

旅游订单量增幅 1568%

元旦跨年，镇江旅游成黑马



本报记者 单杉 本报通讯员 杨越

元旦跨年哪里火?日前携程发布的“元旦跨年黑马目的地前十”榜单中,镇江凭借旅游订单量1568%的增幅,名列第二,成为名副其实的跨年黑马。镇江旅游何以成为黑马?在勤吆喝上作“文”章无疑是答案之一。

“漫天飞雪,如画金山”,2023年12月19日,镇江文旅集团的一条短视频将雪后金山景区之美展现得淋漓尽致。文旅集团下属企业也纷纷推出多个雪景视频,金山白雪黄墙分外美丽,雪中的北固山临江而立,宛如胜境的“雪”焦山别具韵味,南山玩雪的猫惹人怜爱。“终于有人把雪中极美的镇江拍出来了。”视频下,网友纷纷留言点赞,还有镇江网友在极力推荐自己的家乡:“三山一渡可以转转,办卡很划算。”细心的网友在视频中看到自己绑在树上的祈福红丝带,表示在这里虔诚地祈祷,来年一定能顺心如意。

镇江作为山水花园名城,如何让更多人知道?这是镇江文旅人一直在思考的一道考题。酒香更要勤吆喝,2023年的旅游成绩单和2024年的跨年黑马都证明,这道题,镇江文旅集团答得不错。

2024年元旦期间,市区主要文旅景区接待游客10.42万人次;2023年中秋、国庆期间,市区主要文旅景区接待游客58.73万人次;2023年“五一”,市区主要文旅景区接待游客42.54万人次。一串串数字证明,镇江已然成为更多人的旅游目的地。

目的地。

“2023年,文旅集团在提升景区品质、提升服务的同时,在营销宣传方面不断创新,希望能通过吆喝,吸引更多游客。”镇江文旅集团相关负责人介绍,过去一年,集团广泛拓展南京、上海、扬州、安徽、山东等客源市场,赴杭州、泰州、宁波、连云港等地组织开展旅游宣传推介十余场。不断深化与线上平台合作,开展旅游产品及门票售卖。围绕镇江旅游资源、集团旅游产品、主题活动等内容推出各类旅游宣传短视频88个,各平台总播放量超过1000万。



白雪黄墙的金山 徐丹霞 李斌 摄

新闻延伸

镇江旅游受青睐 “夜游”景区强势突围

本报记者 笪伟

2023年12月31日18:40,市民老程发了一条朋友圈消息:“苏宁已经没地方停车了,连财富广场都停满了。”跨年钟声响起,市民李小姐拍了一张自己和一群人站在路边等车的照片:“新年第一天,打不到出租车啊,每辆车都坐满了。”镇江旅游缘何成为开年的一匹黑马?业内人士分析有以下原因:

当下文旅融合产品更受青睐。全市文广旅系统集中推出假日文化旅游重点活

动70余项,镇江博物馆开展“一元复始岁华新至”元旦主题等活动,吸引1.5万余人次入馆,同比增长761.11%。全市各小剧场围绕“庆元旦·迎新年”开展6个专场演出,线上线下吸引1万余人观看。景区活动成为提质产品体验的有力推手。各热门景区均推出个性化活动,如“三山”景区的巡游互动、集章打卡、元旦刮刮乐、新春纳福等,3天累计接待游客5.87万人次,同比增长738.57%,较疫情前元旦同比增长154.11%。此外,紧扣节日主题,“旅游+跨年”聚集超高人气,夜游活动游人如织。

开心休博园举办“山海奇遇记,开心嘉年华”夜游活动,运用激光表演、体感互动技术等,结合“烟花、演绎、灯光、庙会”,打造沉浸式夜游主题活动,3天接待游客2.32万人次,同比去年翻了近10倍。根据江苏智慧文旅平台行业大脑监测,西津渡连续3天位居我市4A5A景区接待量排行榜首。景区周边的高品质住宿继续受到追捧,西津渡雅阁璞邸酒店元旦假期客房出租率超75%,住宿消费占旅游消费超20%,我市文旅消费金额省内名次首次攀升至第8名。

专家认为,我市旅游业复苏强劲,热门景区持续发力,不断提升产品品质,吸引力与号召力进步明显;同时也要看到,我市在新项目、新产品、新业态打造方面仍需加大投入。专家建议,我市夜游市场具有充分发展空间,相较于其他节假日,本次元旦假期主打“夜游”的景区强势突围,西津渡、开心休博园接待人次均创新高,夜间住宿需求旺盛,冽冽寒冬抵挡不住广大群众集聚活动、共迎新年的热情,可根据游客反馈情况,尝试常态化开展热门活动,通过政策支持引导,鼓励更多景区开发夜游项目,培育更多夜间文旅消费新场景,提升住宿业态品质与种类,助力“过渡客”发展为“过夜客”。



元旦假期,市民在文旅景区游玩 李斌 沈志超 摄

相关新闻

第六批省级
全域旅游示范区公布
丹徒区榜上有名

本报讯(笪伟 潘玉洁 郑栖桐)1月4日,省文化和旅游厅公布第六批省级全域旅游示范区名单,丹徒区榜上有名。

据介绍,近年来,丹徒坚持以文化为根基、以生态为亮点、以康养为主题,促进农、文、康、旅产业充分融合,推动洲岛度假、山林疗养、工业体验、乡村旅游等旅游业态蓬勃发展,将丹徒区建设成为时代主题鲜明、生态环境优美、文化特色浓郁、资源主客共享的全域旅游示范区。

丹徒区合理规划旅游业态布局,围绕“文化+旅游”,打造“重走总书记视察路”“新四军四县抗敌总会纪念馆”等红色旅游精品项目和线路,开展以上党文化节、江心洲柑橘节等重点活动为代表的节庆文化,形成了以宝堰干拌面、菜花甲鱼等为代表的美食文化等。

围绕“体育+旅游”,放大世业镇体育休闲旅游线路入选“长三角地区体育旅游精品路线”效应,成功举办“长江(世业洲)国际徒步旅游大会”、“骑行江苏”镇江站活动、宝堰和美乡村篮球赛等活动,有力提升丹徒区体旅融合的知名度和影响力。

围绕“乡村+旅游”,坚持“一村一特色”“一季一活动”的发展思路,以“乡游、乡见、乡识、乡宿、乡味”为主题,拥有全国乡村旅游重点村2家、省级乡村旅游重点村3家、省星级乡村旅游区18家。

突出“全域旅游”工作项目化,建立丹徒文旅项目库。近三年来,开心休博园、金色年华、翰雅农旅融合发展等文旅项目建成开放。统筹部门资金推进文旅基础设施建设和公共服务建设,全方位助力全域旅游蓬勃发展。

一方面,坚持活动引领。大力开展文化节庆活动,“月月有主题,周周有活动”,连续8年举办丹徒旅游文化节,连续举办6届“米芾杯”国际青少年书法大会等全国性文化活动,创新举办“文化润民 与您相约”——首届丹徒文化时光嘉年华活动、“笔走江南 心绘宝堰”——2023振兴“江南抗战第一镇”全国诗书画作品巡展活动。另一方面,创新营销手段。深化与省市主流媒体、新媒体,以及与知名旅游协会、旅行社的合作,积极开展北京、上海文旅招商宣传推介活动。搭建由微信公众号、短视频等新媒体平台构成的宣传矩阵,全力打造“多彩丹徒”城市品牌。