

因参加了4月29日在成都市宽窄巷子景区8号院“in巷乐山”举办的“花样峨眉山,美丽又安全”2022年峨眉山杜鹃花节旅游推介会,“五一”假期,成都一家旅行社负责人张先生一行特意赴峨眉山旅行考察。

在峨眉山景区金顶,他们寻觅着能实现乐山大佛、金顶、宽窄巷子三地游客实时互动的“K8之眼”——“果然能看见宽窄巷子。”“多亏了‘in巷乐山’,不然我们就错过美丽的杜鹃花和五月飞雪了。”



# 打开“in巷”这扇窗 让世界爱上乐山

## 你好,老街“新巷”

2021年9月13日,作为第十八届西博会乐山主题市系列活动之一,“in巷乐山”揭牌仪式在成都市宽窄巷子8号院举行。

“in巷乐山”这个名称,采用谐音,一语双关,即‘印象乐山’,并且,‘in’有进来,欢迎之意。”揭幕仪式现场,“in巷乐山”运营方,四川嘉州国际会展集团有限公司(以下简称嘉州会展集团)相关负责人表示,“in巷乐山”集城市营销、对外宣传、经贸合作等功能为一体,围绕“佛国仙山、人间烟火”主题,用乐山的故事匹配宽窄巷子的地标空间,打造乐山城市会客厅、美食打卡地、互动体验区,为游客提供深度、地道的“吃喝玩乐购”一站式参观体验。

如今,进入“in巷乐山”院内,正面是“乐山·嘉州神韵”文化主题馆,一尊缩小版的乐山大佛雕像抓人眼球,全市11个县(市、区)的自然风光、人文历史、美食文创等得以全

面展现。院内左侧是“乐山·嘉州有礼”文创及伴手礼主题馆,馆内以游三江观大佛作为基础创作思路,畅想从水路徐徐感受大佛的壮观与三江的秀美。院内右侧是“乐山·嘉州盛宴”美食主题馆,引进的乐山美食商家经营火爆,最正宗的乐山甜皮鸭、跷脚牛肉、串串、红糖锅盔等乐山美食丰富着游客的味蕾体验。

“院内二楼布置有茶室,游客可以在这里品茶、感受乐山禅茶文化,还可以购买到心仪的峨眉山茶。”“in巷乐山”相关负责人告诉记者,“in巷乐山”亮相后,直观地告诉了大家“乐山在哪里”“乐山有什么”,通过举行乐山主题月、乡村主题日、美食体验周、名优特产展销周等主题活动,“in巷乐山”生动展示了乐山的悠久历史和人文特色,展露出“双循环”背景下,乐山进一步扩大对外开放、提升文旅产业的坚韧定力。

## 沉浸,嘉州韵味

“五一”假期,重庆游客毛女士在游览宽窄巷子时被“in巷乐山”吸引,“这里展示的沐川草龙、彝族刺绣、特色美食都很巴适,逛完这里只想马上就买上高铁票奔赴乐山。”

像毛女士这样因为“in巷乐山”而对乐山产生浓厚兴趣的并不在少数。

据统计,“in巷乐山”已吸引游客“打卡”人次超20万,向乐山导流人次超2万,实现峨眉山茶、特色美食、根雕等乐山特产销售额超过300万元。

如此持续性输出乐山魅力,离不开作为“in巷乐山”运营方的嘉州会展集团的辛勤耕耘。

作为我市首家省、市国有资本融合发展的创新企业,嘉州会展集团专注整合乐山现有会展资源,促进乐山会展产业国际化、品牌化、专业化发展,以围绕乐山建设特色会展中心城市和国际会展名城为总体目标,通过产业培育、投融资和股权运作等方式,增加国有资本的行业影响力、控制力和带动力,发挥会展业对经济社会的带动作用,助力乐山打造世界重要旅游目的地,全面提升城市对外开放水平。

“因此,我们不同于一般营销平台,只要是选择‘in巷乐山’进行对外宣传的区县和项目,我们都会积极参与宣传营销的筹划布置,在经济成本最低化的基础上,实现营销效果的最大化。”对此,赵刚还给出一个生动的比喻——对有营销需求的乐山区县而言,“in巷乐山”是一个平台,但更像乐山在成都的“娘家”。

“从筹备、到亮相、再到如今成为‘乐山放在成都的一扇窗户’,‘in巷乐山’充分发挥了乐山城市营销的发声筒,对外宣传的展示厅,交流合作的会客厅作用,为乐山文旅起到了良好的品牌宣传和引流效果。”赵刚表示,未来,这里也会积极对乐山文化旅游资源进行全要素整合、全产业链打造,进一步擦亮乐山旅游名片。

## “碰撞”,乐山名片

2021年9月,《只有峨眉山》戏剧幻城举办“双庆临门”——只有峨眉山戏剧幻城喜迎国庆、周年庆活动发布会;

2021年11月,举办峨眉山冰雪温泉节图片展,全方位展示峨眉山锦绣风光,并于当年12月承办峨眉山冰雪温泉节分会场开幕活动;

2021年12月,与中国根书艺术馆联合举办专场根书展、与世界茉莉博览园联动举办世界茉莉博览园专场推介会;

2022年3月,举办峨眉山茶品牌推介会,以企业联合抖音达人带货、本地达人带货家乡茶、茶园采摘直播等形式开展系列推荐……

尽管揭牌不到一年,“in巷乐山”如今已然成为“让世界爱上乐山”的又一张靓丽名片。

“in巷乐山”为什么选择和宽窄巷子结缘?嘉州会展集团党委书记、董事长赵刚表示,宽窄巷子拥有年均2600万的游客量,是国家商务部11条试点步行街之一。据统计,

仅2022年春节期间,就累计接待游客20万人次,在试点步行街中最受年轻人喜爱。

“过去,多地举办的城市营销活动都选在宽窄巷子,所以我们想把这里的高人气与乐山的宣传推广有机结合,用一种更持久的营销形式,打造稳定的乐山文化输出窗口。”如赵刚所言,应运而生的“in巷乐山”不负众望。

作为政企联手探索文旅产业新路的一次积极尝试,“in巷乐山”成为乐山持续扩大对外开放、加速融入成渝地区双城经济圈建设的创新之举。同时,该平台也是四川第一个在宽窄巷子打造的市州城市展示平台。

截至目前,“in巷乐山”累计举办“乐山制造”“乐山味道”等系列经贸交流洽谈活动20余次,用好意向客商投资数据库、重要客商定期洽谈合作、驻蓉招商组跟踪回访等机制,接待新加坡驻成都总领事馆、川投集团等40批次重要客商参观考察,实现定向推送招商项目、招商政策。