



“星星故乡·神奇宁夏”展区亮相第十七届义乌文博会。

以春破题 邀客入宁

本报记者 王 刚 文/图

当下,宁夏各地“花”期有约。携程、飞猪数据显示:一季度,宁夏成为全国春季旅游网红打卡地之一。针对国内长线游市场,宁夏以“品质游”产品供给,抢滩春季文旅市场。

近日,宁夏文旅“下江南”,文旅行业纷纷组团奔赴江浙沪地区客源市场,通过不断扩大“朋友圈”,让资源“走出去”,将游客“请进来”。在“引客入宁”的利好政策加持下,宁夏如何扩大“引客入宁”半径?重点客源地市场对宁夏还有哪些新期待?宁夏如何搭建跨省(区)文旅合作的“新金桥”,打造大西北超级文旅IP?

■ 全区各地上演“花式”邀客

4月1日清晨,满载游客的16辆旅游大巴,从甘肃兰州出发,全程高速直奔固原。这支由800余人组成的旅行团,登上“胜利之山”六盘山,参加“金城千人浪固原·红色舞动六盘山”主题活动。

4月2日,伴着春雨,一列来自四川、重庆搭载着600余人的旅游专列抵达中卫沙坡头景区,感受春雨霏霏、雨雾弥漫的黄河风景,体验腾格里沙漠的浩瀚辽阔……

数据显示,今年以来,宁夏文化和旅游消费市场呈现出强劲的复苏态势,累计接待国内游客1290.05万人次,较2022年同期增长55.79%。实现旅游收入81.64亿元,较2022年同期增长55.42%。

随着文旅“回春”的持续耕耘,如今国内长线游的宁夏市场备受游客青睐。

网红宁夏,当红不让。针对国内长线游市场,宁夏各级文旅部门以及景区、旅行社等纷纷出招,抢滩春季

文旅市场,上演“花式”邀客。“我要到宿迁,邀请宿迁文旅局长,到我们西夏区来演‘至尊宝’。”前不久,一条短视频引发网友热议。视频中,银川市西夏区文化旅游体育广电局局长马海波变身“紫霞仙子”,邀请全国各地的朋友们,到镇北堡西部影城沉浸式体验《大话西游》。

“如何让流量变‘留量’,西夏区正在探索。短视频引来了流量,就要深入思考如何让游客留下来,将视频热点的短期效应转化为销量增加的常态化效应。当前,我们已经谋划在全国招募百位‘紫霞仙子’,举办短视频大赛,邀请大家到镇北堡西部影城演绎自己心中的‘紫霞仙子’,一定要把我们这个核心IP牢牢抓在手上,吸引更多的游客到宁夏来旅游。”马海波说。

“赏春醉美花海”是固原春季文化旅游主打品牌产品,早已成为区外游客赏花踏青、回归田园的浪漫之旅。第十九届六盘山山花节

期间,固原市推出19条精品旅游线路,并开展短视频大赛、文旅特色展示展演、“六盘山下是固原”网络达人晒山花等系列主题活动。

彭阳县金鸡坪、西吉县火石寨、原州区须弥山石窟、泾源县老龙潭、隆德县神林山庄……固原市文化旅游广电局有关负责人潘江向全国各地的游客发出真挚邀请:四月的宁夏固原,万亩山花竞相绽放,静待游客来感受春日浪漫与美好。

“大篷车”是宁夏的一张文化旅游名片,“百城百站”文化旅游大篷车全国巡回推介活动自启动以来,外出推介小组实地走入“京津冀”“长三角”“陕甘”“川渝”等地区30多个重点客源地城市,面向600多家旅游渠道商、旅游协会介绍银川文旅资源和引客入宁及消费惠民政策,推动银川火遍“出圈”。与此同时,配套开展的以“塞上湖城 诗画银川”为主题的微博、抖音、快手等线上精准营销话题播放量已破8000万次。

热门旅游项目。”金恒意说。

“目前,宁夏文旅市场即便是较为成熟且已有一定知名度的旅游景点,也还存在吸引力不足、游客停留时间短、消费空间小等问题。从旅游到旅行,纯玩的‘品质游’产品供给,是真正打动跨省游客赴约的标准答案。此外,还要更加注重旅行过程中的新奇、小众且极致的体验元素。”杭州西湖景区文化旅游创意发展有限公司总经理周乐娟说。

如何扩大“引客入宁”半径?“我们将持续围绕游客需求,不断优化产品供给。持续打好‘引客入宁’奖补措施、宁夏旅游护照和宣传营销等利好政策‘组合拳’,通过‘以奖代补’方式优化提升文旅消费环境。同时,积极巩固拓展长三角、珠三角等重点客源地市场,聚焦高端人群打造特色旅游产品和线路,推动与陕西、甘肃等周边地区的跨区域合作,通过品牌带动不断提升人均消费比例,有效带动整体文旅消费水平。”宁夏文化和旅游厅资源开发处负责人王光华说。

■ 宁夏如何扩大“引客入宁”半径

在宁夏文旅江浙沪地区推介活动现场,宁夏的枸杞、葡萄酒、玫瑰花酱、非遗文创等特色产品吸引了不少游客驻足停留,咨询体验。在活动互动抽奖环节,一位幸运观众难掩心中的激动,给现场观众讲述了一段他与大武口凉皮的故事,让现场观众更加向往石嘴山。

“我之前了解石嘴山,是因为朋友给我带了一份大武口凉皮,味道真的很特别。今天没想到在家乡杭州,碰到了石嘴山的旅游推介会,真的很像有缘。我今年一定要去一趟石嘴山,好好逛一逛。”杭州市民凌展说。

针对江浙沪文旅市场,宁夏文化和旅游厅发布了“引客入宁”奖励政策,对旅游包车、航班切位、旅游专列、自驾游、旅游大巴、组织会议等进行最高限额100万元的奖补。银联(云闪付)、携程、美团平台发放500万元宁夏文旅消费券让利游客。宁夏133家A级旅游景区针对优待对象首道门票减免优惠。同时,针对重点客源地市场发放10万张“宁夏航空旅游电子护照”、4万本“宁夏自驾

旅游护照”,热情邀约江浙沪游客来宁夏,给心灵放个假。

这一个优惠政策,一项贴心服务,都是宁夏文旅推广团为客源地游客带去的“宁夏礼物”。“激励政策放在那里,旅游市场就会做出反应,文旅企业自会想办法动员市场各类资源‘引客入宁’,这是市场良性发展的必然规律。”宁夏新文化国际旅行社副总经理郭欣说。

江苏醉美全景旅行社总经理金恒意认为,让宁夏特色资源走出去,把游客请进来,宁夏各级文旅部门虽诚意满满,但宁夏文旅还存在短板,如产业规模和效益不高,市场主体竞争力不强,国际化水平有待提升等,重点客源地市场对宁夏还有一些新期待。

“受季节、疫情等因素影响,部分旅游景区和乡村旅游景点提供的旅游产品结构形式单一、特色还不够鲜明,游客可选择性不足。同时,宁夏输入性消费品牌较弱,缺乏爆点,相比重庆‘洪崖洞’、西安‘大唐不夜城’等,还缺乏一些在全国叫得响、吸引力足的

物馆”等IP品牌,通过旅游资源差异互补,让“诗画浙江”和“塞上江南”完美融合。

前不久,在宁夏文旅江浙沪地区推介活动中,江浙沪等地文化和旅游部门与宁夏重点文旅企业签署了涉及项目投资、人才培养、联合执法等方面战略合作协议近20份,推动宁夏与江浙沪地区文旅事业共同发展。为打好招商引资“组合拳”,活动期间,宁夏文化和旅游厅与江浙沪等地文旅部门围绕加强项目联动以及强化人才交流等达成战略合作协议,并与浙江省二轻集团有限责任公司、杭州西湖风景名胜区资产经营集团等重点文旅企业就元宇宙酒庄建设、特色文创产品开发、葡萄酒、枸杞及相关旅游商品市场推广销售等达成合作协议。

开展双方权属公司(景区)广告宣传资源互换使用、共享客源地分析等旅游大数据信息,积极探索共同推出“联合票型”……在今年农历大年初一的一次推介活动中,六盘山旅游集团有限公司与四川旅投签订了战略合作协议,签署《协议》的签约信息感振奋。

“我们抢抓先机、走进成都,围绕景区景点打造、精品民宿建设、文旅综合体建设等推介了11个文化旅游重点招商引资项目,吸引成都重点文化旅游企业投资固原,让成都游客来到固原避暑休闲旅游,这对助力固原“生态文旅特色市”建设具有重要意义。”潘江说。

此外,宁夏文化和旅游厅与甘肃省文化和旅游厅进行座谈交流,共商大西北文旅抱团发展、做大做强西北文旅品牌,合力促进文旅消费复苏等事宜。宁夏文旅系统着力加强战略合作,共同打造好“大西北”这个独特而共有的超级文旅IP,合力推动两地文旅系统在更大范围、更宽领域、更深层次务实合作。

“通过文旅推介活动,我们着力搭建宁夏与各地旅游合作的‘新金桥’,全力吹响宁夏文旅复苏的‘集结号’,也清醒地意识到,只有各类市场主体有生意可做,文旅行业才会有‘挺过来’‘跑起来’的希望。”宁夏文化和旅游厅市场管理处负责人杨新芳说。



文旅推介活动中,宁夏非遗产品和文创产品吸引游客驻足咨询。

记者手记

“诚意满满,必须得去一趟才行。”在一次次“引客入宁”的文旅推介活动中,重点客源地市场的游客对宁夏文旅市场青睐有加。

今年一季度,全区实现旅游收入81.64亿元,较2022年同期增长55.42%。在自治区“引客入宁”政策基础上,各地加快修订出台“引客”政策,政策撬动让旅行社对市场恢复发展信心满怀,为旅游发展注入“强心剂”。以银川市西夏区怀远旅游休闲街区为例,一季度累计接待游客350余万人次,较2022年同期增长66.67%。

从数据来看,一季度宁夏文旅实现了“开门红”,但数据背后也引发业内深刻思考:如何让“过境游”升级为“过夜游”,让游客留得更久,当地群众收入更多?前不久,宁夏黄河宿集作为实践案例正式入选“全国首个美国中国案例文数据库”。“黄河·宿集”通过复原具有200多年历史的大湾村,开创沙漠越野、定制野营、史前遗迹探访等线路内容,打造了全新的西部深度旅行体验。游客在这里可以品美食、逛农场、观星宿、登长城,参与宿集开发的深度游线路,体验野奢旅行的乐趣。

“黄河·宿集”是宁夏文旅部门践行让游客“愿意来”“留得住”的一个缩影。对于宁夏文旅来说,在亮眼的成绩单背后,还有很大的提升空间,我们既要吸引游客,也要留住游客,要通过规划提升,因地制宜进行基础设施、配套设施、服务设施和生活设施的适当改造,在留住乡愁的同时,提高旅游舒适度,真正让游客“愿意来”“留得住”。

让游客「愿意来」「留得住」

本报记者 王刚



“黄河明珠 美丽吴忠”文旅高铁列车在上海站始发。



音乐剧《花儿与号手》文旅推介演出走进上海大剧院。



来自全国各地的葫芦丝爱好者参加宁夏文旅推介活动。



重点客源地游客热情参与宁夏文旅推介活动。