

壶口瀑布

丰富产品供给 提升服务质量 打响文旅品牌

# “假日经济”全面激发 山西文旅消费活力

近年来,省委、省政府始终把发展文旅业摆在十分突出的位置,倾力塑造“华夏古文明、山西好风光”“康养山西、夏养山西”“旅游满意在山西”文旅品牌。2023年,山西省第九次旅游发展大会提出,要牢固树立“抓转型必须抓文旅、抓文旅就是抓转型”的理念,聚焦供给侧改革,在文旅融合、产业转型和迭代升级上,精准施策,因势利导,形成全域旅游发展大格局。

作为旅游大省,山西不断推进文旅业从“旅游+”向“+旅游”升级发展,各地都在积极探索独具特色的发展路径,从文旅融合、品牌打造、产品供给、提升服务等方面发力、抢占先机,不断拓宽发展思路。各地和景点坚持内容为王、多元融合、文化阐释、旅游活化,不断丰富优质文旅产品供给,提升游客体验感获得感,让省内外游客来到山西,一路有看头,一路有惊奇,时时处处感受着“华夏古文明、山西好风光”的人文情怀。

尤其是今年中秋国庆假期,我省各地以全域旅游为导向,旅游产品供给更加丰富,以“旅游+文化”融合发展方式打造的特色旅游体验产品,成为广大游客青睐山西的一大亮点。各景区更是纷纷推出了模式新颖、层次多样、特色鲜明的文化旅游主题活动,吸引了大批游客来领略“山西好风光”,展现出我省假日旅游“活力四射”的美好景象,取得了较好的社会效益和经济效益。

记者从省文旅厅获悉,今年中秋国庆假期,我省66个重点监测景区累计接待游客613.74万人次,同比增长949.22%;累计实现门票收入2.43亿元,同比增长1350.79%。从这些数据可以看出,全省文旅消费有效释放,文旅业全面复苏。

## “旅游+节庆”实力圈粉 主题活动彰显 三晋文化魅力

节庆活动、主题营销、名人演唱会等形式是拉动旅游、促进消费最有效的方式。我省连续举办9次旅游发展大会、4届大河文明(旅游)论坛、4届康养产业发展大会,聚焦“数字文旅、美好生活”举办数字文旅品牌创新大会。联动“东方甄选”开展山西文旅直播,让“流量”变“留量”、“爆红”为“长红”,在灵石王家大院拍摄“非遗里的中国”山西篇并在央视一套播出,启动“趣享山西好风光”城市名片联动计划,开展“一眼千年晋在眼前”2023山西国风文化月、“晋享好风光”话题营销,持续助力山西文旅“出圈”。今年国庆节前,我省借助周杰伦演唱会+旅游的模式带动效应,做足用好“演唱会”经济,有效拉动了我省旅游、交通、住宿、餐饮、游玩等一系列文旅商业态消费增长,迎来了文旅消费新高峰。

在今年中秋国庆假期,我省各景区更是以丰富多彩的节庆活动,为各地游客营造了浓厚的节日氛围,通过各类主题互动性活动,打造更多的吸睛点、消费点和网红打卡点,升级游客的体验感。

9月29日,中秋假期第一天,也是中国传统节日中秋节。当天上午10时30分,洪洞大槐树景区内,来自各地的游客与“嫦娥”“玉兔”拍照后自觉排起了队,等待领取景区中秋特别福利——月饼。同时,景区启动“九州同庆、古槐同行”主题活动,其中包含13项亮点活动,全天26场精彩演出轮番上演,极大丰富游客体验感,尤其是景区内的“国庆同欢”大型互动闯关活动备受游客欢迎,年轻游客参与度高,还赢得了不同年龄段游客的一致好评。

“我们策划开展此类互动性、体验性强的活动,能丰富游客在旅游中的参与感、获得感,让游客在大槐树老家的活动中、服务中、环境氛围中,得到感官体验需求和多元情感需求的满足。”洪洞大槐树景区假日主题活动策划者林勇表示。

## 优化产品供给 旅游新业态层出不穷

近年来,在“旅游+”的推动下,伴随着游客消费需求的不断升级,山西文旅部门和景区坚持从供给侧和需求侧两个方面发力,紧紧围绕地城资源特色,布局和整合旅游全产业链,以内容塑造产品力,以产品提升竞争力,旅游新业态新产品层出不穷,实现游客满意和旅游盈利的“双赢”,尤其是“两节”期间,产品供给更加丰富。

太原古县城推出的2023太原古县城山西广电嘉年华燃爆“双节”旅游市场,网红达人古城现场才艺直播、街舞特训营等国潮元素,国风与电音的碰撞,将“双节”的氛围拉满;太原方特景区绚丽焰火秀精彩不断,在黑暗的夜空中,焰火如流星雨般闪耀,呈现在游客眼前,绚丽多姿的色彩照亮整个天际,带给游客无尽的惊喜。焰火表演连同精心设计的神州塔灯光秀相互呼应,灯光变幻和璀璨焰火的交织,创造出令人目眩神迷的视觉盛宴,为游客打造一场文化与科技交融之下的“中国式浪漫”。

夜色降临,张壁古堡特色演艺——张壁点灯开启了夜游古堡的华丽篇章,炫彩激光秀、追思方言灯、民谣演出等场景给各地游客留下了深刻印象。此外,为方便大家的游览和体验,景区营业时间从800延续到2200;郭峪古城景区开启白+黑模式,精彩纷呈的节目陆续上演,阳城鼓书、文艺汇演、川剧变脸、抛绣球招亲、活力快闪、唯美独舞、浪漫灯光秀、震撼3D光影秀、千年铁花盛宴等精彩接连不断,引得围观游客阵阵欢呼;在平遥古城内,每天夜幕降临充满现代气息的酒吧、咖啡店及文艺小店吸引了各地年轻游客群体,让千年古城在保持古风古韵的同时焕发出年轻活力;鹳雀楼景区开展的夜游活动,包括落日“打卡”、主题光影秀、音乐演出、特色美食等内容,增加游乐项目,丰富“夜游”内容,为游客献上视觉、听觉、味觉的文化夜宴。

值得关注的是,我省的一些传统老牌景区,也正主动适应旅游消费需求变化,注重以游客为本,持续提升旅游产品,增强游客的旅游体验感和获得感。

“平遥古城景区作为我省的传统老牌景区,面对旅游市场不断推陈出新,我们也开始逐步探索推出夜游演艺产品,促进消费结构升级。”平遥古城景区管理有限公司负责人介绍说,近年来,景区通过引进本土及国际演出团队,让游客从被动观看主动参与互动,实现从“坐着看”到“走着看”或“边走边看”的旅游演艺新体验,进一步扩大景区知名度,从而带动旅游产业联动发展。

为迎合文旅消费提质升级新趋势,我省还将在打造多元产品体系,构建全域旅游新格局上发力。其中,在提升景区品质上,在全省布局建设50个文旅康养示范区,打造10个文旅康养集聚区,不断培育康养新业态。在发展模式上,实践“核心景区+外围度假”路径,引入多元业态相互支撑,极大丰富游客体验。在业态融合上,大力发展战略游、工业游、体育游、研学游、自驾游、低空游,推进非遗、演艺、文创进景区,推出具有晋风晋韵的伴手礼和文创产品。在线路开发上,由传统的景点串联模式,逐步向涵盖景、线、食、宿、货、价、演、非遗等诸多元素的攻略线路升级,增强旅游线路产品的吸引力竞争力等。

## 提升服务质量 打响“旅游满意在山西”品牌

近日,一位来自河南的游客对记者说:“我没想到山西的服务这么到位,景区咨询岗位上的工作人员会告诉游客怎么走、多长时间就能到达景区内的标志性打卡点,在手机上怎么看全景导览图和演出时间,周围有哪些酒店和其他景点,讲解得特别细,排队久了还给大家免费提供方便面、矿泉水,出门在外的我们就需要这样的服务。”这只是我省各地和景区不断以游客满意为目标,营造舒心放心消费环境,全力塑造“旅游满意在山西”品牌的一个精彩缩影。

遇见大美山西,感受诗和远方。今年以来,我省各地和景区更是同步开展系列主题活动和形式多样的文旅消费促进活动,共同为广大居民和游客提供更加优质的产品和服务,营造更加舒心放心的消费环境,持续推动我省文化旅游业复苏振兴,加快打造国际知名文化旅游目的地。

旅游环境好不好,游客说了算。为营造良好文旅消费环境,今年以来,我省文旅部门积极统筹消费促进和文明建设,规范有序开展文旅消费促进活动,倡导文明旅游,提升居民和消费者的满意度、获得感,让“烟火气”“文化味”和“文明风”同行;完善游客集散、停车、公共交通、夜间照明等公共服务,引导文旅消费场所提升服务质量,打造有品质有温度的旅游目的地,全面提升游客的便利舒适度、体验满意度和品牌认同度。

A级景区特别是4A级以上景区是我省作为一个旅游目的地的核心品牌要素,是检验游客满意与否的重要窗口。为此,我省实施了“9+13”龙头景区梯次打造培育计划和A级旅游景区倍增计划,推动优质资源向优质产品转化。其中,重点打造平遥古城、云冈石窟、五台山、关帝庙等9家景区,着力培育王莽岭、云丘山、恒山悬空寺、黄崖洞等13家景区,完成全省4A级旅游景区创建评定工作,指导各市新创建50家3A级旅游景区,大力推进高等级景区提质升级。

值得一提的是,今年中秋国庆假日期间,省文旅厅在全省A级景区售票窗口、停车场、核心游览区等旅游场所显著位置张贴A级景区“好差评”二维码,在旅游客运车辆显著位置张贴旅行社“好差评”二维码和导游“好差评”二维码,及时了解游客体验和潜在旅游需求,积极营建健康有序、安全稳定的文旅发展环境。

以游客满意为目标,提升旅游服务质量。下一步,我省将持续从市场主体培育、提振文旅消费、立体联动宣传、服务环境优化等方面发力,开展游客满意度调查和旅游服务质量暗访监测工作,推进行业标准化建设,建立健全医疗保障、紧急疏散、应急救援、投诉受理等保障体系,着力打造旅游友好型环境,全力塑造“旅游满意在山西”品牌。

如今,三晋大地,从南到北,供给体系日趋完善,文旅多元融合发展,服务体系逐步健全,文化旅游产业正迸发出新的活力和生机。一系列特色文旅项目渐成文旅市场中的重要组成部分,一个又一个美丽乡村、康养示范区、休闲街区、文旅消费集聚区脱颖而出,让游客在丰富体验中感受山西文化的独特魅力和旅游的优质服务,真正成为山西高质量发展的新引擎。

(张婷)

据《山西日报》