

"冬日暖阳·秦皇岛之约"旅游季走进北京

中国日报

2024年1月18日上午,"冬日暖阳·秦皇岛之约"旅游季发布会在北京成功举办。

此次活动由秦皇岛市人民政府主办,旨在贯彻落实国务院关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的决策部署和河北省委、省政府



图为秦皇岛冰海日出

海鸥""泡温泉""吃海鲜""戏冰雪""逛文博""过大年"等十类秦皇岛冬春季旅游产品和旅游目的地,全面展示了秦皇岛冬春季旅游产品新谱系,为北京游客提供了更加丰富、更具特色、更高品质的冬游选择。

据悉,旅游季活动期

关于打造旅游强省的工作要求,抢抓当前"冰雪+文旅"热潮机遇,进一步开拓北京客源市场、激活秦皇岛冬春季旅游消费,推动京津冀文化旅游合作迈上新台阶。

活动现场重点推介了"观日出""看海冰""住小镇""登长城""喂

海鸥""泡温泉""吃海鲜""戏冰雪""逛文博""过大年"等十类秦皇岛冬春季旅游产品和旅游目的地,全面展示了秦皇岛冬春季旅游产品新谱系,为北京游客提供了更加丰富、更具特色、更高品质的冬游选择。

据悉,旅游季活动期

海鸥""泡温泉""吃海鲜""戏冰雪""逛文博""过大年"等十类秦皇岛冬春季旅游产品和旅游目的地,全面展示了秦皇岛冬春季旅游产品新谱系,为北京游客提供了更加丰富、更具特色、更高品质的冬游选择。

据悉,旅游季活动期间,秦皇岛将面向北京市场推出"诚意满满"的惠民惠企措施,包括发放冬春季旅游消费券、实施引进客源奖励、举办特色活动等。其中,将通过携程平台免费发放秦皇岛冬春季旅游消费券,住宿券单张面额为消费满150元减60元、景区券单张面额为消费满30元减20元,游客抢购成功后可用于秦皇岛全域超过300家热门酒店、民宿和30余家旅游景区,为广大游客提供更具"性价比"的秦皇岛之旅。同时,将实施引进客源奖励政策,鼓励旅行社"引客入秦",符合条件的北京市旅行社将在享受河北省奖

励基础上,再额外享受30%秦皇岛市级奖励。

旅游季活动期间,秦皇岛市还将充分挖掘冬春季特色旅游资源和传统民俗文化,为北京游客呈现十大场景上百场活动,包括以山海关古城年博会、河北省首届舞龙大会暨第十一届"二月二·龙抬头"节等活动为代表的"古城过大年",以北戴河春节灯会、昌黎县碣石民俗文化庙会、秦皇求仙入海处新春祈福庙会等活动为代表的"民俗过大年",以阿那亚春节文化活动、抚宁牛头崖大集等活动为代表的"逛集过大年",以20余家景区特色活动为代表的"景区里过大年",以全市系列冰雪嘉年华活动、渔岛温泉等为代表的"冰雪温泉过大年",以及"戏曲过大年""村晚过大年""老字号里过大年""博物馆里过大年""图书馆里过大年"等系列活动,持续营造欢乐祥和、喜庆热闹的节日氛围,让北京游客在

秦皇岛充分感受古城韵味、体验文化传承、重温传统年味,舒享一个有温度、有品质、有活力的秦皇岛之冬。

位于河北省东北部的海滨城市秦皇岛,南临渤海、北依燕山,这里拥有中国最美的八大海岸之一,185公里优质海岸线沙软潮平,森林覆盖率45%,500余种鸟类在此栖息繁衍,气候宜人、环境优美、四季宜游。秦皇岛是长城文化资源大市,境内223.1公里集滨海长城、海上长城、平原长城、高山长城、河道长城等精华于一身,是中国长城建筑最精美、体例最齐全、军事防御体系最

完备的重要区段,长城国家文化公园(秦皇岛段)也是长城国家文化公园(河北段)的重点段。

2023年秦皇岛市共接待游客8025.52万人次,同比增长325.58%,同比2019年增长10.51%,实现旅游收入1098.85亿元,同比增长572.62%,同比2019年增长8.37%。2024年,秦皇岛将依托滨海和长城两大核心文旅资源,持续深化文旅供给侧结构性改革,加快打造长城文化旅游带和渤海滨海旅游带,构建全域全季文旅发展新格局,奋力推动文化和旅游产业高质量发展。

2023年秦皇岛市共接待游客8025.52万人次,同比增长325.58%,同比2019年增长10.51%,实现旅游收入1098.85亿元,同比增长572.62%,同比2019年增长8.37%。2024年,秦皇岛将依托滨海和长城两大核心文旅资源,持续深化文旅供给侧结构性改革,加快打造长城文化旅游带和渤海滨海旅游带,构建全域全季文旅发展新格局,奋力推动文化和旅游产业高质量发展。



位于河北省东北部的海滨城市秦皇岛,南临渤海、北依燕山,这里拥有中国最美的八大海岸之一,

多地文旅更名,开启游客与旅游业“共赢之旅”

各地文旅局为推广当地文旅出奇招,河北文旅改名后迅速发布大量内容,河南文旅和山西文旅也在频繁更新。广西和黑龙江正在推动名特优产品进市场和餐馆。(1月14日,光明网微信公众号)

随着旅游市场的竞争加剧,各地的文旅部门都在寻求创新策略以吸引游客。多地文旅的更名行动,不仅是一个表面的改变,更是对当地文化和旅游资源的深度挖掘与重新定位。这一变革反映了旅游业发展的一种新趋势:更加注重游客的实际需求和市场变化。

文旅更名是一种对市场变化的敏锐捕捉和深度理解。在传统观念中,旅游业被视为单一、缺乏个性的行业。然而,随着消费者需求的多样化,旅游业正逐渐成为一个高度细分和定制化的市场。各地的文旅部门通过更名来更好地突出当地的特色和优势,为游客提供更为精准的

旅游产品和服务。这不仅展示了他们对市场的敏感度,也体现了对游客需求的深度洞察。

河北文旅的迅速跟进和大量内容发布,就是一个典型例子。他们不仅提升了当地旅游业的知名度和吸引力,还成功地将自身的文化和旅游资源转化为具有市场竞争力的产品,满足了游客的多元化需求。这种策略不仅展现了他们对市场的敏感度,更是一种深度理解游客需求的体现。

河南和山西两地的频繁更新则展示了他们在旅游业发展上的创新思维。他们不断推陈出新,紧跟市场潮流,努力为游客提供最新鲜、最具吸引力的旅游体验。这种持续更新的态度不仅提升了游客的满意度,更为当地旅游业的发展注入了源源不断的活力。广西和黑龙江的做法则代表了另一种思路:深挖当地名特优产品,将其融入旅游体验中。通过推动这些产品进入

市场和餐馆,他们不仅丰富了游客的购物选择,还为当地的经济注入了新的动力。这种策略不仅有助于提升旅游业的整体效益,更为当地居民提供了更多的就业机会和收入来源。

多地文旅更名,开启游客与旅游业“共赢之旅”。在追求创新和差异化的过程中,如何确保更名后的品牌形象与当地文化和旅游资源相契合、避免过度商业化或虚假宣传是摆在各地文旅部门面前的重要课题。此外,持续优化旅游产品和服务、提升游客的满意度和忠诚度也是不容忽视的问题。

为了实现真正的“双向奔赴”,旅游业需要在品牌建设、产品优化和服务提升等方面持续努力。只有如此,旅游业才能真正实现可持续发展,满足更多游客的需求并创造更大的经济和社会价值。

(中国新报评论员 陈文华)

“热度”不断提升 武汉加快打造世界旅游目的地

中新网武汉(记者 张芹)

2023年武汉接待游客3.33亿人次,增长62.4%,持续位列中国十大热门旅游城市。在武汉市两会上,市长程用文在作政府工作报告时披露上述消息。

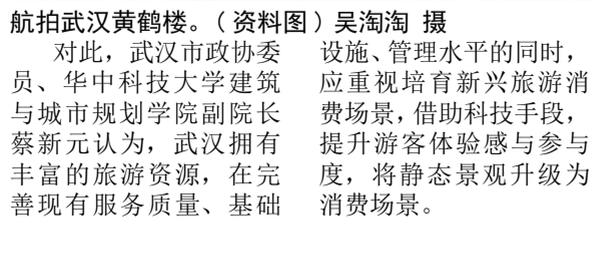
去年以来,武汉通过开展丰富多彩的文旅活动、发放消费券等措施“引客来汉”,文旅市场“热度”不断提升,并凭借“特种兵式旅游”“citywalk”火爆出圈,向着“打造世界旅游目的地”目标不断迈进。

位于长江及其最大支流汉江交汇处的武汉,天然形成三镇鼎立、大江大湖、大开大合的城市地理格局。四季分明的气候,造就了“四季花城”的美誉。同时,这里孕育了盘龙文化、知音文化、木兰文化、首义文化、近代工商文化等,留下大批动人传说和珍贵遗迹。

与此同时,武汉相继推出长江知音号游轮、

亮武汉文旅消费品牌、提升文旅公共服务水平、强化工作保障等方面着手,让武汉旅游“流量”变“留量”。

今年,武汉市政府工作报告提出,将高标准打造龟山蛇山片区及“两江四岸”核心文化旅游区。同时,通过建设汉剧博物馆、长江音乐文化产业园,办好长江文化艺术节、武汉“戏曲艺术节”等品牌活动,推进文旅深度融合。



航拍武汉黄鹤楼。(资料图)吴淘淘 摄

对此,武汉市政协委员、华中科技大学建筑与城市规划学院副院长蔡新元认为,武汉拥有丰富的旅游资源,在完善现有服务质量、基础

设施、管理水平的同时,应重视培育新兴旅游消费场景,借助科技手段,提升游客体验感与参与度,将静态景观升级为消费场景。

今年,武汉市政府工作报告提出,将高标准打造龟山蛇山片区及“两江四岸”核心文化旅游区。同时,通过建设汉剧博物馆、长江音乐文化产业园,办好长江文化艺术节、武汉“戏曲艺术节”等品牌活动,推进文旅深度融合。

对此,武汉市政协委员、华中科技大学建筑与城市规划学院副院长蔡新元认为,武汉拥有丰富的旅游资源,在完善现有服务质量、基础