

念好“山字经” 奏响“四季歌”

——长白山区域旅游业高质量发展实践

它是东北亚的生态屏障,松花江、图们江、鸭绿江从这里发源,滋养着东北大地,奔腾入海;它是地域文化的璀璨明珠,多民族在这里交融汇聚;它是透视中国旅游业高质量发展的一扇窗,在这里,保护与发展并行,区域协同,孕育出民生产业、幸福产业……

巍巍长白山,雄立天地间。

一座山串起区域“协同链”

半池湖水半池冰。5月末,长白山天池迎来了“开冰季”。从山脚到山顶,海内外游客们经历着从短袖到羽绒服的奇妙旅程,体验“一山有四季,十里不同天”的神奇景象。

年初,冰雪席卷东北大地,身为东北冰雪旅游带的“最高极”,长白山景区不仅在旺季日均吸引游客超万人次,也在发挥辐射带动作用,为延边、白山等周边区域的旅游业注入活力。

“延大网红墙”“逛吃水上市场”……距离长白山高铁车程1小时40分钟的延吉,在区域旅游带动下,近年来已成为新晋网红城市。

数据显示,“五一”假期,长白山景区和延边累计接待游客分别同比增长119.32%和144.85%。松花江生态旅游风景区、和龙金达莱村等长白山区域多处景区游客数据也屡创新高。

发展现代旅游业体系,“科学统筹,协同发展”是基础。

“我们与白山、延边、吉林长白山森工建立沟通合作机制,大长白山区域协同发展格局初步形成。”长白山管委会主任高飞说,跨区域多部门联合执法后,旅游市场秩序也得到显著规范。

多年来,从长白山“一枝独秀”,到大长白山和长吉旅游经济“双核引领”;从西部冰产业、通化梅河崛起形成“四轮驱动”,到目前全省开展“千亿市”“百亿县”建设,吉林以长白山为布局起点,逐步形成多点支撑、多元发展的旅游业空间布局。

去年3月,文化和旅游部、国家发展改革委联合印发《东北地区旅游业发展规划》,提出构建“三纵三横”旅游通道,其中东纵旅游通道打造以长白山、边境风光等为核心吸引的特色旅游产业走廊。

边境丹东、醉美长白山、网红延吉……放眼通道内各城市,以点成线、串珠成

链,在优势互补间蔚然成势。

“以大旅游一体化思路,协同发展、错位发展、借力发展。”吉林省文化和旅游厅厅长孙光芝说,东北各省通过游客互换,共同开发旅游线路,打造区域品牌和旅游目的地。

立足东北,放眼全国。近期,电视剧《我的阿勒泰》火出圈,北疆风光治愈众多网友。早在2021年,吉林就与新疆共同创建中国(长白山脉—阿尔泰山脉)冰雪经济高质量发展试验区,在旅游、运动、商贸等方面深入合作,一东一西,推动区域冰雪产业集聚发展。

交通也在为旅游业发展“保驾护航”。近日,沈白高铁辽宁段隧道全部贯通,全线余下未贯通的11座隧道开挖进度在85%以上。随着明年沈白高铁开通运营,北京到长白山仅需不到4个小时,大长白山区域将成为京津冀的都市“后花园”。



这是2023年2月8日拍摄的冬日蓝天白云下的长白山(无人机照片)。

一座山唱响旅游“四季歌”

进入6月,细雨蒙蒙,云海连绵,长白山主峰在远处若隐若现。记者来到长白山北景区游客集散中心,游客们在此按购票时段排队等待上车。宽敞的大厅内,休息区、医务室、咖啡店一应俱全。

设施不足、交通拥堵等问题,曾是摆在长白山面前的发展瓶颈。“动真碰硬,下决心去解决。”长白山旅游股份有限公司董事长王昆说。2022年2月,长白山北景区山门功能下移至二道白河镇,并采取分时预约、网络售票、为游客提供便捷服务。

近年来,大长白山区域以“出新、求质、共融”,因地制宜升级旅游业:

——四季全景推出“新”长白山。随着需求升级和设施完善,长白山冬季封山已成为历史。当地立足绿水青

山和冰天雪地资源禀赋,逐渐由单季向全季,从天池游向全景游转变,孵化“长白山下雪”“心往长白山,松花江上游”等IP,同时优化产品供给,打造云顶市集、雪绒花等沉浸式业态产品。

——品质服务打造好环境。5月25日,为打通服务游客“最后一公里”,350台网约车在长白山投入运营,填补区域空白。“大长白山区域交通运输体系和旅游产业布局进一步优化。”吉林省运输管理局副局长李乃龙说。

山门下移、机场改建,推出“长白山一机游”智慧平台……长白山不断优化旅游市场环境,2023年,餐饮经营主体已新增300余家,住宿床位新增1300余张,暑期高铁列车

增至15对,高铁站运送旅客达180万人次,长白山机场吞吐量达57万人次。

——文旅融合形成新业态。文旅深度融合下,游客从观光游、度假游逐渐向文化体验游转变。在推出滑雪、温泉等冰雪文化度假产品的同时,长白山还挖掘长白山神庙遗址、老黑河遗址等历史文化旅游资源,并依托生态文化开发山地运动、研学旅游等新业态,以文塑旅、以旅彰文、以体促旅。

吉林将推出大型沉浸式演出《冰雪传奇》,以守护长白山的“守山人”为故事题材,展现吉林文化魅力。“我们还在布局‘山水长白’文化旅游新业态,联合研学机构,研发长白山自然教育产品。”高飞说。

一座山讲述发展“新传奇”

仲夏时节,长白山的原始森林生机勃勃。密林深处,一巢中华秋沙鸭雏鸟从树上依次跳下,跟着鸭妈妈在溪水中嬉戏、觅食。据统计,2023年在吉林省繁衍停歇的中华秋沙鸭已达600多只。

“保护第一、生态优先”。1960年4月,长白山自然保护区正式成立。这里是东北的天然生态屏障,拥有2500多种野生植物、1500多种野生动物,中华秋沙鸭、紫貂、东北红豆杉等重要野生动植物种群数量在此稳步增长。

保护生态和发展生态旅游相得益彰。长白山将保护与开发相结合,坚定不移走生态优先、绿色发展之路。

为强化保护,长白山坚持实施松花江水源保护、山水林田湖草生态保护修复等工程,开展“反盗猎反盗伐”“红

松种源保护”等专项行动。在三代人累计4000多万公里的巡护下,保护区如今已连续63年无重大森林火灾。

今年3月,联合国教科文组织公布新一批世界地质公园名录,其中包括长白山等中国的6个地质公园。至此,长白山已获得“世界生物圈保护区”“世界最佳自然保护区”“世界地质公园”三张国际名片,海内外知名度不断提升。

围绕长白山这一资源宝库,吉林也在做好“土特产”文章,把生态资本转化为发展资本。

在通化、白山、延边等东部山区打造特色产业带,推进“长白山人参”“长白山黑木耳”等特色产业集群建设。吉林立标打样,带动全省特色产业标准化、园区化、规模化。

位于长白山西北麓的万良长白山人参市场,每年可完成全国80%的人参交易,年交易额接近200亿元。立足特色产业,当地还推出逛人参博物馆、品人参宴的“人参文化旅游”,带动三产融合。

让旅游业成为民生产业、幸福产业。在长白山林海深处,有一座世代相传300多年的锦江木屋村。随着旅游业的发展,这里成了远近闻名的旅游景点。从过去的伐木、挖参、渔猎,到如今民宿、做餐饮、卖山货。谈及乡村之变,62岁的村民于艳霞难掩激动:“旅游让村子活了过来,大家的生活也更有奔头。”

讲好长白山故事,续写绿色传奇。吉林锚定旅游强省、冰雪强省建设目标,全力打造万亿级大旅游集群,在旅游业高质量发展的新征程中,步履坚定。

新华社文字记者:褚晓亮、宗巍、王帆、金津秀
新华社长春6月11日电

新华社图片记者:许畅

盘点端午消费:年轻人解锁了传统民俗许多“新玩法”

艾草花束火爆“出圈”,龙舟竞渡激发文旅消费,“露营过端午”成为年轻人度假新选择……在刚刚过去的端午假期,时尚潮流、重文化底蕴、求鲜明个性成为端午消费的重要特征。

据文化和旅游部数据中心测算,2024年端午假期,全国国内旅游出游合计1.1亿人次,同比增长6.3%;国内游客出游总花费403.5亿元,同比增长8.1%。

专家建议,进一步找准文旅产业融合的契合点,运用现代美学为传统民俗产品注入新活力,瞄准年轻消费群体打造更多“小而美”的文旅精品,让传统节日焕发新生机。

创意迭出,传统民俗产品火爆“出圈”

传统艾草加上菖蒲、香樟叶,搭配上铃铛、寓意福祿的干葫芦与精心设计的端午安康卡,一束时尚而别具特色的艾草花束,在这个端午节成为最火的产品之一,多次登上社交媒体平台热搜。

在重庆市解放碑商圈记者看到,艾草花束被挂在了不少商铺最显眼的位,吸引了众多年轻人前来选购。来自四川的消费者张冰宁说,挂艾草一直是端午节的习俗,但现在的艾草花束既保留了传统寓意,又结合了潮流元素,让她和身边的朋友有耳目一新之感。

一些商铺经营者告诉记者,艾草花束“火”得非常快,最早是在抖音、小红书等平台上不少网友因新奇而分享照片,随后线下前来购买的人越来越多,有时甚至要在店门口排起长队。他们也经常认真去看网友们的留言,每天

分析大家喜欢的“爆款”有什么特点,紧跟大众最新审美口味。

在湖南,作为省级非遗项目“汨罗香囊制作技艺”的代表传承人,戴芸伊和团队成员在端午节推出的创意产品“楚辞香囊”迎来了一波销售热潮,源源不断地接到来自全国各地的订单。

“我们将相关诗句、植物纹样绣制在香囊上,并使用《楚辞》中提及的、具有芬芳香气且寓意美好的植物作为香料,以此来传递屈原文化和《楚辞》之美。”戴芸伊说。

“过去一些商家会觉得,‘网红产品’一定要特别标新立异,传统民俗节日的产品大家司空见惯,似乎没有‘出圈’的潜质。但这次艾草花束的火爆启示我们,要在善用数字线上平台的基础上,运用现代美学为传统产品注入新活力,让‘老树’开出‘新花’。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林说。

新华社记者:顾小立、李晓婷、张格
新华社北京6月11日电

文化赋能,促节日消费潜力释放

今年端午假期首日恰逢“文化和自然遗产日”,各类文博场所成为不少年轻人“打卡”的首选。在重庆湖广会馆禹王宫大戏台上,重庆市话剧院的演员们身着华服,诵读着著名剧作家郭沫若创作的历史题材话剧《屈原》,台下传来阵阵掌声。

湖广会馆相关负责人告诉记者,这个假期他们在演出形式上

进行了创新,准备了融合诗歌诵读与戏剧于一体的文化赏演、《醉巴渝》非遗文化演出、端午粽子拟人化NPC表演等活动,取得了良好效果。

假期中,群众赛龙舟、吃粽子、唱山歌、赏古曲,传统文化内涵与节日消费深度融合。

广东、湖南、浙江、贵州、云南等

地举办龙舟竞渡。携程数据显示,举办2024年中国汨罗江龙舟超级联赛的湖南岳阳端午旅游订单同比上涨52%;中国·桃花潭第十一届龙舟赛带动安徽宣城假期旅游订单增长32%。

业内人士分析认为,加强文博、旅游等部门之间的沟通与协作,让传统文化的浓厚底蕴与旅游发展进一步深度融合,将有利于促进消费回升和潜力释放。

盘和林表示,文化是旅游的灵魂所在,找准文旅产业融合的契合点非常关键。要进一步做好专业文化工作队伍建设,活化相关资源的使用效益,把端午等传统节日的旅游市场进一步做大做强,为经济高质量发展注入新活力。

“小而美”的精品不意味着要去追求奢侈和昂贵,而是要进一步提升服务消费的内容品质与创新能力,做到服务精细化、个性化、特色化。相信更多消费者可以在未来获得高质量、定制化的端午旅行体验。”黄德说。

个性出游,设计更多“小而美”精品

在浙江省宁波市宁海县,“露营过端午”成为一些当地年轻人度假的新选择。端午节当天,一些游客自驾来到郊区村镇,白天和家人一起在户外包粽子、体验制作漆扇,傍晚在露营地附近玩飞盘、品茶饮。

宁海一家露营地负责人周耀辉告诉记者,假期他和同事开发了“民俗+生态游”的露营服务,把端午民

俗与农事、艺术、运动元素相结合,全让游客过一个相对小众但特别的“五月初五”。

不少游客越来越偏爱选择灵活化、个性化的出游方式,在慢节奏旅行、深入体验、放松休闲中享受生活。

文旅部微信公众号“文旅之声”10日晚发布信息称,假期中,云南、青海、甘肃、内蒙古、贵州等地成为年轻

人自驾游、避暑游的热门选择。“影视+文旅”双向赋能,电视剧《我的阿勒泰》的热播带动以新疆阿勒泰地区、伊犁州尼勒克县等为代表的自驾游目的地持续火热。

长沙新消费研究院产业研究负责人黄德表示,灵活化、个性化的假期出游特点,对商家和相关部门的假日旅游产品供给能力提出新要