

天府旅游名县——市中区

“游大佛、观三江、享美食、住民宿……这个假期选对了地方,过得值!”今年国庆黄金周,是市中区正式被评为天府旅游名县后迎来的首个黄金周。市中区以更新的面貌、更优的服务、更完善的配套、更丰富的体验,吸引了众多游客前来打卡游玩、解锁文旅新体验。

国庆假期,市中区、乐山大佛景区以“天府旅游名县”命名为新起点,乘势而上、挺立潮头,全面提升文化旅游供给力和影响力,全力打造天府旅游“嘉州样板”。7天假期,共接待游客约183.08万人次,同比2019年增长15.09%,同比2020年增长6.45%;实现旅游收入17.38亿元,全区旅游接待人次和旅游收入均稳居全市第一,全区文化旅游市场呈现恢复振兴、繁荣有序的良好态势。



全域旅游人气旺

国庆第一天,来自重庆的游客张结仪和闺蜜来到了期待已久的乐山,游大佛,享美食。“太激动了,我提前一个月就开始做旅游攻略,订民宿。”张结仪笑道,“趁大量游客还没到,我们就已经在欣赏乐山大佛的美景了。”

当天上午,记者在乐山大佛景区看到,来自全国各地的游客早早就来到景区,大家在佛头处拍照留念,并有序排队下到九曲栈道游玩。

记者了解到,国庆假期乐山大佛景区接待游客19.45万人次,省内游客占比62.58%,省外游客占比37.17%。东方佛都、乌木文化博览苑、天工开物等A级景区均呈现复苏态势。

此外,苏稽古镇来往的游客络绎不绝。来到古镇,自然要在寻找、品尝美食之间感受古镇的独特风味。小镇各个购物店人流如织,米花糖等当地特产十分畅销。逛特色小镇、品特色美食,成了市民游客打卡的“规定动作”。

被称为“吃货天堂”的张公桥好吃街、嘉祥路、东大街等美食街区人气旺盛,跷脚牛肉、钵钵鸡、蛋烘糕、甜皮鸭、烧麦等代表性美食店门前,游客、市民扎堆,尽享美食带来的欢乐。

新兴景点上中顺特色文化街区,从街头到街尾,吃喝玩乐应有尽有,成为游客新晋打卡点。

……

国庆期间,以近距离、高频次为特点的“轻旅游”“微度假”“宅酒店”“品美食”受到游客青睐,网红美食店日均销售额是平时周末的5—7倍,重点酒店和民宿平均入住率达84.42%。新兴景点上中顺特色文化街区接待游客20.7万人次,实现收入2691万元;苏稽古镇接待游客30.8万人次,实现收入2464万元;绿心公园接待游客10.3万人次,实现收入7.36万元。



游客在大佛文化广场留影



夜游三江

市中区委宣传部供图

迈开文旅新步伐

倾情“宠粉”服务好

国庆黄金周期间,市中区、乐山大佛景区“宠游客”模式全面升级,以更加便捷、更加周到、更加精细的服务面向游客,让魅力嘉州温暖游客的心。

“在交警的指引下我们很快找到了停车场,而且这里停车还免费,在景区这种情况实属少见,很是惊喜。”来自自贡的游客陈强说。

国庆期间乐山大佛景区推出“宠游客”十大行动,免费停车场、免费摆渡车、免费智能导览讲解等一应俱全,给游客带来放心、舒心、暖心的国庆旅行体验。

为实现大佛景区快进慢游目标,实施“远端截流、中端引流、近端导流”措施,打通内外循环和微循环。全区通过官方平台实时播报交通路线状况,合理实施交通管制和人流车流疏导,累计出动交通协管员和基层人员5066人次,开放车位3.26万个,其中免费车位1.78万个,未出现大规模拥堵现象,交通秩序井然。

为了实力“宠游客”,这个国庆假期,市中区做好了全面准备,在主要景区、车站码头、高速出口、游客集散中心、部分党政机关停车场等场所设立“乐山心连心旅游服务岗”。

“我坐什么车去大佛景区比较方便?”“行李可以寄存在附近什么地方?”国庆节

间,来自宜宾的王女士带着父母和儿女来到乐山旅行,一下高铁觉得手足无措。看到出站口的志愿服务站,王女士赶紧前去咨询。经过五分钟左右的对话,王女士的问题得到了解决。“虽然现在很多信息都可以在互联网上找到,但是有点浪费时间。到一个陌生的城市和志愿者交流,可以直接解决我们面临的问题,这个服务很棒!”王女士由衷地对心连心旅游志愿服务岗点赞。

据了解,市中区共设置“心连心旅游服务岗”81个,推出“宠游客”十条措施、十大行动,为广大家来乐游客提供旅游志愿服务。假日期间,每日出动“心连心旅游服务岗”和旅游志愿者1220余人次,累计服务游客30万余人次。嘉州大地处处洋溢着将心比心、以心换心、同游客心连心的浓厚氛围。

高度重视、提前谋划、精心部署,市中区持续构建完善温馨便民的服务保障体系,让“宠游客”的暖心城市品牌更加响亮。

接下来,市中区将深入贯彻落实市委、市政府决策部署,坚持“文旅兴区、产业强区”发展主线,擦亮国家全域旅游示范区和天府旅游名县“金字招牌”,当好宣传标兵,发挥“头雁”作用,为全市加快建设世界重要旅游目的地贡献力量。



逛苏稽古镇,享乐山美食。 记者 祝贺 摄



打卡上中顺特色文化街区 记者 戴余乐 摄



心连心旅游服务志愿者为游客解决问题



志愿者为来乐旅客指路



游客到心连心旅游服务岗咨询

市摄影家协会老年摄影分会成立

乐山老年摄影爱好者有了新“家”

本报讯(记者 唐诗敏 马锐)10月10日,市摄影家协会老年摄影分会成立大会举行,乐山50余名老年摄影爱好者同市摄影家协会相关负责人、专家顾问齐聚一堂,共同见证乐山老年摄影爱好者新“家”的组建。

据了解,我市摄影爱好者群体规模排在全省前列,市摄影家协会现拥有在册会员700余人、县(市区)分支机构11个、机关分会13个。多年来,乐山的摄影爱好者们创作出了大量有质量、有影响力、有感染力的摄影作品,广受好评。

“乐山的摄影事业能取得今天的成就,老年爱好者群体功不可没。老年摄影分会可为老年摄影爱好者提供更好的创作平台,方便他们根据自身特点和喜好进行创作,尽享摄影乐趣。”市摄影家协会主席高路川介绍,老年摄影爱好者对事物的认识、对生命的感悟更加深刻,他们的摄影作品往往厚重而独特,市摄影家协会将全力支持老年摄影分会的发展,为老年摄影爱好者提供更多便利、更广舞台。

“老龄事业是光荣的事业,老年摄影是老龄事业重要的组成部分。老年摄影分会将团结带领广大老年摄影爱好者过好退休生活,走进大自然,展现祖国的大好河山,尽享健康、阳光、快乐的晚年生活。”市摄影家协会老年摄影分会主席夏俊聪说。



“小镰仓”频出,批量“网红”景点能红多久?

肖吟

最近,网络上一篇名为《中国到底有多少小镰仓?新疆都有小镰仓?》的文章火了。作者为了搞清楚中国到底有多少个“小镰仓”,特地做了一张表格,找到了近80处。如今,仿佛只要有大海、信号灯、轨道、电车、T字路口等元素,加上滤镜加持,就可以轻轻松松打造出一个“小镰仓”,引来游人如织。

确实,只要在網上随便搜索“旅游”“网红景点”“打卡景点”等关键词,你就会发现在很多旅游攻略中,不少人气旺盛的国外旅游景点,都已悉数“收”入中国。与“小镰仓”异曲同工,主打北欧ins风的圣托里尼、瑞士等也成为了被复制的热门景点。据《财经》杂志统计,全国还有至少102个“小京都”、52个“小瑞士”、43个“小圣托里尼”,40个“小奈良”,连“小摩洛哥”都有27个……

于是就有网友打趣道,有海就是小镰仓,有岛就是小济州岛,有雪山草原就是小瑞士,有水就是小威尼斯,有风情建筑就是小圣托里尼……知名景点被具象化为简单的装置,它们更像是旅游界的快消品、知名景点的平价替代品,有大牌的样子,但缺少大牌的质量与内涵。

滤镜之下,全国皆可打卡世界游,“假装在国外”变得越来越稀松平常。但实际上,这些网红打卡地的真实体验往往并不如人意。有不少被短视频、某音、某红书等平台种草的网友,乘兴而来却败兴而归,吐槽“简直不敢相信自己的眼睛”“永远别相信网红景点打卡”……

“小镰仓”频出,某种意义上凸显的是当前旅游营销的困境。国内被冠以“小”字辈的景点数不胜数,对于很多缺乏知名景色与悠久历史的普通景点而言,给自己贴标签、标榜网红打卡圣地,这样千篇一律、流于表面的营销,无疑是快速提升自己知名度最简单有效的办法。

不少旅游景区为了流量,也在跟风投资打造网红景点,似乎只需要起个有情怀又洋气的外国小名,就找到了网络营销、招徕游客的制胜法宝,让受众用最短的时间就可以建构出对一个陌生旅游目的地的形象想象,从而吸引受众到这些旅游景区打卡,扩散更快,也更节约宣传成本。

知名景点不单单是一个景点,它有其独特的文化、历史积淀,无论是国内的还是国外的,都与本国、本民族的历史文化密不可分。中国地理结构多样化、历史文化博大精深,无论是自然景观还是文化景观,丝毫不比任何一个国家差。

山寨版网红景点火爆,根本上缺少的还是一份文化自信。我们不必模仿别人,发展旅游还是应该扎根于本土,把本地最富特色的自然、人文、社会资源,以创新的方式呈现给游客,以粗制滥造的方式打造出的网红点,恐怕也撑不了多久。



周末特稿



12345 乐山心连心服务热线 365天24小时为您服务

