

融合发展彰显巴蜀文化独特魅力

——成渝地区双城经济圈文旅复苏观察

今年“五一”假期,重庆、四川文旅复苏势头格外亮眼——接待游客较2019年同期分别增长17.9%、27.3%,成为经济发展回升向好的生动写照。

川渝文旅市场强势复苏的背后,既有经济社会全面恢复常态化运行的大势所趋,更得益于两省市打破行政壁垒,携手推进文化遗产保护利用,创新文旅产品供给和品牌联合营销,加快推进巴蜀文化旅游走廊建设,让巴蜀文化释放出独特魅力。

新活力

携手让巴蜀文化遗产“活起来”

成都金沙遗址博物馆馆藏商周有领玉璧、重庆中国三峡博物馆馆藏西汉“御史大夫倪宽”子母玉印……5月17日,川渝博物馆联盟在重庆举行的“国际博物馆日”主题活动中,一大批珍贵文物惊艳亮相。

今年“国际博物馆日”到来之际,川渝多家文博单位联合举办“金玉良缘”川渝馆藏精品玉器及金银器展、“巴山蜀水”川渝博物馆文创展等一系列主题活动,展示巴蜀文化紧密相连、相互促进的文明气象,加强考古成果和历史研究成果的转化与传播。

古老的巴蜀大地,拥有三星堆、金沙遗址、大足石刻等丰富的文化遗产资源。如今,川渝正携手推进文化遗产保护利用,让陈列在巴蜀大地上的遗产“活起来”。

重庆市文化和旅游发展委员会主任冉华章介绍,在考古调查研究方面,川渝已联合召开钓鱼城遗址宋元建筑考古学术研讨会等学术会议数十场,联合完成“考古中国”重大项目“川渝地区巴蜀文明进程研究”部分考古发掘,已启动涪江流域考古调查工作。

“文化遗产保护利用方面,三星堆遗址祭祀区已入选‘2021年度全国十大考古新发现’,川渝联手打造川渝石窟寺国家遗址公园。”四川省文化和旅游厅厅长戴允康说,目前长征国家文化公园重庆段、四川段进展顺利,长江国家文化公园重庆段、四川段纳入全国重点建设区,正在合作编制建设规划和建设方案。

在川渝携手推动下,巴蜀文化遗产正展现出新的活力。

以石窟寺文物为例,川渝已建立联



3月24日,一群小朋友在老师的带领下,在重庆大足石刻景区内参观。
图据新华社客户端

合保护机制,大足石刻景区推出8K球幕电影,让游客沉浸在360度全景声画面中体验石刻艺术,安岳卧佛院打造集石刻文化与自然生态景观为一体的休闲度假旅游景区,两地正共促文旅消费提档升级,联合开发、推介旅游线路等。

“五一”假期,来自深圳的陈女士和朋友们组队,先乘飞机到重庆,再租车开启了为期三天的川渝石刻之旅。他们在重庆参观完大足石刻后,继续开车到四川资阳市探访安岳石刻。

“这条川渝石窟石刻艺术主题游精品路线正好满足我们的需求,两地石刻一脉相承、各具特色,集中看完后感觉更连贯、更震撼,对游客而言更有吸引力。”陈女士说。

新品牌

联合营销塑造“流量担当”

从4月29日到5月20日期间,成都宽窄巷子和重庆洪崖洞携手推出数字徽章送祝福活动,采用交互数字藏品引领游客沉浸式享受都市旅游,游客可凭徽章享受两家景区内部分展览的门票优惠。

川渝正结合消费新趋势,创新开展文旅品牌联合营销。由川渝地标性景区成都宽窄巷子和重庆洪崖洞组成的“宽洪大量”组合,在品牌联播、市场营销、产

品互推、游客导流等领域开展深度合作。

“宽洪大量”已成为巴蜀文旅“流量担当”。今年春节期间,洪崖洞景区接待游客93.6万人次,比2019年春节增长36%;宽窄巷子接待游客105.26万人次,比2019年春节增长370%,双双创下开街以来节假日最高接待量。

“我们在重庆洪崖洞看到成都宽窄巷子、春熙路等景点的宣传,决定领略过重庆的‘立体’和‘魔幻’之后,再去感受成都的精致与闲适。”来自北京的游客陈冲告诉记者,川渝地缘相亲、民俗相通,成都和重庆又保持着鲜明个性,这正是成渝吸引外地游客的魅力。

重庆市文化和旅游发展委员会副主任秦定波介绍,川渝已联合推出“安逸四川·大美重庆”文旅品牌,成立西南区域文化和旅游消费城市群推进联盟。川渝还策划推出“解放碑和春熙路”“点石(大足石刻)成金(金沙遗址)”等创意主题宣传,相关重点景区已实现品牌共推、游客互送。

同时,川渝联合开展“川渝一家亲景区惠民游”等双城互动营销,两地280余家旅游景区携手开展“百万门票免费送”等优惠活动,合作启动“百万职工游巴蜀”活动;联合参加澳门国际旅游(产业)博览会等,联合主办“澜湄世界遗产城市对话活动”,全方位宣传推介巴蜀文化旅游资源。

新业态

联袂创新巴蜀文旅产品

近日,广西游客王爱华跟随旅游团领略了长江的多姿多彩——从四川自贡顺江而下,感受自贡彩灯的绚丽、宜宾李庄古镇的文化底蕴、重庆长嘉汇大景区的繁华,以及长江三峡的壮美……

“这条长江上游黄金水道主题游新线路,涵盖了长江上游文化资源的精华,让游客更深切感受长江文化的独特魅力。”王爱华说。

长江上游黄金水道主题游涵盖川渝长江沿线20余个主要景区,涉及自然、人文、都市等多种类型,是川渝合作推出的巴蜀文化旅游走廊十大主题游线路之一。

“十大主题游线路是川渝联合推出的文旅新产品,涵盖古遗址文化主题游、世界自然遗产主题游、石窟石刻艺术文化主题游、红色旅游主题游、民族风情主题游等特色产品。”秦定波说,其中既包括三星堆遗址、金沙遗址、钓鱼城遗址等文化遗产,又包括九寨沟、南川金佛山、武陵喀斯特等自然遗产,也包括邓小平故里、朱德故里等红色景区,充分展现巴蜀大地的自然之美、人文之韵。

结合当前消费新趋势,川渝正联袂创新文旅产品,拓展文旅新项目、新业态、新体验。

据川渝文旅部门介绍,川渝已联合发布主题精品线路70余条;联合承办第六届中国诗歌节、第十三届中国西部动漫文化节、第五届川剧节等系列活动;组织川剧《江姐》、民族歌剧《尘埃落定》等精品剧目在两地推广演出等。2022年两地举办近百场文化活动,线上线下服务逾1000万人次。

联合开展产品创新,有效激发了巴蜀文旅发展活力。今年一季度,四川省旅游消费金额1930.93亿元,同比增长8.81%;今年1至2月,重庆市累计接待过夜游客1517.82万人次,同比增长77.9%。

川渝文旅部门负责人表示,川渝将进一步筑牢“川渝一盘棋”思维和“巴蜀一家亲”理念,深入探索文旅跨省协同发展新模式,更好地保护利用文化遗产,丰富文旅产品供给,创新开展联合营销,力争让文旅产业成为成渝地区双城经济圈高质量发展的重要支撑。(新华社重庆5月29日电)

成渝两市建立跨区域消费维权协作机制

新华社重庆5月29日电 记者29日从重庆市市场监督管理局获悉,重庆市消委会、成都市消委会联合印发《关于建立重庆成都两市跨区域消费维权协作机制的通知》,明确6项具体举措,不断降低重庆、成都两市消费者异地维权成本,确保跨区域消费投诉及时受理、快速处理。

通知明确,坚决贯彻落实党中央关于推动成渝地区双城经济圈建设的战略部署,以建立重庆、成都两市跨区域消费维权协作机制为抓手,积极维护好消费者合法权益,共同构建安全友好的消费环境,让重庆、成都两地消费者能够放心、舒心、安心消费。发挥两地消委会职能优势,进一步密切两地经济往来、消费

联系,推动扩大内需,建设活而有序、强大繁荣的重庆、成都消费市场。

跨区域消费维权协作机制包含及时移转异地消费投诉、快速接收异地转办投诉、认真调查调解异地投诉、强化异地从事经营活动市场主体的投诉信息通报、畅通违法案例的移送渠道、规范异地移转案例办理上报等6项具体举措。

通知要求,加强消费维权信息交流共享,及时交换一季度、半年、三季度和全年消费者投诉数据分析、维权案例、消费提示、消费维权动态。针对消费维权中的热点、难点、焦点和新问题,适时组织召开重庆、成都两市跨区域专题研讨会,联合发布消费警示、提示、观点等,共促重庆、成都两市消费环境改善。

61个项目,总投资超39亿元

首批四川省文化数字化建设重点项目清单发布

华西都市报讯(记者 朱宁)5月29日,四川省文化大数据有限责任公司揭牌仪式暨四川省文化数字化建设清单发布会在成都举办。

新一代数字信息技术的发展,已经为文化事业的改革和文化产业的发展注入了新的动能。会上,省委宣传部发布了《四川省文化数字化建设重点项目清单(第一批)》和《四川省文化数字化建设机会清单(第一批)》。

本次发布的重点项目清单共61个项目,总投资超39亿元,涉及数字化基础设施建设、文化数据资源采集、文化数据交易平台建设、数字文化产业创新发展等多个领域。机会清单共51个项目,涉及建设运营、开发合作、解决方案征集、投融资、人才引进等多个方面的合作需求。

会上还重点推介了四川数字文化产业基金项目,为充分发挥国有资本对文化

产业投资的引导带动作用,设立了规模3.5亿-5亿元的四川数字文化产业基金,主要投向数字文创、影视游戏、VR/AR、人工智能、云计算、大数据等数字文化领域。

此外,此次挂牌成立的四川省文化大数据有限责任公司,是由四川新传媒集团有限公司牵头,联合中国广电四川网络股份有限公司、四川文化产业投资集团有限责任公司、四川日报报业集团、四川广播电视台、四川新华出版发行集

团有限公司、峨眉电影集团股份有限公司六家省属文化企业(单位),共同设立并经营的“文化+传媒+数据+技术”的融合创新型企业。公司入驻成都高新区瞪羚谷,未来将承担四川省文化大数据中心及四川省文化数据服务平台的建设运营,以文化数据资源的汇聚、应用、交易、治理为业务主线,致力于四川全省文化大数据体系的建设,服务于四川数字文化公共服务与产业发展。