

河北省秦皇岛市抚宁区：

以枫林市集创新推动文旅融合发展

近年来,河北省秦皇岛市抚宁区积极主动服务和融入新发展格局,坚定不移推进旅游产业化高质量发展,做好“文旅+”大文章,加快建设“文化旅游强区”,努力让“北方美丽小城”成为全市乃至京津地区游客向往的网红打卡地。自2024年秋季以来,以枫林市集活动为牵引,较好地推动了文旅融合发展。

资源整合 形成完整的文旅产业链

资源整合是文旅融合的基础,抚宁区枫林市集活动通过整合当地的文化资源和旅游资源形成了完整的文旅产业链。在万庄驿站文化广场举办枫林市集充分利用了这一区域的地理和文化优势,吸引了大量游客前来参加。枫林市集共设置七大主流区域,包括党员志愿服务区、特色产品展销区、文旅地产商贸宣传推广区、汉服旅拍区、消费品以旧换新展示区,此外还设置了特色小吃街区和百姓大集,将枫林美景与文旅宣传、亲子娱乐、非遗文化等相结合,为游客提供了丰富多样的体验。

在资源整合过程中,抚宁区深入挖掘当地的文化内涵,将文化元素融入旅游产品中,提升了旅游的文化附加值。例如,特色产品展销区展示了抚宁礼物、软枣猕猴桃、栗蘑、牛肉酱、刘南大酒店蒸焖子等知名商品,这些产品不仅具有地方特色,还融入了抚宁的文化元素,吸引了大量游客购买。

□ 本报记者 王紫茜

中秋与国庆双节叠加,灵活拼假方式带动长线出境游持续升温。不同于传统走马观花式的打卡出游,错峰出行、深度漫游成为当下旅行主流,户外自然探索、跨境长线游历,小众秘境体验备受游客青睐。

意大利首次登顶热门榜单 “Z世代”引领户外探索向野而行

凭借得天独厚的自然风貌与深厚的人文底蕴,意大利成为今年黄金周热门出境目的地。爱彼迎数据显示,意大利相关搜索热度增至同比1.5倍。其中,年轻游客成为主力军,在搜索意大利住宿的用户中,“Z世代”占比达40%,同比增速领先。

记者了解到,当下年轻游客的旅行需求不断升级,愈发偏爱“人文+户外”的沉浸式体验。罗马、佛罗伦萨两座城市依托深厚的古典人文底蕴,双双跻身全球热搜十大城市,持续吸引各地游客到访。

秋日气温舒爽宜人,进一步带动意大利户外旅行热度上升。数据显示,串联起多洛米蒂环线的热伦蒂诺—上阿迪杰大区搜索热度增至同比2.5倍,经典徒步路线三峰山所在的威尼托山区搜索量增至同比3倍。滨海漫游体验同样备受欢迎,游客可漫步阿马尔菲海岸的“众神之路”,穿行彩色柠檬小镇,沉浸式领略地中海海岸的独特风光。

“之前出游总喜欢赶景点、拍打卡照,这次长假准备来一趟意大利自由行。”“00后”游客小林告诉记者,她和朋

创意驱动 打造具有吸引力的文旅品牌

创意驱动是文旅融合的关键。抚宁区枫林市集活动将传统文化与现代旅游相结合,打造了一系列具有吸引力的文旅品牌。活动先后举办了“梦幻粉黛绝美枫林”百人绘摄活动、“户外在河北 魅力赏枫林”全民健康跑、“草编编织美好新生活”草编艺术演出及亲子体验手编DIY等一系列活动,这些活动不仅展示了抚宁区的自然风光和文化底蕴,还增强了游客的参与感和体验感。此外,抚宁区还注重将红色文化、民俗文化、非遗传承、乡土风情等特色文化载体“串珠成链”,在加强保护基础上,盘活用好各类文物资源、红色资源、乡村人文资源,推动将更多资源纳入旅游线路,融入景区景点,进一步拓宽文旅空间。例如,草编艺术演出及亲子体验手编DIY活动不仅展示了抚宁区的非遗文化,还通过亲子互动的方式,增强了游客对传统文化的认知和兴趣。

产业协同 形成产业集聚效应

产业协同是文旅融合的重要保障。抚宁区枫林市集活动通过加强文化、旅游等相关产业的协同发展,形成了产业集聚效应。活动吸引了众多艺术家、手工艺人以及农特产品、小吃美食经营者的热情参与,这些参与者不

仅为活动提供了丰富多样的产品和服务,还通过合作和交流,推动了文旅产业的融合发展。

在活动筹备和举办过程中,抚宁区全区共15家区直单位通力合作,协调联动,确保了活动的顺利进行。例如,城市管理人员帮助上年纪的菜农推车搬菜,交警执勤全程守护交通有序通行,发展和改革局、农业农村局、旅游和文化广电局的工作人员自始至终陪同商户展销并维护活动内部秩序,这些举措提升了活动的组织效率和服务水平,增强了游客的满意度和信任度。

以人为本 提高从业人员素质水平

人才培养是文旅融合的基础。抚宁区枫林市集活动注重加强文旅人才的培养和管理,提高文旅从业人员的专业素质和服务水平。在活动筹备和举办过程中,抚宁区积极引导和培养了一批既懂得文化和旅游,又掌握数字技术及其应用场景的复合型人才,为活动的成功举办提供了有力的人才保障。

此外,抚宁区还通过举办培训、引进人才等方式,为文旅融合发展提供人才保障。例如,在活动举办期间,抚宁区文学爱好者以艺抒情,创作了一系列赞美抚宁美景和文化的作品,为活动增添了文艺气息,也提升了抚宁区的文化软实力。

跨国跨城漫游、山海野趣探索

双节叠加 催生深度远游

友规划了8天意大利深度旅程,“我们特意错开国庆首日的出行高峰,计划留半天时间在山区徒步。比起热闹的古城景区,山野间的松弛感更让人治愈。”

玩法,珀斯南北双向的滨海小众目的地热度上涨。从珀斯向北前行,杰拉尔顿热度增至同比3倍;南部的巴瑟尔顿搜索热度增至同比4倍;向东南延伸的埃斯佩兰斯热度增至同比6倍,游客可以沿着环形海滨公路穿越绝美海湾,迎风观浪,感受海滨景致。

新兴户外目的地出圈 热带雨林与极地雪山成新风尚

随着游客旅行需求愈发精细化、个性化,东南亚小众海岛、中南半岛内陆小城、北欧极地秘境等新兴户外目的地持续出圈,深度野趣体验成为出游新风口。

在东南亚,印尼巴厘岛稳居热搜榜首,而龙目海峡另一侧的龙目岛热度也呈现出同比增长翻倍。游客可以在这座未经过度开发的岛屿挑战徒步攀登林贾尼火山,在云海之端俯瞰壮丽的火山湖与日出。中南半岛上,越南热度同比上涨30%。游客的旅行视野逐步向纵深延伸,开始奔赴更具本味的内陆小城。越南南部有着“高山后花园”美誉的大叻热度同比翻倍,游客可以在此欣赏高山花海,乘坐高空过山车穿行原始森林,享受动静结合的特色体验。

高纬度的自然原力吸引着另一群游客一路向北,冰岛与挪威在黄金周热度显著提升。极致自然风光带动冰岛成为

科技创新 提升文旅融合品质和效益

科技创新是文旅融合的重要支撑。抚宁区枫林市集活动注重运用科技手段提升文旅融合的品质和效益。例如,活动现场设置了多个数字化文化体验场景,让游客可以通过虚拟现实、增强现实等技术手段,身临其境地感受抚宁区的自然风光和文化底蕴。

此外,抚宁区还积极运用互联网、大数据、人工智能等技术手段,提高旅游服务水平和管理效率。例如,通过电商平台推广抚宁区的特色产品和旅游线路,让游客可以更加方便地了解 and 购买;通过“趣抚宁”微信小程序智能导览系统了解抚宁的美食、美景、美居,为游客提供个性化的旅游服务,提升游客的旅游体验。

抚宁区枫林市集活动通过资源整合、创意驱动、产业协同、人才培养、科技创新多方面协同努力,助力推动文旅融合发展。枫林市集期间,游客总人数逾25万,参展商户100余户,总计消费金额近百万元。未来,抚宁区将继续坚持以文塑旅、以旅彰文的原则,推动文化和旅游深度融合发展,促进旅游业高质量发展,努力让“北方美丽小城”成为全市、京津地区乃至全国游客向往的网红打卡地。

(付玉滨)

搜索热度最高的北欧国家,雷克雅未克与南部区成为游客探索北境的热门坐标。游客可以在雷克雅未克周边蓝色潟湖享受露天热水浴,湖面升腾着地热蒸汽,与冷冽的冰岛空气塑造出“冰火两重天”的新奇体验。向南进入南部区的风光带,深邃的黑色沙滩与壮观的玄武岩柱则形成了独特的荒凉美感。

记者了解到,得益于今年世界杯持续释放的长尾效应,叠加李现挪威之旅vlog强势出圈,挪威热度居高不下,同比增长超4成。特罗姆瑟热度增至同比1.5倍,游客可以攀上李现同款雪山,在静谧山顶感受无人之境,捕捉跃动于天际的翡翠色光带。群岛屿和峡湾向挪威海岸延伸,罗弗敦群岛搜索量增至同比2倍,群岛西南端的莫斯克内斯增速强劲。在这里,游客可以跟随当地老船长搭乘木质渔船出海,或是攀爬数千级石阶登顶雷纳山,俯瞰雷讷峡湾与海边渔村的壮观景象。

业内人士认为,超长拼假窗口期拉长了游客出游时长,激发了长线出境游市场活力。如今,游客的旅游消费理念不断升级,更加看重旅途的体验感、独特性与沉浸感,偏好融合自然风貌、文化底蕴与松弛氛围的出行体验。以“Z世代”为主的年轻游客群体,有力地带动了自然户外探索、小众秘境深度游、多国跨境漫游等出游方式的兴起,推动旅游消费逐步转向个性化、深度化。随着跨境出行愈发便捷,海外小众目的地的各项配套设施不断成熟,游客的出游选择会更加丰富,户外探索、山海漫游、跨境人文探访等出游场景也将愈发普及、持续推动出境游市场向更精细、更具特色的方向优化。

从看客变主角

“来过崇礼几十次,这次最‘摇滚’。”刚从2026崇礼168超级越野赛赛道上下来的跑者刘哲,没有拉伸休息,而是背着背包径直走向G1索道。他不是去领奖台,而是要去赴一场山顶的约会——“落日派对2.0”。

缆车缓缓爬升,脚下的如意山谷尽收眼底。曾经被冰雪覆盖的赛道,如今披着厚厚的绿装,越野跑者们如彩色的精灵在山林间穿梭。刘哲掏出手机,对着窗外连接了几下快门,“以前来滑雪,眼里只有雪道和跳台。现在呢?你看这山野,这晚霞,还有山顶即将响起的音乐,感觉完全不一样了”。

这就是崇礼旅游最大的变化——不再依赖单一的视觉观光,而是将场景重构,让游客从看客变成主角。

当缆车抵达“雪如意”顶峰俱乐部,眼前的景象令人震撼。巨大的跳台静静地区卧在晚霞中,仿佛一件静止的艺术品,而它的脚下却是一片沸腾的海洋。DJ台搭建在观景平台的最佳位置,资深DJ与新生代音乐人交替控场。音乐不再是背景,而是情绪的指挥棒。起初,旋律轻柔,配合着落日的壮美,人们举着酒杯静静欣赏;转眼间,节奏加快,鼓点炸裂,人群瞬间被点燃。

“来,大家跟我一起!”舞者走下舞台,走入人群。来自北京的张星灵原本只是想安静地吹吹风,此刻却被热情的舞者感染一起跳起了舞。“太有意思了,这不像是在旅游景区,更像是一个大型的户外交友现场。”

这就是“落日派对2.0”的核心逻辑——互动。它打破了传统景区那种“游客排队拍照,拍完照就走人”的冰冷模式。在这里,付费套票包含的不仅仅是一张入场券,而是一杯特调的“如意晚风”鸡尾酒,一份限量版的冬奥文创作品,以及一段可以参与其中的狂欢记忆。

“去年我们只是简单地让大家上来乘凉看景,游客平均停留不到1个小时。今年加入了音乐、舞会、互动游戏,人均停留时间超过了3个小时。”兴恒体文旅运营管理有限公司市场部经理孙建华介绍,“停留时间长了,消费自然就来了。缆车运营收入翻倍,山顶餐饮和文创产品的销售额更是呈几何级数增长。”

场景重构不仅激活了夜间经济,更盘活了冬奥遗产。昔日为冰雪竞技而生的场馆,如今串联起越野赛道、户外嘉年华和山顶休闲体验。体育竞技的热血动感与落日派对的温柔狂欢交织在一起,让崇礼的夏天变得立体而鲜活。数据显示,赛事期间,周边民宿一房难求。冬奥遗产的经济价值正被持续放大。

从白天到全天

距离崇礼近200公里的尚义县,正在打破时间限制,解决草原旅游“白天观赛,夜晚留白”的痛点。

7月下旬,第二十届尚义赛马会现场,来自天津的李磊看得津津有味,“这比在电视上看刺激多了,这才是草原的味道!”

然而,精彩的赛马通常下午就结束了,留下了夜晚怎么办?

“看完赛羊别急着走,晚上的重头戏才刚开始。”工作人员热情地递上一张活动地图。李磊一家按照指引,傍晚时分来到了鸳鸯湖国际露营地。此时,天色刚刚擦黑,湖畔的露营区已经亮起了星星点点的灯光。

“以前露营就是搭个帐篷睡觉,现在这露营花样太多了。”李磊说。今年的尚义露营不再是简单的“野外过夜”,而是升级为“星空露营节”——羊主题的创意市集灯火通明,摊主们兜售着各种羊毛制品和草原特产;轻音演出区的歌手抱着吉他,弹唱着关于草原的歌谣;空地上,一群孩子围着篝火,挥舞着荧光棒追逐嬉戏。

入夜,最令人期待的非遗代表性项目——打铁花开始了。匠人们舀起滚烫的铁水,用力击向天空。刹那间,万珠铁屑冲向天际,化作漫天繁星,又似金色的流星雨倾泻而下,与地上的篝火、天上的银河交相辉映。人群中爆发出阵阵惊叹,李磊赶紧按下快门,记录下这震撼的一刻。

“我们要做的,就是把‘空白’的夜晚填满。”尚义县文旅局局长聂海峰表示,通过串联赛马会、打铁花、晋冀蒙二人台戏曲以及草原星空音乐会,尚义成功地将游客的停留时间拉长到了24小时以上。据统计,当地民宿入住率因此提升40%。

而在距离尚义不远的张北,草原音乐节期间的“票根经济”则进一步激活了当地消费。从7月15日到8月15日,只要游客持有2026年第十五届张北草原音乐节的有效票根,就可到参与活动的商户消费,享受对应的专属优惠。

“以前游客看完演出就回去了,现在拿着票根能在县城打折吃饭,还能去露营地抵扣费用,自然愿意留下来多消费。”张北县文化广电旅游和体育局资源股负责人刘娟说。

从打卡到沉浸

“在草原上漂流?这听起来就很酷!”在沽源县闪电河乡黑山咀村,来自北京的游客王浩一家三口,穿着救生衣,坐在橡皮艇上,显得格外兴奋。在他们的印象中,漂流应该是峡谷间的激流勇进,或者是森林里的穿梭探险。但在“草原神画”景区,漂流却有着截然不同的体验。

这里的河流源自闪电河国家湿地公园,水流舒缓温润。橡皮艇顺着“水带”缓缓前行,两岸是铺展至天际的绿色草甸,上面开满各色野花。“这种感觉太治愈了。不像是在玩极限运动,更像是在画中游。”王浩说。这正是沽源漂流的创新之处——将户外运动与自然观光完美融合。它就不再是单纯的游乐项目,而是一种沉浸式的生态体验。

下午,王浩的儿子被草甸上的高台吸引。那是新开设的滑草项目。孩子坐着滑草盆从坡顶飞驰而下,风在耳边呼啸,草香扑面而来,引得孩子一阵阵地尖叫。“太好玩了!比滑梯刺激多了!”孩子一遍遍地玩着,乐此不疲。

而在赤城的海坨山谷,这种“业态融合”则体现在另一种极致的“懒人”度假模式中。被誉为“京郊小瑞士”的海坨山谷,今夏主打的是“轻奢露营”和“亲子微度假”。“以前露营,光是准备装备就得折腾半天,到了地方还得搭帐篷,累得半死哪还有心情玩?”来自河北廊坊的张倩对此深有体会。但今年,海坨山谷推出的“一站式轻奢露营”解决了她的烦恼。

“我们提供全套装备,从帐篷、睡袋到防潮垫,甚至连晚餐的食材和烧烤架都准备好了。”营地管家小周一边帮张倩整理天幕,一边介绍。游客只需带着个人行李,就能轻松拥有五星级的露营体验。

“我们卖的不是一张门票,而是一种生活方式。”海坨山谷运营总监余威威说,通过整合骑行、萌宠互动、音乐节、篝火晚会等多种业态,景区构建了一个完整的消费闭环。游客在这里可以24小时不间断地享受山野的乐趣。而这种深度的沉浸体验,也直接带动了周边农户土特产销售,让山地资源真正转化为经济收益。“以前守着好风景受穷,现在家门口就能挣钱。”黑山咀村村民张华说。

(经济日报)

新潮游玩打破季节限定

■ 声音

旅游消费热度持续攀升,各地文旅消费券密集投放。从东部城市到北方边疆,多地联合平台分批投放补贴,覆盖景区门票、酒店民宿、餐饮演艺、文创购物等多元消费场景。消费券既为游客降低出行成本,也为文旅经营主体引流拓单,但消费券只是促消费的工具,不能把短期补贴等同于产业复苏。如何接住政策红利,把瞬时流量转化为产业持久活力,是各地亟待破解的现实问题。

文旅消费券的正向带动作用,已经在多地实践中得到验证。今年,苏州投放总额为3000万元的文旅消费券,该活动周期覆盖暑期至国庆黄金周。当地设置了酒店消费券,分成满300减60到满2000减400共五档,适配不同预算游客;创新推出“酒店+X”消费礼包,最高可减500元。该模式不再局限于单一住宿补贴,而是以酒店住宿为切入点,撬动餐饮、景区游览、文创消费,贯通“吃住行游购娱”全链条。大兴安岭分批发放60万元文旅消费券,聚焦民宿住宿立减,直接降低游客住宿成本,带动景

跳出固有思维 让文旅消费券催生持久产业活力

区、民宿、餐饮业态同步回暖。宁夏中卫依托票根联动模式,把景区门票、赛事票根与消费券打通使用,累计核销消费券641.2万元,带动超3900万元综合消费,破解过去游客“游在景区、消费在外”的痛点。从数据来看,设计合理的消费券能够发挥杠杆效应,以有限的财政资金带动数倍的社会消费,释放大众的出游意愿,为中小文旅商户带来实实在在的客流与营收。

抢券虽热,但现实短板同样不容忽视。部分地区出现抢券热度高、实际核销率偏低的问题,部分券种因使用门槛偏高最终过期作废,财政资金未能充分释放效能。不少消费者反映,部分消费券满减设置脱离普通家庭消费能力;发放平台分散、核销流程繁琐,出现领券容易、抵扣困难的情况。线上为主的分发模式也存在数字鸿沟,政策红利更多惠及熟练使用智能手机的年轻群体,惠民覆盖面受到了一定的制约。与此同时,少数地方投放模式粗放,券种设计与本地消费场景、季节特征不相匹配,造成

补贴资源浪费;还出现“羊毛党”倒卖券包现象,损害政策公平性。更值得注意的是,消费券可以拉动即时需求,却无法掩盖文旅产品供给不足、配套服务薄弱等深层矛盾。倘若景区业态陈旧、服务体验跟不上,补贴换来的客流较难转化为复游率与市场口碑。

消费券本质是需求侧的短期刺激手段,它可以点燃市场热度,却不能替代供给端的提质升级。财政补贴有周期、有额度,不可能无限投放,文旅产业真正的复苏,最终依靠的是优质产品与良好服务。贵州借力影视IP开展影旅融合实践,凭电影票根即可申领文旅消费券包,有效带动了红色旅游搜索热度上涨,把线上流量转化为线下实地到访。这一案例也提示各地,发放消费券不能简单“一发了之”,要跳出单纯发钱补贴的思维,推动补贴政策与本地文旅资源、特色活动深度融合。

用好文旅消费券,应当在精准投放、过程监管、长效导向三个维度协同发力。券种设计上,需要兼顾

不同群体消费能力,避免设置脱离实际的高使用门槛;持续简化领券、核销流程,探索线下申领辅助渠道,弥合数字鸿沟,让更多民众切实享受到政策红利。监管层面,应健全风险防控机制,严厉打击外挂抢券、套现倒卖等行为,构建科学多元的政策效果评价体系。更重要的是,要抓住消费券带来的流量窗口期,倒逼供给侧改革升级,引导景区、民宿、文创商家打磨特色产品,补齐交通、停车、公共服务等配套短板,夯实产业发展根基。

一张小小的文旅消费券,一头承载财政惠民的初衷,一头连着万千文旅市场主体。用好这一政策工具,既要充分发挥其短期杠杆效能,激活以下文旅消费市场;也要认清政策工具的作用边界,不将补贴视为万能解药。只有把短期补贴红利转化为产品迭代、服务优化的内生动力,才能让一时的政策热度沉淀为文旅产业长久竞争力,实现政府惠民、游客得利、企业增收的多方共赢。

(王紫茜)