

这个秋天，我们特别关注镇江旅游话题



邀市文广集团民生频道专业主持人和拍摄团队参与，对入围的15条旅游线路进行实地体验和采访，制作相应短视频。15条旅游线路全面线上推广，累计播放量近10万次。10月下旬组织了网络投票和专家评审，最终评选出10条精品旅游线路全面推广。

“我为镇江旅游作代言”活动自8月19日面向全社会启动以来，受到广泛关注，共吸引了各行各业热爱镇江旅游和短视频创作的市民、网络大V、导游、讲解员、高校学生和媒体记者等100余人，共提交、网络传播160余件视频作品。抖音#我为镇江旅游作代言话题播放近400万次。



程珉 摄

沙晨、柏文、刘欣等镇江籍知名人士还作为特别推介官，为本次活动助力宣传。目前，正通过线上展播宣传+网络投票+专家评审的方式，选拔出10名“镇江文旅推介官”，为镇江旅游代言。

“创意写作 全城接力(第二季)我为镇江写一句导游词”活动自9月19日启动以来，吸引了近千人参与。围绕历史文化、景点风光、美食特产、名人风采、历史之最、产业魅力6个子题展开创作，近400条投稿作品经专家评审，有64件候选作品进入投票环节，目前累计参与投票约12万人次，最终将通过3轮投票，评出“十佳导游词”、“优秀导游词”等奖项。



范翊 摄

几项活动均广集民智民意，较好地体现了覆盖面广、参与性强、影响力大等特点。比如“我为镇江旅游献良策”活动，应征者中有在校大学生、在镇工作生活的外地人、在外工作生活的镇江人、游客、高校教授、企业家、高管、退休人员、机关干部、教师、文创人员、旅游爱好者等，既有00后，也有耄耋老人，还有一位曾游历全国的我市某企业干部，因脑梗行动不便，坚持用手写方式寄来信函，为镇江旅游献策。甚至还有热心市民多次到现场反映自己的意见并提出建议，令人感动，参与热情之高、参与面之广出乎预料。又比如“我为镇江写一句导游词”活动，参与者不仅有第一季的“老粉”，也有第二季的“新粉”。有的在家乡工作，依然热心关注家乡旅游；有的是历史文学界专家，创作极富文史底蕴；有的是文化旅游领域学者、从业人员，写作发挥专业所长；有的在企事业单位工作，创作融入满腔热情。在持续了十余天的线上接力创作活动中，近千人进群关注参与，近400条投稿作品接起一条条“长龙”，活动全程可谓名家



陈诗勇 摄

卡”“我为镇江旅游作代言”“我为镇江写一句导游词”四项活动，邀请网络大V、市民、专家、学者等建言献策，积极参与。活动广受关注、反响热烈，累计全民参与量近800万人次。

加大推广，“四项”活动共振

“我为镇江旅游献良策”活动自8月8日启动，9月15日截止，历时近40天，来自我市市民及上海、广东、哈尔滨等省内外应征者，通过电邮、二维码填表、信函、电话、面谈等多种方式，共提供各类意见、建议、创意、方案等3000余件(条)。经梳理，大家关注的焦点主要集中在景点建设、旅游基础设施建设、全域旅游、文旅融合、线上旅游等方面。很多“金点子”见解独到，思路开阔，有很强的针对性、可操作性，反映出民众关注镇江旅游发展，以及对镇江旅游业的殷切期望。

“我为镇江旅游打个卡”活动自8月29日启动以来，已面向全市100多家旅行社进行了旅游线路的广泛征集。经筛选、推荐，共有15条旅游线路入围精品旅游线路评选，涵盖文旅景点项目近70个，涉及自然观光、人文历史、亲子研学、乡村度假、红色教育等多类主题。为生动展示旅游线路，特

云集、全民参与、佳句源源不断。

融合度高，推广更加精准

据市文广旅局旅游推广处处长张丙举介绍，本次“我为镇江旅游打个卡”活动，作为市场主体，全市100多家旅行社都积极参与，所有参选的旅游线路与旅游市场融合程度高，具备较强的市场推广性。比如以九里季子庙景区为核心的研学游线，因为涵盖了观光游、乡村游、红色游以及传统文化游等内容，目标客源广泛，市场肯定度高，是一条操作性强、易推广的线路。同时，线路征集的过程，也是对全市文旅资源一次较深层次的摸底。近年来，因为疫情原因，旅游产业受到较大影响，一些旅游企业相继关停并转，但通过这次线路的征集，我们也欣喜地发现，由于周边短线游、自驾游的兴起，不少乡镇正积极投入到旅游产业建设之中，并已摆脱单纯的农家乐，正向乡村休闲度假方向快速发展。另外，还有部分工业企业，如江苏容酒、堂皇健康睡眠等纷纷开设陈列馆、游客体验区，积极参与文旅研学游、工业体验游，为镇江旅游线路再添新内容。作为文化旅游主管部门，市文广旅局继续主动对接这些文旅新项目、新产业、新业态，帮助其增加文旅内容，提高其文旅服务水平，并且为他们提供推广渠道、推广平台，努力实现镇江文旅发展合作共赢。

市旅游培训中心主任吴雷说，此次镇江文化旅游宣传推广系列活动，不仅是推广活动，也是生产活动，同时也是采用数字化手段，将镇江文旅产品推广转化成一次生产、消费的过程。“我为镇江旅游作代言”活动就是深挖镇江文旅在数字经济方面的潜能。第一，通过活动，建立热门话题，借助网络平台低成本、传播速度快、与观众互动频繁等特点，迅速受到全网关注；第二，通过全网网民的积极参与，从多角度、多视野发布他们眼中的镇江文旅产品，引发全网热议关注，实现线上“种草”；第三，集中了一批自带流量、拥有一定粉丝量的网络宣传大V和能手，由他们发布内容激发粉丝兴趣，同时借助平台的社交属性和自身的流量，吸引更多潜在游客，扩大镇江文化旅游影响力。

优化创新，诗与远方更美

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。历史和文化是一座城市的灵魂，是一座城市保持长盛不衰的源泉。镇江山水城林的自然禀赋、水陆通达的交通区位、风骨傲然的城市气质、向上向善的精神风貌等特点非常突出，是一座有灵气、有温度、有故事、有活力的城市。

以发展的眼光，丰富文旅内涵，塑造城市形象；以统筹的眼光，加强资源整合，拓宽传播渠道；以开放的眼光，加强营销策划，注重口碑效应；以市场的眼光，加强平台合作，做好流量经济。镇江一定能成为越来越多游客心中的“诗和远方”。



杨宪华 摄



2022 (第十六届) 金山文化艺术·国际旅游节
2022 (The 16th) Jinshan Culture And Art · International Tourism Festival

本报记者 宣伟 本报通讯员 王佑嘉

党的二十大报告将文化建设摆在突出位置，对文化和旅游工作作出重要部署。要坚持高质量发展，推进旅游为民、发挥旅游带动作用，大力发展大众旅游、智慧旅游、绿色旅游、文明旅游。要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上深度融合。报告的战略部署令镇江文化和旅游业界倍感振奋、备受鼓舞。这个秋天，我们特别关注镇江旅游话题。

“你知道吗？辛弃疾北固顿首，千里山河萧萧下；王安石江上御风，草长莺飞江两岸；南山吟诵虎跑泉，焦山三诏犹向南……”这是市民张仁君为“我为镇江写一句导游词”活动创作的宣传语。为进一步提升镇江文旅的关注度和品牌影响力，进一步加强对旅游业高质量发展的高度重视、回应群众发展旅游的心声、推进镇江旅游新形势发展，镇江市文广旅局联合相关单位组织开展了“我为镇江旅游献良策”“我为镇江旅游打个