



“寻找2021成渝文旅新地标”大型活动特别报道

网络投票仅剩最后1天

“老牌地标”VS“新晋网红” 谁能更胜一筹？

巍巍巴山雄奇，源源蜀水朗润。自古以来，川渝历史同脉、文化同源、地理同域、经济同体、人缘相亲。悠久的历史沉淀和地域文化，让这片土地上诞生了一批在全国范围内都极具知名度和热度的文旅地标。

“寻找2021成渝文旅新地标”评选活动持续火热，网络投票通道上线近一个月，辐射的范围越来越广，影响的人群也越来越大。在投票刚开始的10月底，榜单几乎每日增长数万到十余万票数不等。但进入11月，随着榜单投票通道的优化，子榜单“2021四川十大美食地标”也迎来投票通道“上新”，网友可在微信页面直接参与投票后，票数开始迅速增长，单日增长最多达到了上百万票，可见活动的火爆程度。

据数据统计，截至11月24日17:00，该投票通道的6个榜单，总投票数突破了1347万，具体数值为13475807。与23日同时段接近1160万的票数相比，在24小时之后，榜单又增长了接近190万票。目前，投票仅剩最后一天，能够看到每一个文旅地标背后的网友们“鼓足了劲儿”，开始发起冲刺，而猛涨的票数就是最好的证明。

从目前的投票情况来看，每个榜单的人气排行中，都能感受到“老牌地标”与“新晋网红”在追赶之间的“刀光剑影”。譬如主榜单中，位列前茅的“安岳石刻”，有着上千年的历史沉淀，代表着蜀地的文化经久不衰；而紧跟其后的“懒坝国际禅境艺术度假区”，是当下“文艺青年”们打卡的好去处，此处历时9年筹备，涵盖了40余件国际国内艺术作品。

同样的情况，也发生在子榜单“2021成渝十大文旅产业地标候选名单”中，当近来成为川渝避暑度假新高地的“叙永罗汉林”，遇上了来川渝不可错过的经典旅游景点“洛带古镇”，谁能登顶榜单，成为当下文旅产业地标的“无冕之王”呢？在仅剩1天的投票时间中，极有可能再次发生翻转。

华西都市报-封面新闻记者 李雨心



扫码进入投票通道

互动

打开封面新闻APP
4种方式参与投票

用户可在封面新闻APP上对心仪的文旅地标进行投票，每个ID每日限投10票。而随着活动的开展，参与人数越来越多，投票通道也随之进行了优化，只要进入封面新闻APP，就有4种方式参与投票，再也不怕找不到投票入口。首先，打开封面新闻APP，即可在首页看到“2021成渝文旅新地标”专题页面，进入页面方可投票；再来，在封面新闻APP首页的“新地标投票”悬浮球，可直接进入投票界面；点击一篇成渝文旅新地标专题下的文章，看到相关图片即可点击跳转至投票页面；参与人员还可以通过搜索栏搜索“成渝文旅新地标”，点击“专题”分类直接进入投票界面。

本次评选分为推荐、初选、线上投票、专家评审4个阶段。线上投票将持续至11月下旬，随后将进入专家评审环节。其中，专家评分占最终评分的70%，另外30%则来自公众投票。两项分数相加，最终评选出2021年成渝文旅新地标的主榜单和子榜单。

“寻找2021成渝文旅新地标”评选活动竞争激烈，来自雅安市汉源县的樱桃、黄果柑、雪梨、花椒、花椒油、坛子肉，入围了“2021四川十大美食地标”的候选榜单。汉源享有“中国花椒之乡”的美誉，汉源花椒备受网友欢迎，纷纷踊跃投票，在入围的当地六大美食中，汉源花椒票数遥遥领先。

入围“2021四川十大美食地标”

汉源花椒品牌
价值超49亿元

说到川菜，人们首先想到的是麻辣。而在四川人眼中，品质最好的花椒，当属产自大相岭泥巴山南麓的汉源花椒，其特有的椒香味，早在两千年前就征服了人们的味蕾，一度成为进贡佳品。据史料记载，汉源花椒已有两千多年的人工栽培历史，从唐朝元和年间被选作皇室宫廷贡品，至清光绪29年，进贡历时一千多年。

2001年，汉源县被国家林业局命名为“中国花椒之乡”，2005年“汉源花椒”获得国家地理标志产品保护，2018年汉源花椒被认定为中国驰名商标，2019年荣获中华品牌商标博览会金奖，2020年被列入中欧地理标志合作和保护协定产品保护名录。

“这一颗小小的花椒，能衍生出50余种产品，蕴藏着巨大的产业价值。”汉源县农业农村局副局长李进介绍，汉源县成立汉源花椒产业研究院，加强研究开发食用、医药、化工、保健等附加值高的新产品，拓展花椒精深加工产品市场，形成花椒粉、花椒油树脂、花椒精油、椒目仁油以及花椒为主的复合调味品等产品50余种，今年花椒精酿啤酒实现量产。

李进说：“除了开发贡椒鱼、贡椒宴等系列美食产品，我们还建成了中国汉源花椒博览园、汉源花椒产业园游客接待中心，打造汉源花椒主题酒店、花椒民宿，推出汉源双椒布偶、花椒枕头、花椒抱枕等文创产品，全方位推动一三产业融合发展。”如今，花椒不仅是汉源的一张重要名片，也成为老百姓增收致富的有效抓手，而汉源花椒的品牌价值更是高达49.65亿元。

华西都市报-封面新闻
记者 叶海燕

Z世代消费新场景下的文旅融合

“味江·九州江湖沉浸式体验区”
竞逐“潮流新地标”

华西都市报-封面新闻记者 徐语杨

若要问目前最受年轻群体喜欢的聚会方式是什么，俗称“剧本杀”的沉浸式剧本游戏体验肯定是关键词。数据显示，截至2020年底，全国剧本体验实体店已经突破3万家。而成都，是此类剧本游戏发展规模最迅速的城市之一。近年来的文旅深度融合，也在此类消费新场景中得到焕新，寻到了机遇。“文旅+剧本体验”频频破圈，剧本游戏为旅游景区进行内容赋能，旅游景区则为剧本游戏提供专业场景。

在“2021成渝文旅新地标”评选活动中，此类沉浸式剧本游戏地标场馆，也被众多年轻网友提名、投票。位于崇州市街子古镇上的“味江·九州江湖沉浸式体验区”就是其中之一。

味江景区在街子古镇的味江岸边，面对笔架山，上起御龙桥下至古码头，依地势特征和人文典故而巧妙设置了古乐园、陆游诗歌园、川西农耕园和水木闲庭等四大主题景观，由崇州国有企业兴旅公司投资打造。九州江湖沉浸式体验区，则是全国首家户外沉浸式武侠小镇，园区占地面积逾4万平方米，依托味江景区浓厚的文化底蕴、古建筑群落及园区氛围，首创沉浸式文旅金字塔体系。

在这里，游客可以选择“轻沉浸”“中沉浸”“重沉浸”三种类型，结合古风武侠剧本，完整地沉浸式体验。游客需要换上汉服，领取各自的江湖门派身份，进入小镇，开启自己两天一夜的江



味江·九州江湖沉浸式体验区，是全国首家户外沉浸式武侠小镇。

湖侠客之旅。赚钱、找秘籍、对暗号，还要提防“江湖骗术”，通过寻找线索完成任务。景区内挂满了灯笼、油纸伞、长条旗等装饰，衙门、酒楼、镖局、茶馆、铁匠铺、当铺等设施一应俱全，还引入了古法蛋糕、非遗竹编、吹糖人、汤麻饼等特产，玩家拿着在武侠小镇里赚到的钱币，可以随意购买小吃、物品。

事实上，随着行业监管的开展，剧本游戏已经完全脱离了早期的“野蛮生长”，承载了文旅创新、文化传承的重要精神内涵，这从不少剧本体验的场景多为“中国风”“古风”也能看出。

而剧本游戏近年来呈现的势如破竹，确实也不负“年轻人新宠”之名。数

据显示，此类消费场景里，30岁以下的用户占比达到75%，其中20-25岁的人群为主力军，占比达到了35%。63.5%的用户会在两周内消费1次及以上，超八成用户的消费频次在一周1次以上。剧本游戏体验正以一种新潮的生活方式，逐步在年轻人群中扩大自己的声量。

在“2021成渝文旅新地标”角逐中，以“味江·九州江湖沉浸式体验区”、局中局沉浸式剧情体验馆为代表的剧本游戏体验新场景，正在受到Z世代新消费群体的力捧，成为本次评选活动中子榜单“2021成渝潮流新地标”的强劲选手。