,更有因城市更新而愈加蓬勃的生命力。

作为南昌市的文化地标,滕王阁名扬天下。但在过去,约120亩的收费景区被围墙圈起,一边是游客为看江景要买门票,一边是市民散步得绕着景区走。这座依山而建的名楼,反倒成了阻隔人与江、城与景的屏障。

2024年,南昌市全力推进滕王阁景区“还江于民、还岸于民、还景于民”及北扩工程:拆围墙,滕王阁景区约90%的区域免费开放;搭通道,让老城区与风景区深度融合;拓空间,进一步催动商圈联动业态升级、城市更新。

“不是简单拆墙拓地,而是城市功能的一次升级。”南昌市滕王阁管理有限公司综合办公室副主任毛琦介绍,“章江晓渡”“滕阁秋风”等“豫章十景”重现,八大桥、滨江步道、商业街区连缀成线,一条可游可逛的城市漫游路线就此铺开。

免费区域扩建之初,景区内部不少人



▲晨光中的江西南昌滕王阁景区(7月7日摄)。 新华社记者刘金海 摄

心里打鼓:免费区域大了,管理成本增加怎么办?滕王阁全景免费就能看,谁还花钱登阁?门票收入要是跌了,景区日子咋过?

但沸腾的人气,很快给这些疑问带来明确的答案。

今年一季度,滕王阁免费区域接待游客超330万人次;核心景区也迎来游客109.78万次,同比增长21.84%,旅游综合收入同比增加16.18%。

“算账得看长远,把最美风景还给大家,反而聚起了更旺的人气。”南昌旅游

集团董事长朱旭表示,“门票经济”的老路子走不远,吸引人气促进“二次消费”,才能为景区发展注入新活力。

日前,正在参加“活力中国调研行”主题采访活动的记者走访发现,滕王阁景区“三还”还带动周边文旅产业蓬勃发展。如今,景区周边的榕门路、叠山路等已变身“汉服一条街”,景区周边聚集了超过50家汉服体验馆,大多是近两年新开的。

“今年五一期间,我们一天就接了四五十单,忙到凌晨3点。”在一家汉服馆

内,一袭古风装扮的店长温玲琳向游客介绍特色汉服。她告诉记者,滕王阁的古建筑群成了天然摄影棚,穿汉服旅拍成了新风尚,开店3个多月,预约单就没断过。

大士院街区更热闹,这条毗邻滕王阁景区的老街,曾是老日住宅区。2023年底,这里启动了更新工程,老物件、老店招等元素保留运用,还原老城风貌;优化街巷布局,将滕王阁景区等景点串联成线。改造后的大士院成为热门“网红打卡地”,聚集了大大小小200余家商户。餐馆老板刘月华把店面从60多平方米扩到1000平方米,节假日照样座无虚席,一天营业额能有3万多元。

“以前多是古玩店、杂货铺,现在文创店、国潮馆扎堆开。”南昌市东湖区滕王阁街道榕门路社区党委书记吴江君说,滕王阁景区“出圈”带活了周边,去年新开张、新装修店铺同比增长约40%。

千年滕王阁的变化,恰是南昌城市更新的鲜活注脚。围墙拆除,打破的不仅是物理边界,更让景区与城市生活无缝衔接;免费开放更多景区空间,实则将城市发展成果与民众共享,让公共资源真正服务于民……

江风掠过飞檐,带起街市笑语,此刻的鲜活胜过所有辞章。

江苏溧阳近年在发展全域旅游过程中,以乡村旅游为重点、整村运营为抓手,大力招引年轻人返乡创业打造消费新场景,带动农村吃、住、行、游、购、娱等服务业态发展,吸引乡村游客群从老年人向全年龄段扩展,多个试点村年接待游客超百万人次,经营收入显著提升。

吸引八方人才竞逐乡村旅游新赛道

村中心一大片绿意盎然的草坪,小溪环绕,水塘清澈,村里散落着各类风格的建筑,有古朴斑驳的苏南民居、时尚的西餐厅、钢结构书吧和绿色建筑等……这是记者在溧阳市桂林村、狄家村和石塘村等多个整村改造项目看到的景象。

“乡村旅游这两年‘上人’了,游客越来越多。我的农家乐从56张床位增长到300多张床位,还跟不上需求。”谈竹芥月亮湾民宿老板蔡小春兴奋地说,他每天用5部手机回复客户预订,朋友圈超过1万人。

蔡小春红火的农家乐是溧阳乡村旅游缩影。2023年,溧阳市委、市政府抢抓乡村旅游升温的机遇,启动“乡村旅居田园康养”工程,首批选择9个村进行整村改造运营。

“2023年考察后决定开茶艺馆,投入70万元装修。2024年初开业,全年接待客人5万人次,销售额达170多万元。”桂林村“梦界茶集”创始人隗玮介绍,她的茶艺馆活化了中国古代茶百戏与点茶技艺,让快节奏的都市人放松身心。

有8年大型商业街运营经验的隗玮,是溧阳招引来的创业人才。隗玮介绍,乡村旅游淡旺季明显,市文旅部门和村委会注重淡季招引商务团建活动,今年淡季客源稳中有升。“不久前临近的方所文化村找上门来,希望我去盘活大片闲置茶园,我接受了邀请。”隗玮对乡村旅游信心满满。

在桂林村创办“三昧真火”牛排和“盗版咖啡”两家店的邵建文,是一名90后海归,曾在澳洲和长三角开过多家西餐厅。当他受溧阳邀请前来考察时,一眼便相中桂林村。这里距离天目湖与溧阳市都只需十几分钟车程,依山傍水,空间开阔,旅游设施齐备。

“牛排和咖啡店开业仅8个月,已实现盈利。村民一开始都好奇,农村怎么会有人喝咖啡吃牛排?现在都信了,还跟随我开了2家咖啡店。”邵建文说,乡村旅居是潮流,农村消费出现城乡融合趋势。“最近狄家村邀请我去整村运营,那边游客增长快,要做的项目太多了,真忙不过来。”

同为海归青年的徐岩,是天目湖镇石塘村1家民宿的负责人。石塘村地处天目湖深处,以前游客稀少。前几年,串联溧阳各乡村的1号公路修通后,他和爱人返乡创业。如今,徐岩的成功吸引了40多名年轻人到来,衍生出宠物旅游、艺术家派对、田园采摘、骑行俱乐部等多种业态,石塘村瓦尔登书局在小红书书店排行中以近5000的粉丝数名列前茅。

徐岩介绍,溧阳近年来以“产业对接资源、城市联结乡村”为主题,每年举办“乡遇会”活动,为返乡创业者搭建交流平台。每次都会吸引许多外地人参加,现在每个整村运营试点村都活跃着一群创业者,“乡遇会”的朋友圈越来越大。

顺应康养市场变化壮大新消费

村在景中、人在画中、乐在运动中。当清晨第一缕阳光洒向群峰秀丽的天目湖区域,山脚下的一座座静谧的村庄也开始苏醒。鸟鸣声唤醒了来旅居的跑步爱好者、骑行游客,开启环村跑、环湖骑行的美好一天。徒步、村跑、登山、骑行,乡村旅居正发生由“静”向“动”的转变。

溧阳戴埠镇旅游办介绍,2023年,戴埠镇主动对接贯通辖区南部山区的苏皖国家登山健身步道项目,修建了3条连接线,2024年底投入使用,到今年5月已吸引登山游客6万人次。戴埠镇还规划了松岭片区滑雪场、山溪漂流、滑翔伞等多个运动项目。

随着汽车的普及,家庭自由行取代旅行社成为旅游主体,深度开发亲子游产品是溧阳发展乡村旅游的另外一个重点。钓虾摸鱼、亲水狂欢、山野采

江苏溧阳：整村运营引领旅游新消费助力乡村振兴

摘,这三个项目被称为溧阳乡村旅游三张新王牌:溧阳曹山打造适合家庭的漂流、露营、骑行、登山、皮划艇等运动休闲项目;姜下村推出特色玩水体验、鹅湖畔掀起了一场别开生面的打水漂争霸赛,水上高尔夫体验中用环保球体验水上推杆乐趣;百家塘村、礼诗圩村中的桑基园、草莓园里每到春季便结出诱人的果实,吸引了大量的亲子采摘人群。整村改造后,一个村就像一个景区,业态丰富又错位竞争。

2024年,桂林村在市文旅局的帮助下,推出摩托车骑行、自行车速降等多个全国性活动,接待游客达150万人次,夜市单日最高1.5万人次。今年五一期间,全市20家乡村旅游重点村共接待游客66.02万人次,同比增长24%,实现直接营收8600多万元,同比增长17%。

据悉,溧阳在首批深溪芥村、石塘村、姜下村、龙峰村、南山后村、塘马村、狄家村、蛀竹棵村和红石芥村等9个运营示范村基础上,今年又新增5个运营示范村项目。整村运营试点,在助农增收和促进农房升值变现方面发挥出巨大作用。

蔡小春介绍,月亮湾民宿每年要采购村民肉菜300多万元,目前聘用村民38人从事3个客棧的服务,月均工资3800元。邵建文介绍,前几年租一栋农民房年租金几千元,老百姓还求人租,现在涨到10万元一年。在徐岩带动下,石塘村里的不少老年人也参与到创业项目,生活变得忙碌又有滋味。

溧阳乡村游以前是配角,是风景名胜观光游的补充。现在乡村旅游占据全市游客四成以上,与传统景区形成“双轮驱动”格局。经过多部门多年不断提升农村基础设施,以及全域旅游一号公路的投用、农村宅基地流转改革,溧阳文旅近年来加快推动农村“三产”融合,催化乡村产业迭代。2023年以来,溧阳整村改造新增落地业态95个,盘活利用农村闲置资产面积2.7万平方米。

“旅游热点村一年收入几个亿,偏远村上千万的也不少,贫困村的标准也提升到了120万元。”溧阳文旅部门负责人介绍。

文旅融合升级传统旅游

拥有天目湖、南山竹海等三山两湖资源的溧阳,多年前已形成市场品牌。近年来,溧阳多管齐下推进传统景区升级,文化和旅游深度融合,增加旅游品牌含金量。

传统景区由以观光为主,向观光、休闲、度假、商务、疗养等多元发展。总投资10亿元、建筑面积4万多平方米的南山小寨二期项目,计划打造曼生壶博物馆、南山书院、霸王茶姬等新业态,打造集商业、文化、住宿、休闲度假于一体旅游风情商业街,并新建动物博物馆、艺术家派对、田园采摘、骑行俱乐部等多种业态,石塘村瓦尔登书局在小红书书店排行中以近5000的粉丝数名列前茅。

徐岩介绍,溧阳近年来以“产业对接资源、城市联结乡村”为主题,每年举办“乡遇会”活动,为返乡创业者搭建交流平台。每次都会吸引许多外地人参加,现在每个整村运营试点村都活跃着一群创业者,“乡遇会”的朋友圈越来越大。

溧阳是一座有2200多年历史的古城。2024年8月,溧阳市博物馆被评为国家二级博物馆,全年参观游客突破100万人次,在县级博物馆中不多见。近年来,溧博不断挖掘、研究溧阳文化名人和考古新发现,开展一系列具有溧阳阳特色和历史文化的展览,同时开展各类社教以及志愿者活动,比如探寻金坛系列的阁贴之旅、太白之旅、信义之旅等研学活动,让市民和游客了解传承溧阳的传统文化。

据悉溧阳正在南山竹海景区打造文化街区,启动山水园、夜公园等项目,推出溧阳特色的文艺产品,打造游子吟文化、非遗等特色文化名片。

文旅一直以来都是溧阳的一块金字招牌,近年来天目湖品牌效应不断打响,“溧阳1号公路”频获荣誉、民宿打造取得成效、重点乡村旅游热度攀升、线上互动成功实践。下一步,溧阳将努力突破发展瓶颈,进一步打响文旅品牌。

(新华每日电讯记者 邓华宁)

(转自《新华每日电讯》)

夏日“尔滨”开启限定狂欢

新华社哈尔滨7月6日电(记者杨思琪 戴锦镨)夏日雨后,空气清爽,凉风阵阵,第二十三届哈尔滨国际啤酒节5日晚在哈尔滨冰雪大世界景区开幕,“音乐之城”的醉人旋律、“啤酒之都”的大气豪迈和“冰城夏都”的独特风情在此交织,市民和游客开启一场限定狂欢。

“这是我第一次参加啤酒节,歌舞表演、无人机、烟花秀太热闹了,每个环节都给人惊喜!”哈尔滨“90后”市民张依柔和妈妈在园区里“打卡”拍照,言语间满是喜悦。

轻松惬意的轻音小舞台、灵动活现的非遗舞龙舞狮……一进入园区,仿佛置身欢乐王国。啤酒节开幕式上,《太阳岛上》《丁香赞歌》《激情哈尔滨》等歌曲演唱,创意十足的《王的战车》《遇见·哈尔滨》文旅秀,都获得阵阵掌声。亚冬会主火炬“雪韵丁香”被再次点亮,绚烂的烟花在夜空绽放,无人机在空中摆出“举杯邀世界 醉美哈尔滨”等字样。

据介绍,本届啤酒节占地面积40万平方米,规划了6座啤酒大篷、9个特色啤酒花园,还有“雪韵丁香”火炬广场、梦想大舞台、美食街、生态露营区、自驾房车集散地、星光运动场等多元业态,让人们在美酒佳酿和精彩互动中感受激情与活力。

漫步园区,各个啤酒大篷里人声鼎



▲7月5日,在第二十三届哈尔滨国际啤酒节现场,游客在啤酒大篷畅饮。 新华社发(张树摄)

沸,几近满座。舞台中央,舞蹈、电音轮番登场,中外游客举杯畅饮,跟着旋律一起歌唱。餐桌上,来自海外的白啤、果啤,以及本地的鲜酿等泛着诱人的泡沫,搭配烤串、红肠、爽口凉菜,香气扑鼻。

“比利时和哈尔滨都有着悠久的啤酒历史,这里的人们非常热情,大家一起喝酒的同时也在分享彼此的啤酒文化。”在今年创新打造的比利时啤酒文化馆,比利时驻华大使馆瓦隆大区经济商务参

赞德迪业带来了8种特色啤酒产品,以及酥炸薯条、啤酒炖牛肉、华夫饼等比利时经典菜式,期待以美食为媒促进两国人文交流。

哈尔滨冰雪大世界股份有限公司市场营销部副部长孙泽昱说,连续举办23届的哈尔滨啤酒节已成为哈尔滨夏季文化旅游时尚活动的重要组成部分,是展现哈尔滨城市活力和文化内涵的重要平台、沸腾全城的盛大节日。

随着气温攀升,位于园区内的梦幻冰雪馆保持着零下5到零下10摄氏度的冰凉,“一秒入冬”令不少游客向往。在这里,游客们裹着羽绒服,在冰滑梯、冰雕迷宫和梦幻城堡里穿梭,感受“夏日飘雪”的奇观。据统计,在2024-2025冰雪季落幕后,梦幻冰雪馆已接待来自广州、南宁、西安等地的旅游团队近50班,游客量突破5.4万人次。

“一直非常想看哈尔滨的冰雕,这次特意与朋友利用假期来体验。”在梦幻冰雪馆,贵阳游客王先生在冰雕作品前不停拍照,“这些冰雕太精美了,特别是这些开在冰里的花栩栩如生。”

夜色渐浓,光影璀璨。松花江畔,升级回归的《遇见·哈尔滨》江上沉浸式演出正在上演。水幕电影与激光秀交相辉映,芭蕾舞、交响乐此起彼伏,杂技演员在水面连番炫技。这场由哈尔滨第九届亚冬会开闭幕式分会场导演团队执导、近百位演员参演的视听盛宴,将哈尔滨百年历史娓娓道来。

此刻的“尔滨”正以动人姿态诠释着夏日的美好。烟花绽放处,是这座城市不眠的活力;啤酒泡沫间,流淌着冰城人待客的真挚;冰雪场馆里,藏着北国特有的浪漫……这座以冰雪著称的城市,再次向世界发出热情邀约。

“银发专列”为何成为老年人出游“新宠”？

新华社沈阳7月7日电(记者丁非白 宋瑞 魏一骏)便捷方便的适老化设计、“车随人走、夜行日游”的旅行模式、丰富多彩的文娱活动……近年来,“银发专列”成为热词,越来越多银发族以饱满热情投身旅途中,奔向“诗与远方”。

“银发专列”为何突然“火热”?这种集“慢旅行、深体验”于一体的新型出游方式,将如何重构中国银发族的退休生活图景?

银发旅游列车火了

6月11日16时55分,载着720余人的“沈铁假日号”银发旅游专列从大连站始发,开启为期20日的新疆之旅。这趟列车途经辽宁、宁夏、甘肃、新疆等省份,游客们会游览新疆白沙湖、喀纳斯、赛里木湖、天山天池、喀纳斯、火焰山等11个国家AAAAA级景区、11个AAAA级景区。

68岁的大连市民王丽娟已经第五次乘坐银发旅游专列了。“行程不赶,玩得很舒服,还能欣赏沿途风景,太适合我们老年人了。”王丽娟说,“这次我和邻居一起出来,还认识了很多新朋友,大家一起聊天、拍照,特别开心。”

银发旅游列车是主要针对老年客户开发、满足老年客户特定需求,以老年客户为主要群体开行的旅游列车,凭借其独有的乘坐环境和运行节奏,深受老年人喜爱。

2024年,铁路部门开行银发旅游列车1860列,创历史新高,运送旅客超100万人次。

今年1月,商务部、文化和旅游部、国铁集团等九单位联合发布《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》,明确提出到2027年,构建覆盖

全国、线路多样、主题丰富、服务全面的银发旅游列车产品体系。

在政策支持下,一列列满载着银发游客的列车穿梭于祖国大江南北。

国铁集团今年已开行前往贵州、云南、山东等地的多条线路旅游列车。截至目前,国铁沈阳局已累计开行“银发专列”403余列,通达国内外40余个市,累计接待游客15万人次。

“铁路+文旅”打造的移动文化名片,不仅丰富了人们的旅行体验,也为旅游业带来新的发展机遇。

京津冀携手粤港澳大湾区开行“京铁乐游”银发旅游列车,两地借助铁路银发旅游开展深度联动;今年暑期,上铁国旅计划面向银发旅客推出“九华圣境—太湖湖高铁三日游”“邂逅黔山万水—贵州高铁穿梭八日游”等精品旅游产品……

中国旅行社协会铁道旅游分会秘书长曾辉说:“目前,我国银发旅游列车线路已形成覆盖广泛、主题多元的服务网络。银发列车也已从‘交通载体’升级为‘消费引擎’,为银发经济注入新活力。”

聆听需求“慢旅深游”

专家分析认为,聆听、尊重老年游客需求,是“银发专列”赢得老年群体青睐的关键。

“很多跟团游行程太紧张,每天都都很疲惫;铁路的旅游专列行程安排很宽松,景点停留时间也充足,我们既能玩得高兴,又能休息得好。”55岁的大连旅客王建说。

记者走访了解到,相比传统的旅游方式,银发人群更喜欢行程相对宽松的旅行。“‘银发专列’大多采用‘车随人走、昼游夜行’的模式,行程节奏舒缓,能更

好满足老年游客的出行需求。”上海铁路国际旅行社(集团)有限公司副总经理杨春潮说。

同时,得益于我国密集发达的铁路网,旅游列车可以通达全国大部分旅游景区和城市,游客可以深度体验当地的景色与民俗。

“比如大连到新疆的旅游列车,可以把沿线的中卫、喀什、库尔勒、吐鲁番的景点都串联起来,在沿途技术条件具备的情况下可以安排停点。”沈阳铁道文旅集团旅游管理部部长李双龙说。

“银发列车”还根据老年群体需求进行了优化改造,兼具舒适性与适老性。

走进沈阳至阿尔山的“沈水之阳号”银发旅游专列,记者看到,列车卧铺采用加宽加厚设计,卫生间设置紧急呼叫按钮,洗手台配备防滑扶手。车上特别设置了医疗室,为老年人提供必要的医疗服务。同时,每节车厢还都有“惊喜”,分别设有娱乐室、阅读区、棋牌室、卡拉OK区等。

在国铁北京局开行的“京铁乐游”银发旅游列车上,餐车团队特别设计了“三控健康餐”(控盐、控油、控糖);杭州客运段则对“银发专列”班组开展礼仪话术、软卧服务、应急处置等方面培训,并组织人员前往五星级酒店学习“酒店式”客房服务。

此外,一些专列还根据旅客年龄、喜好等特点,在列车上增设棋牌、书法比赛、猜谜、摄影比赛等文娱活动,让旅客在旅途中感受到慢生活的舒心 and 惬意。

“开启新程”还应多措并举

据中国旅游研究院预测,到2025年底,中国出游率较高、旅游消费较多的低龄健康老年人将超过1亿人,银发旅游