

演出市场呈现井喷式增长,音乐节、音乐会、展演密集上演;大熊猫“花花”火遍社交平台,带动景区、文创及周边民宿持续火爆;多地文旅局长“花式开卷”,积极为家乡代言……回顾2023年,全国文旅市场强劲复苏,“热”力十足。

## 川渝文旅“年度盛宴”来了 2023成渝文旅新地标评选活动启动

视线聚焦川渝地区,两地长期“霸榜”全国热门旅游目的地,并涌现了一批文旅新地标。重庆十八梯仅“五一”假期的客流就达50万人次;三星堆博物馆新馆开馆即成“顶流”,经常一票难求……

川渝两地还合力推动巴蜀文化旅游走廊建设不断走深走实。2023年9月27日,省委书记王晓晖在2023四川省文化和旅游发展大会上强调,着力推动文旅融合高质量发展,更好助力新时代新征程四川现代化建设。其中,要以建设巴蜀文化旅游走廊为牵引,优化全省文旅发展空间布局,让各地文旅发展各美其美、美美与共。

璀璨夺目的文旅资源,需要更多人来推荐与分享。即日起,封面新闻、华西都市报正式启动2023成渝文旅新地标评选活动,开启川渝文旅领域“年度盛宴”,邀请专家学者、行业代表以及广大网友积极加入进来,共同探寻川渝文旅的“诗与远方”。

### “新秀”涌现 川渝文旅携手“出圈”

川渝文脉绵长、风光无限,是世界文化旅游资源最丰富的区域之一。每年无数游客慕名而来,探访山水之间的壮美风光,在风土人情中感受延续千年的文化底蕴。

2023年中秋国庆假期,川渝交出了一份亮眼成绩单。其中,四川接待游客超5691万人次,全面超越2019年疫情前水平;16家5A级景区游客同比增长超500%。重庆旅游的热度也位列全国前列,部分指标更是居全国前三。

在传统景区强势回归时,一批文旅“新秀”的表现同样抢眼。去年7月底,三星堆博物馆新馆开馆,展出青铜器、玉石器、金器等各类文物共1500余件(套),成为目前西南地区最大的遗址类博物馆单体建筑。成都大运会后,东安湖体育公园逐渐成为成都大型演唱会的“首选地”,陈奕迅、李健等歌手纷至沓来,推动成都文旅消费市场“火力全开”。

去年12月以来,冬季旅游持续升



温,带动冰雪和温泉相关目的地成为热门“打卡地”。近日,重庆武隆仙女山迎来了强降雪,绝美“南国雪原”风光吸引不少人前往,景区游客年接待量首次突破200万大关。在雅安王岗坪景区,游客可观赏到海拔6000米以上的雪山45座、海拔5000米以上的雪山200余座,并能同时容纳数千人滑雪、戏雪。

趁着文旅行业发展的好势头,川渝继续携手在文旅创新协作方面合作,共同拉动巴蜀文旅消费强劲复苏。在去年12月12日举行的巴蜀文化旅游走廊建设专项工作组联席会第七次会议上,川渝两省市文旅部门商定2024年将从合力建设一条文化旅游带等8个方面“再发力”。

重庆市文旅委党委书记、主任冉华章表示,一系列合作成果打开了川渝文旅协作发展的广阔空间。“川渝两地同为西部乃至全国的旅游热门区域,是潜力巨大的文旅消费市

场,要主动担当、积极作为,进一步提升川渝文旅消费热度,促进文旅消费升级。”他说。

### 年度盛宴 成渝文旅新地标评选活动启动

在文旅市场火热的氛围中,2023成渝文旅新地标评选活动启动。作为评选活动的重头戏,成渝文旅新地标评选每年都引发社会关注。比如,“寻找2021成渝文旅新地标”评选活动梳理了川渝两地上千个文旅地标。在为期一个月的网络投票中,共收到网友超1900万投票。

重庆市渝中区文化旅游委党委书记朱传富说:“评选着重突出‘新’字,各种新地标、新景点的参评,可以让川渝地区丰富的旅游资源集中展示,更加凸显各地的特色。”遂宁市文化和广播电视和旅游局局长魏毅表示,遂宁将把优势资源转化成优势项目,并联动重庆潼南、合川、铜梁以及遂宁周边县市,把巴蜀文旅走廊中部地区串联起来,形成共同发展的良好态势。

今年的评选活动内容丰富、亮点纷呈。评选经推荐、初选、投票、专家评审等环节后,将举行颁奖典礼,现场颁发“2023成渝十大文旅新地标”等重量级榜单,并发布“拥抱星空的最佳观景台”“亲子游首选地”“自驾秘境”等,探寻川渝文旅新秀的“诗与远方”。

颁奖典礼现场,还将发布一系列指数。封面新闻将联合相关机构,发布成渝相关城市的能见度指数、游客满意度指数、消费指南(包括乡村酒店、民宿等)、最宠爱的伴手礼指数、不得不吃排名等,给消费者一份实实在在的旅游消费指南,并以此加大对城市的宣传推介。

此外,还将举行文旅交流活动、联盟年会等。其中,文旅交流活动是川渝两地文旅行业落实成渝地区双城经济圈建设的实际行动,也是推动巴蜀文化旅游走廊建设的重要载体。活动期间,将组织专家学者前往川渝文旅地标采风参观调研。联盟年会将邀请川渝文旅相关联盟单位分享文旅创意产业成功案例,促进资源整合与共享,以期形成长效机制,构建联盟学习共同体、发

展共同体。

### 活动升级 首次发布用户口碑榜

日前,文化和旅游部有关负责人在国新办“权威部门话开局”系列主题新闻发布会上介绍,“2023年的旅游市场的确可以用火爆来形容。”据统计,2023年前三季度,国内旅游达到36.7亿人次,实现旅游收入3.7万亿元,同比分别增长75%、114%。居民旅游需求得到集中释放,居民出行大幅度增加。

出行途中,有人晒出自己的“反向旅游”线路,展示如何避开“人从众”,打卡小众旅游目的地。有人分享“网红”景点打卡攻略,吃住行购娱全部囊括其中,花式秀旅行“小美好”。然而,还有不少人心心期待的旅行变“囧途”,不远千里前去网红景点打卡,到了后却发现是“照骗”。

这些故事都可以分享。今年评选活动将通过封面新闻APP及三方平台矩阵开辟互动通道,邀请用户参与征集互动。

活动期间,封面新闻将派出记者团,深入全国各地,一方面挖掘游客及市民在元旦、春节旅游期间体验的文旅新玩法;另一方面,报道游客和市民在旅行途中遇到的旅游陷阱等典型案例,揭秘爆火背后的“买家秀”和“卖家秀”的区别。同时综合用户互动情况和全网数据,发布用户口碑“旅游听劝笔记”“出游白名单”“旅游避雷指南”等。

赶紧加入进来,一起来分享和推荐,共同见证川渝文旅“年度盛宴”的精彩。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝



扫码关注活动

## 点赞总票数超400万

### 2023“讲好中国故事”创意传播大赛四川分站赛网络投票结束

华西都市报讯(记者 刘秋凤)2023年12月31日,2023“讲好中国故事”创意传播大赛四川分站赛暨2023“文脉双流”文化创意短视频拍摄活动网络投票截止,累计得票超400万。

记者梳理发现,本届大赛的参赛作品具有多元化特点,有专业“大牛”们的精品视频,也有普通大众记录生活的接地气作品,更有自媒体爱好者的踊跃投稿……他们用不同的视角,反映了当下中国的“万千气象”。

以来自达州的作品《年味》为例,其真实纪录了川东北农村地区别具特色的年味年俗。摄制组历时3个多月,深入20多个乡镇实地调研,走进

10余户家庭,找寻人们记忆深处的年味年俗,呈现出一幅“望得见山,看得见水,记得住乡愁”的乡村振兴美好图景。最美的风景,终不及回家的路。扑面而来的烟火气,开启人们团圆时刻的尘封记忆。

又如来自成都市双流区的作品《从戛纳到彭镇,海归农民的这七年》,视频通过讲述海归青年王成城从法国留学归来、回到双流当一名农民的故事,反映了新时代下年轻人对自己人生的新选择。“海归为什么不能当农民?”王成城说,当下的中国面临乡村振兴的时代机遇,“天府粮仓”成都片区蕴藏着巨大的商业空间和消费潜力。

除了专业团队,本届大赛还吸引了众多业余爱好者的参与,具有广泛的群众基础。在信息时代,老百姓拿起一台相机,或打开手机摄像头,就可以轻松记录身边的中国好故事。此外,本届四川分站赛还收到了很多自媒体人的投稿,他们通过记录最真实的生活,反映当下中国人的幸福。

这些视频涉及的题材很丰富,有浓厚民风民俗、野外生态保护、田园乡村农业、大美城市风光、个人创业经历、教育温馨故事等,涵盖经济社会生活的方方面面,用镜头生动鲜活地展示了新时代发生在巴蜀大地的幸福故事。

本次活动评选由网络投票和专家

评审组成。其中,网络投票权重占比为30%,专家评委投票权重占比为70%。网络投票结束后,组委会将邀请有关部门领导、新闻媒体负责人、专家学者、专业人士等组成专家评委会,对入围作品进行专家评审。最终,四川分站赛获奖作品名单将在封面新闻专题网页进行发布,优秀作品将选送参加全国大赛。

本次活动由四川省人民政府新闻办公室指导,当代中国与世界研究院、中国互联网新闻中心主办,封面新闻、成都市双流区委宣传部、成都市双流区委网络安全和信息化委员会办公室、成都市双流区精神文明办公室承办。