

中秋假期文旅活动精彩纷呈 四川A级景区接待游客超1000万人次

中秋假期结束，你的出游计划实现了吗？9月17日，记者从文化和旅游厅获悉，中秋假期，全省纳入统计的867家A级景区累计接待游客1008.12万人次、实现门票收入8157.76万元。全省图书馆、文化馆、博物馆共接待群众196.60万人次。

特色文旅活动精彩纷呈

今年中秋假期，文化和旅游厅会同泸州市在江阳区举办“万人赏月诵中秋”主题展演，带动全省推出500余场次“文旅大餐”。绵阳市“李白的月光”中秋晚会、南充市“西巷逍遥游中秋游园”、广安市“百姓大舞台 广安更精彩”诵中秋等文艺、民俗活动，峨眉山景区“龙行天下·云上金顶”沿黄河省区自驾游活动，吸引了众多游客前往体验。

同时，城市游和近郊游热度不减。东郊记忆、天府人文艺术馆等文创园区受到年轻客群宠爱，东郊记忆以“郊响·东市”为主题，吸引游客21.66万人次，较去年同口径增长13倍。

近郊游、乡村游备受市民游客青睐，蒲江县樱桃山、成佳茶乡两家景区接待游客超12.72万人次，较去年同口径增长7.3倍。

成都市龙泉驿区山泉镇、都江堰市、天府新区太平镇等区域的高品质旅游民宿入住率超过83%，部分天府旅游名宿连续多日满房。



9月16日，遂宁市安居区海龙村村民和游客分享直径一米的月饼。新华社发



广安市肖溪古镇居民在迎中秋活动中打糍粑。新华社发

多措并举力促文旅消费

成都市邀约德阳、眉山、资阳，联动甘孜、阿坝、凉山等地，举行“到成都街头走一走——2024中秋国庆美好双节发布活动”，共同发布近千场文旅活动以及发放3000万元文旅消费券等优惠福利。

雅安市推出优惠政策37项，发放消费券1300余万元。泸州市启动“惠享泸州·文旅消费”主题消费季，开展文旅消费进公园、进商场、进景区、进广场等活动30余项，发放消费券500万

元。绵阳市联动OTA平台发放文旅消费券300万元。内江市推出节日文旅“礼包”7项、文旅活动“礼单”25项。光雾山景区联动诺水洞天景区、13家酒店打出“景区优惠、高铁优惠、酒店优惠”组合拳，将活动流量转化为文旅消费增量。

新业态新场景掀起“国风潮”

中秋假期，2024年中华龙舟大赛（四川·恩阳站）、成都市龙泉驿区赛艇公开赛和全国体操冠军赛、眉山市中国攀岩联赛揭幕战和全国桨板青少年锦标赛，将竞技体育、潮流音乐、传统演艺等融合起来，呈现“一场赛事沸腾一座城”的盛况。

此外，遂宁市通过非遗展示、汉服体验、挂祈福牌、国风巡游等多种活动，打造“可观、可感、可玩”的沉浸式互动体验。《只有峨眉山》戏剧幻城全新升级打造的古风雅集为中秋假期城首次夜间开放城墙，轮番上演拜月仪式、快闪巡游、沉浸式户外实景剧本杀活动，为游客提供古今交融的全新体验，接待游客20.95万人次，较去年同口径增长45.31%。平武报恩寺、安岳石刻等景区持续带国产3A游戏《黑神话：悟空》取景地相关话题，吸引游客“跟着游戏去旅行”，接待游客人次较去年同口径分别增长11倍和3倍。

华西都市报·封面新闻记者 杨金祝

中秋节假日，各地商旅文体展消费活跃。记者在北京、四川、上海等地采访看到，传统文化与科技、创意融合，变得潮起来；人们在短途游、乡村游中收获慢生活、减压放松；在赛事、音乐等热门IP辐射效应带动下，各地创新打造多业态融合项目，激发出消费新活力。

潮体验、微度假、热IP ——中秋节假日各地消费市场扫描

创意赋能 传统文化“解锁”潮体验

在位于丰台区的北京园博园，正在举办的“京彩灯会”——2024年北京中秋国庆彩灯游园会让市民游客沉浸在“花市灯如昼”的世界。《花团锦簇》灯组再现长城脚下壮丽景色，《北京风物》灯组精细描绘老北京美食与茶文化……灯会创新融合自贡灯会与北京文化，设置九大主题展区，展出200余组彩灯、10万件彩灯挂件，在展出周期、灯会规模、灯组规格设计等方面，均开创了北京灯会历史之最。

“这次灯会很多主题都与中国传统文化有关，很有韵味。”27岁的游客李亦浓一边拍照，一边告诉记者。往来游客中，有的身着马面裙，在灯饰前打卡留念；有的手持北京中轴线主题集章本，穿梭不同点位盖章。

今年“京彩灯会”涵盖赏、游、秀、吃、购、玩等多方面，还设立了150余家特色商铺，覆盖老字号、非遗、文创、餐饮美食等。自贡彩灯行业协会会长沈宏跃说，希望这次灯会不仅为首都市民过节带来欢乐，也探索打造消费新场景和新业态，让游客收获全方位的享受。

夜幕降临，一个“月亮”装置点亮四川成都锦江东门码头，人们在此排队等候登船体验“夜游锦江”项目。江面上，

灵动的“大鱼”“神鸟”等飞行装置伴随游船行驶飞起；演员扮演嫦娥、玉兔、李白等为游客吟唱诗歌；火锅船、“江上KTV”、萌宠专线等不同主题游船往来如织。江岸上，沿线茶百戏、漆扇和桂花香囊制作、汉服体验、潮玩市集、街头艺人表演等丰富活动吸引市民游客驻足体验。

“夜游锦江”项目营销负责人杨苒预计，今年中秋项目覆盖的水上游船、岸上商业等经营区域预计接待游客约10万人次，较去年同期增长超三成。“我们还计划引入MR（混合现实）技术，为市民游客打造科技感更足的沉浸式夜游之旅。”

阖家享自在 微度假短途游成假日主流

得知台风“贝碧嘉”将对上海天气产生影响，14日抵沪的江苏游客李响一家选择“既来之则安之”。15日白天，他们在南京路步行街沿线的老字号餐厅饱餐一顿，漫步外滩途中，不时被一些店铺里新颖有趣的文创商品吸引。“我们本就计划不做‘特种兵’，走到哪儿玩到哪儿，如遇到天气不好，就在酒店亲子区玩一天。”

14日晚，第35届上海旅游节开幕，发布“上海的N种玩法”旅游线路，包括建筑阅读、非遗品鉴、古镇漫步等一日

文化沉浸游线路，“精彩上海全接触”等两日都市精选游线路，“老城厢里的新风向”等三日城市经典游线路，满足人们不同的文旅体验“味蕾”。

携程、同程旅行等旅游平台数据显示，这个中秋节假日，长三角、珠三角、京津冀及成渝城市群、中原城市群等城市群的中短途出游需求旺盛，3小时以内的高铁出游市场最为活跃。

在成都市新津区，中秋节假日在此举行的2024年成都赛艇公开赛带动周边乡村游火热。天府农博园、花舞人间、宝墩古城遗址等乡村文旅场景和遗址公园迎来络绎不绝的游客，看赛事、游乡村、品特色鱼鲜的乡村旅游线路受到游客喜爱。

中国旅游研究院院长戴斌分析，一方面，消费者彰显旅游需求个性，旅游消费更加成熟理性；另一方面，许多目的地通过完善交通、打造文旅新空间、增强信息发布，实现“城旅一体”，让人们休闲度假可以“说走就走”，充满松弛感。

跟着IP游购 商旅文体融合激发消费活力

“北京中轴线——中国理想都城秩序的杰作”不久前成功列入《世界遗产名录》，“北京中轴线”成为牵引假日文旅消费的热门IP。今年中秋节假日，北京文旅部门推出“中轴线之景山追逐最

美落日”“北中轴之奥运塔追逐最靓落日”“南中轴之飞雁台追逐最艳落日”等主题游线路。

围绕“北京中轴线”开发的文创产品也广受市民游客喜爱。北京市民房先生和女儿在刚购买的集章本上盖上印有北京中轴线沿线建筑图案的印章，“尽量集多，把‘北京中轴线’带回家！”

随着旅游趋向场景化、体验化、多元化，跟着赛事、音乐、影视等去旅行等文旅融合体验成为多地新风尚。

14日晚，第30届“蓉城之秋”成都国际音乐季“丹尼尔·哈丁与香港管弦乐团专场音乐会”在成都交响乐团音乐厅举行，不仅演绎了多首经典交响曲，还演绎了根据四川民歌《太阳出来喜洋洋》创作的管弦乐作品《秋日映蓉城》。

演出吸引了许多市民游客前来观看，来自西安的游客刘女士说：“趁着中秋节假日带孩子来成都旅游，白天逛博物馆，晚上听音乐会，再去打卡各种美食，旅行体验很充实。”

中秋节假日，成都举行ATP250成都网球公开赛、世界泳联2024年U18成都世界女子水球锦标赛、2024年成都赛艇公开赛、中超联赛等重要赛事，以及第30届“蓉城之秋”成都国际音乐季、凤凰传奇演唱会等音乐活动，吸引着许多游客跟着赛事、音乐来旅游，带动当地假日消费市场迸发新活力。 据新华社