

# 文旅花开满城香

## 乐山向世界展示旅游新形象

9月2日至5日,第八届四川国际旅游交易博览会(以下简称“旅博会”)在乐山峨眉山市举行。作为省政府倾力打造的全省唯一的旅游专业展会,大会旨在搭建旅游产业展示推广平台、旅游产品及服务洽谈交易平台、区域文旅行业交流合作平台,助推文化旅游产业高质量发展。

一场盛会,让世界的目光再次聚焦中国优秀旅游城市乐山,乐山也以“新亮点、新场景、新热点”向世界展示着高质量发展的旅游新形象。

### A 开放包容 美丽乐山彰显“国际范儿”

乐山历史悠久,文化灿烂,是中国国家历史文化名城。拥有世界文化与自然遗产峨眉山——乐山大佛和首批世界灌溉工程遗产东风堰,旅游经济总量连续多年稳居全省第二位。旅博会落户乐山已有8年,每年都有不一样的呈现。

今年展会总布展面积达3.1万平方米,线上线下共有全球69个国家和地区,全国29个省(直辖市、自治区)和新疆建设兵团,省内21个市州的922家参展企业,1700余家展商参会参展,线上线下共有275万余名网友、市民和游客参展逛展。

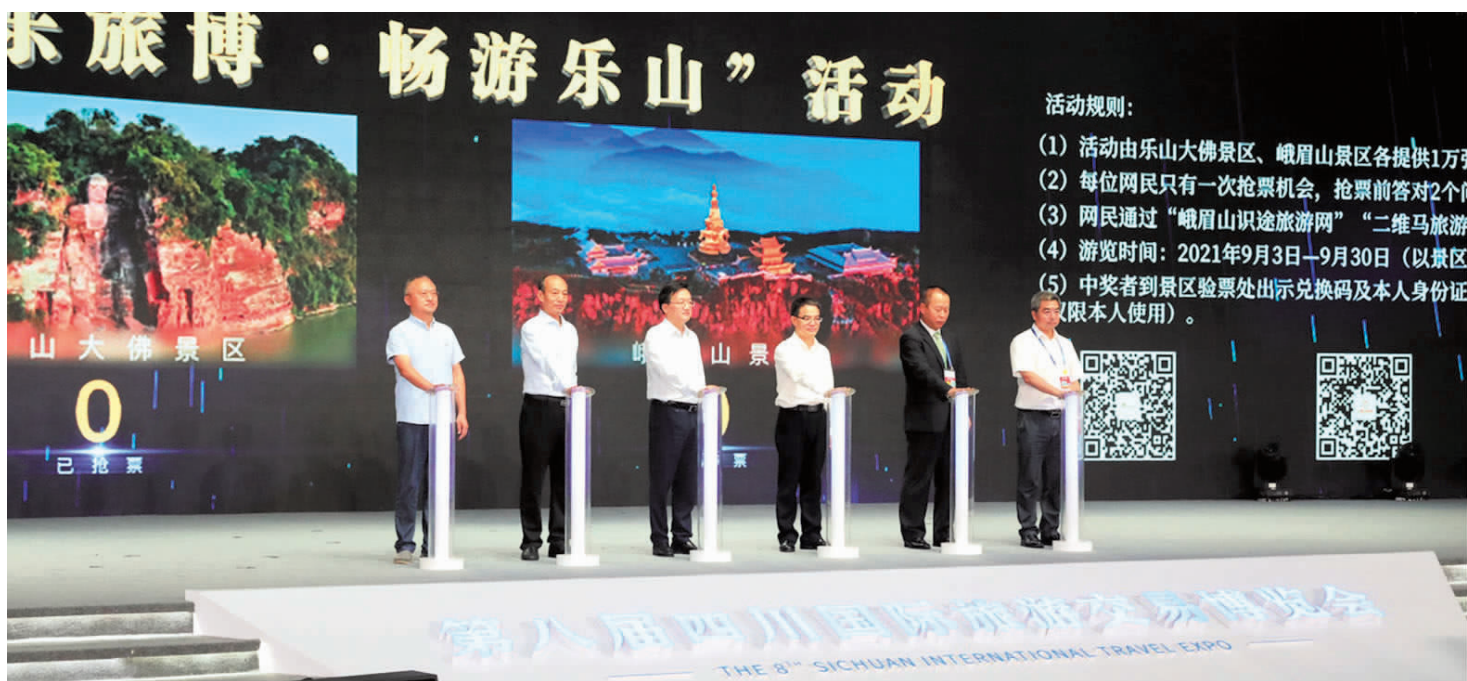
旅游,是人与人的互动、人与资源的互动,也是资源与资源的互动。旅博会上,韩国和河南省、资阳市和重庆市大足区分别作为展会主宾国、主宾省和主题市参与本届旅博会。一场全球旅游界交流与合作的大会,在开放包容的美丽乐山碰撞出不一样的火花。

作为主宾国的韩国,布展重点

展示韩流韩风特色旅游资源与产品。同时充分利用现代声光电信息技术,以多媒体互动、综合展示等方式,打造出了具有沉浸感、高品质、国际范的特色展览。

而资阳市和重庆市大足区作为本届旅博会的主题市亮相,分别端上了极具地方特色的“佳肴”——资阳的古典舞、快板、川剧变脸等节目轮番上演;大足则在展示丰富石刻资源的同时,用一把重达200公斤的传统锻打技艺大刀抓人眼球。

与往年不同,今年为了促进国内外旅游界的经验交流与分享,主办方还联合亚太旅游协会,共同开启论坛“峨眉论道”。业界大咖齐聚在峨眉山下,围绕旅游城市国际形象、研学旅游发展、大峨眉旅游联盟,开展主旨演讲和圆桌对话,共商旅游新形象、新业态、新发展,不断推动文旅行业高质量发展。



开幕式上,启动“欢乐旅博·畅游乐山”万人免票游乐山网络抢票活动



嘉宾逛展



国际旅游线上交易会交易会



嘉宾逛展



中国特色旅游商品展区



第八届旅博会市州展区



发布《2021大峨眉旅游人才发展白皮书》

### C 文旅赋能 全域旅游插上“腾飞翅膀”

作为西部最具影响力的旅游会展品牌,同时也是全国具有较大影响力的国际旅游专业展会,旅博会打开了各地友好交往的大门,促进了旅游经济发展和文化交流。对于旅游大市的乐山而言,既是机遇也是挑战。

旅博会,顾名思义旅游是“重头戏”。那么到乐山旅游玩什么?怎么玩?乐山早已有所准备。通过抖音、微博、微信的推广,丰富的文旅资源、详细的旅游攻略,超多新鲜、小众的旅游景点推荐,让游客总能从中找到一条适合自己的旅游线路。同时,该市还围绕“渠道新、方式新、产品新”等亮点重点营销。立体式多维度的乐山文旅营销推广在网络“玩家”的指尖传播开去。

为了提升乐山旅游的品牌效应,旅博会前期,主办方还组织开展了“乐山文旅‘L10’系列主题评选活动”“第三届TOP30‘乐山味道’网红美食评选活动”等,深度挖掘展示乐山文旅发展新亮点、新项目。同时推出了一批赏花胜地、文旅新村、网红餐厅等新晋地打卡点,以“点、线、面”结合方式突出“旅游+”“+旅游”融合发展思路。

旅博会期间,乐山还开展了“欢乐旅博·畅游乐山”万人免票游乐山网络抢票活动”“乐享世遗”韩国朋友免票游乐山”“乐游巴蜀·川渝周边游电商云端峰会”“第八届旅博会微视频大赛暨第三届乐山文旅微视频大赛”等诸多配套活动,持续有效地提升旅博会的吸引力和参与度。

在今天的旅博会上,乐山也是“收获满满”。旅博会期间,以“聚焦文旅产业融合·推动大峨眉旅游发展”为主题的中国文化旅游人才暨人力资源产业发展峰会成功举办。会上发布了《2021大峨眉旅游人才发展白皮书》,同时开展了云数园区成果展以及人力资源服务行业联盟签约等多项活动。

同时,不少境内外景区、旅行社、涉旅企业也积极与乐山企业洽谈、合作:四川森态源生物科技有限公司与日本九州佐藤商店株式会社签下价值2000万美元的大单,四川吉晟生物医药有限公司与韩国因拉那科有限公司、四川北都电子有限公司与株式会社东都签下贸易合同。乐山不断通过旅博会为全市文旅高质量发展赋能。

众所周知,乐山也是一座有着3000多年历史的千古名城。拥有国家级非遗文化和重点文物保护单位90多处,深厚的文化底蕴、地道的特色美食、浓郁的烟火气息,让人流连忘返。近年来,乐山全力做好文旅融合、扩容提质、景城一体、全域旅游“四篇文章”,加快实现产品迭代、业态转型、产业升级,全力赋能文旅发展,为全域旅游插上“腾飞翅膀”。

盛会搭台,文旅唱戏。旅博会只是乐山文旅发展的“关键棋”。据介绍,下一步,乐山还将坚持“旅游兴市、产业强市”发展主线,紧扣“园区建设提升年”经济工作主题,按照“两核两圈两带九组团”旅游发展总体布局,持续深化“四篇文章”,推动文旅经济复苏振兴和文旅产业高质量发展,加快建设世界重要旅游目的地,为实现乐山“五个一”战略定位贡献更多文旅力量。

(本报记者 苏文俊)



非遗瑰宝亮相第八届旅博会

### B 多元融合 擦亮乐山文旅“新名片”

文化是旅游的灵魂,旅游则是文化的载体。文化旅游产业是城市的“软名片”,如何让这张“名片”叫得响,能发光?

为此,乐山全力加快打造成渝地区“后花园”、建设世界重要旅游目的地。紧扣目标,今年的旅博会,乐山也通过展会向世界提交了一份亮眼的“成绩单”,让人不得不感叹乐山文旅的高质量发展。

乐山坚持文化为灵魂、旅游为载体,构建有质量、有特色、有吸引力的世界级文旅产品供给体系,积极加强推进“文旅+”融合发展,实现以文促旅、以旅兴文,推出了一大批乐山文旅新产品、新线路、新业态、新场景、新消费、新体验。透过此次旅博会也能窥见一斑。

会上,乐山以“线上+线下”“室内+室外”“动态体验+静态展示”相结合立体组展,新技术、新观念的加持,让本届旅博会做起了“1+1>2”的立体办会加法。这既是本届旅博会因应常态化疫情防控要求的创新之举,也是丰富网友、游客和市民体验的点睛之笔。

旅博会是一个窗口,透过它,世界看到四川优质的文旅资源禀赋和完善的旅游配套产品;透过它,四川看到全国乃至全球的优秀

文旅案例和先进做法。在此次旅博会上,主办方还在室内设置品质旅游展、旅游装备展、旅游融合展、中国特色旅游商品展等四大展区,户外设置自驾游营地展,动态体验设置地方非遗文化和民俗特色文化体验活动等,呈现出多元化、多样性、适用性特色,让网友、游客和市民感受别具一格的旅博风采。

而针对国际展商,主办方还联合亚太旅游协会(PATA)举办国际旅游线上交易会(PTM2021),来自线上69个国家和地区389家展商和卖家注册参加,交易额达到6.46亿元。

值得一提的是,为了增强旅博会的动态体验效果,主办方还编创了“金秋龙腾”“非遗瑰宝”“好客彝乡”等沉浸式体验节目。独具特色的民族服装、传承千年的非遗技艺,使游客、市民与广大参展商在逛展的同时,身临其境地感受四川丰富的文化资源。

借力使力,乐山借力旅博会,用多元融合的方式,通过事件营销、政企联手、集中造势,向世界展示了一个充满活力的乐山。一个个可感、可塑的文旅“IP”,激活了乐山文旅发展的活力,也擦亮了乐山文旅的“新名片”。