

四川文旅携480个优质项目赴大湾区招商

总金额5700亿元!

聚焦“建圈强链” 480个招商项目集中发布

7000多米海拔高差造就了雪山耸峙、江河奔流、平原沃野交相辉映的立体“锦绣天府”画卷，古蜀文明辉煌灿烂、民族文化绚丽多彩，川酒醇香、川菜百味、川茶清雅，这些共同构成“安逸四川”独有生活美学……此次来到大湾区，四川以多种形式展示自然生态之美和多彩人文之韵。

坐拥全国数量最多、类型最全、规模最大、品位最高的文旅资源谱系，由资源优势向产业优势跃升，四川将文化旅游产业纳入全省“建圈强链”的15个重点产业链之一，明确了数字文化产业、演艺产业、文化创意设计产业、影视产业、出版发行和版权产业、休闲度假旅游、观光旅游、乡村旅游、健康旅游、研学旅游等十大重点领域。

四川省文化和旅游厅相关负责人介绍，本次重点招商项目发布会聚焦这十大重点领域，精选了480个发展前景广阔、投资回报可期的优质项目，招商总金额5700亿元，期待促成川粤文旅产业的精准对接，加强高能级文旅企业招引，加大重大文旅项目培育。

活动上，成都、泸州、遂宁、内江、广安、广元、达州、巴中等市州文旅部门代表依次登台“路演”，详细推介一批优质项目，加强精准对接。从成都熊猫基地特色主题乐园，到泸州打造酒旅融合发展新业态老泸州·大河街；从广元蜀道驿站文化体验基地，到内江打造的“成渝腹地文旅新标杆”……充分展现四川文旅产业的多元魅力与发展潜力，也为企业家们提供丰富的投资选择。

以文旅发展助力托底性帮扶，本次招商项目发布会还特别

设置甘孜、阿坝、凉山推介优质文旅资源和招商项目环节。作为全省文旅资源最为富集的区域，三地重点展示了禀赋独特的自然生态与人文瑰宝，多个世界级文旅新地标正在三地加速崛起。

强化多元协同 跨界融合打开合作新空间

如今，文旅融合边界不断扩大，更多跨界融合的新业态、新体验、新产品成为新风潮。此次招商活动特别邀请了体育、影视、低空、农业、数字科技等多领域的大湾区文旅企业代表，共同探讨“文旅+百业”“百业+文旅”的合作可能。

四川作为西部市场腹地，近年来旅游接待人次、旅游总花费稳居全国第一方阵，为文旅消费升级带来巨大机遇，引发了大湾区众多企业家们的浓厚兴趣。

“不仅感受到四川丰富的文旅资源，还看到了很多四川打造

文旅商、文旅体以及文旅+科技融合的新成果。”参会企业家代表、中旅联控股有限公司首席架构师符奕斌说，接下来，将进一步关注和对接四川此次推出的都市休闲旅游目的地、传统景区科技化升级等项目，寻找合作可能。

近年来，四川全力打造优化营商环境，吸引一批重大文旅项目、重点文旅企业相继落地四川。今年围绕引导规划策划、推动重大项目、支持品牌塑造等8个方面，推出一系列强有力、多维度、全链条的支持政策，包括对新引进高水平演艺、重大文旅消费活动、国际重大体育赛事活动给予最高600万元奖补等。同时市州层面也因地制宜推出丰厚支持政策。四川“最大的诚意、最优的政策、最佳的服务”成为此次发布会一大亮点。

华西都市报·封面新闻记者 杨金祝



11月8日，“川超专列”C4074次列车载着约1200名球迷从南充奔赴达州。
中国铁路成都局集团有限公司供图

小小票根延伸消费链条

不久前，从江西赶来观看全运会赛事的程女士打卡了广州多个地标，还特别游览了广州动物园，因为持赛事票观众可免门票入园。这趟广东行，她因优惠政策省了不少钱。

全运会期间，广东共有100余家4A级以上景区推出凭票免票、折扣入园等政策。

受赛事活动、票根政策等提振，赛事举办地相关消费增长显著。抖音生活数据显示，全运会开幕首周，广州、深圳餐饮消费同比均增长140%以上。

“川超”同样火热。来自凉山的球迷罗伟随队到乐山“远征”，一边看球一边品尝本地甜皮鸭等特色美食。“我们不仅可以为自己的球队呐喊助威，拿着门票还能打折，品尝美味，游览美景。”他说。

据统计，“川超”分区赛期间，在一系列配套政策带动下，乐山主城区接待游客44.21万人次，同比增长24%。

11月，上海体育场举办多

场五月天演唱会，其所在的上海市徐汇区推出“票根+”等多重优惠活动。除了餐厅、酒店、购物等场景支持不同程度的凭票折扣，区内部分餐厅、商店还相应延长了营业时间。

体育赛事、演唱会、展会、热门电影……各地以“票根经济”为突破口，将一张张小小票根转化为“全城消费通行证”。

深圳大学管理学院教授楚湘华说，消费者因一张门票来到城市，又顺势把消费延展到更多地点，城市生活的丰富度和消费体验被票根串联起来。

多方共赢催热“票根经济”

近期正在上映中的沪语电影《菜肉馄饨》，呈现了多种上海老字号美食，除了菜肉馄饨，还有光明牛奶、正广和汽水、国际饭店蝴蝶酥等。

上海阿姨王双凤和朋友看完电影，凭票根在附近的新雅食品天钥桥路汇联商厦店以折扣价格购买了半成品鲜肉荠菜馅和排骨年糕。“回家就给老伴烧一顿美味！”她笑着说。

专家认为，票根天然具备

“时间+地点”双重绑定效应，能精准聚集高意愿消费群体，票根附带的优惠权益带动衍生需求，拉长消费链条，实现从引流到转化的闭环。

球迷跨城观赛便是这种绑定效应的最佳写照，成都球迷李先生跟随球队游览了遂宁、广安、南充、达州、巴中等地。

而每场“川超”比赛结束，四川达州城区的多家“达县米线”店就挤满了顾客。一家“达县米线”店老板介绍说，球迷凭票根可以享受“球迷套餐”，品尝当地特色米线，“比赛日客流量是平常的六七倍”。

中国旅游研究院院长戴斌说，各地正愈发重视“票根经济”，让赛事、演出与文旅消费形成自然延展。“票根经济”利用需求价格弹性放大消费总量，激活交通、零售、住宿等多个链条，促成多方共赢，放大了整体经济效益。

让“流量”更好变“留量”

目前，“票根经济”也面临不少“成长的烦恼”，内容同质化、缺乏文化内涵、创新动力不

足、政策协同不足等问题制约着“票根经济”的进一步发展。

发挥好票根作用，让“流量”更好变“留量”，票根项目本身吸引力至关重要，丰富和优化内容供给是重中之重。

暨南大学体育学院教授吴延年认为，“票根经济”的核心是优质活动带来的自然消费外延，建议各地持续聚焦打造优质内容，用高质量的演艺作品、有吸引力的体育赛事或展览等留住消费者。

加强空间联动、业态融合、区域协同，是更好发挥票根长尾效应的“催化剂”。

在这方面，各地也正在进行一些积极探索。在大湾区，广州、深圳等核心城市实现了“凭全运会票证享公交、景区、餐饮联动”；“川超”比赛期间，广元市积极探索“体育+”融合发展新路径；上海探索在演出、活动期间延长部分餐厅、商店运营时间，推出限时接驳巴士线路，将观众引流至多个商圈……

华东师范大学教授楼嘉军建议，各地可结合自身产业结构和城市特性，创新“票根+”模式，将不同界别的商户纳入其中，形成具有辨识度的消费路径；同时，推动跨城市票根互认，扩大消费半径。

技术赋能可进一步提高票根使用的便捷性和灵活性。全运会期间，观众可凭电子票根，在深圳湾体育中心免费体验数百种新奇产品。

西南财经大学消费经济研究中心负责人叶胥建议，下一步，可结合电子票根，通过大数据分析消费者偏好，强化业态整合的针对性，提升消费体验，让票根带来的消费活力持续释放。

据新华社

『流量』更好变『留量』 小票根何以撬动大消费

全运会观赛之余，观众在大湾区来场说走就走的城市漫步；四川省城市足球联赛（“川超”）球迷在比赛后涌向当地特色美食店；上海演唱会散场后，观众凭票在咖啡店品尝赠饮并小聚……

近期，类似场景在多地频频上演。消费者在赛事或演出结束后，并不急着离开，而是沿着票根延伸的路径继续体验城市，小小票根成为激活消费的“金钥匙”。