

编者按

贺兰山下风景异。这里,有好山好水好风光,有历史人文好故事。如何用好独特的资源,把历史文化研究与文旅产业发展结合起来,让景区景点内涵更丰富,让贺兰山文旅产业走得远、火出圈?

在贺兰山东麓生态文旅廊道上,飘香的葡萄酒、星空下的露营地、“漫葡看见贺兰”演艺小镇里的“熟客”,都在为“文化+旅游”融合发展这道题目书写着自己的答案。

「葡萄酒+文旅」贺兰山东麓旅游新体验

本报记者 王婧雅 文图

刚刚过去的端午节假期,银川志辉源石酒庄和贺兰山运动休闲公园迎宾无数,早上8点以后,公园里规划的露营地难觅空位,市民们散步、骑行、遛娃、拍照,惬意地与大自然亲近。品酒大厅,热闹非凡,讲解、品酒、购买,游客在这里享受着沉浸式葡萄酒购物体验。

“端午节假期我们共接待了2.7万名游客,古尔邦节假期我们接待了3.5万名游客,当中不少游客在品鉴佳酿后纷纷下单,满载而归。”志辉源石酒庄宣传部经理杨宇轩告诉记者。

脚步挪至贺兰山1958主题创意休闲区,自入夏后,这里便成为不少露露营爱好者的打卡圣地。“一顶天幕、几把椅子、三五好友、户外烧烤、酒水饮料,蓝天白云下,背靠贺兰山随手一拍,都是大片。吃饱喝足,还能到贺兰山魔法书院,喝一杯咖啡、读一本书,或者干脆对着窗外发呆,做做木质手工,都是不错的选择。”露营地达人小何的相册里,满满都是贺兰山脚下的“追风打卡、与云对话”。她告诉记者,如今玩转贺兰山可不仅仅是去镇北堡西部影城当“紫霞”或“至尊宝”,山脚下的酒庄、露营、书店,看日出、拍日落,哪一项都是仪式感满满。

小何也说出了不少当代年轻人打卡贺兰山的心声,宁夏贺兰山东麓葡萄酒文化旅游长廊是世界公认的酿酒葡萄种植黄金地带,也是宁夏最适宜发展旅游业的区域之一,长驱独具魅力的自然风光、深厚的历史文化底蕴、风格迥异的百座酒庄已成为众多来宁游客休闲打卡、体验度假的新兴旅游目的地。

贺兰山1958主题创意休闲区、贺兰山运动休闲公园、志辉源石酒庄、西夏区昊苑村西村海棠民宿……2022年,宁夏文化和旅游厅发布的10条贺兰山东麓葡萄酒旅游精品线路产品,这些紧邻贺兰山脚下的景区纷纷上榜,而这10条通过延展拓深、嫁接融合,精心打造的贺兰山东麓葡萄酒旅游精品线路产品,也给广大游客和葡萄酒爱好者更多游览选择和更好度假体验。

一游兴百业。如今,古老的贺兰山正焕发新活力,从亲子采摘、科教研学、自酿体验、品鉴休闲、观星露营,到将葡萄酒元素融入非遗旅游品牌打造,以贺兰山东麓具有代表性的贺兰砚、泥咕咕、葫芦刻画、剪纸、刺绣、麻编、八宝茶等传统工艺和葡萄酒为重点,打造伴手礼盲盒,吸引流量密码。宁夏正依托贺兰山走出一条文旅+生态保护+特色产业之路,在打开了酒庄多棱面的同时,也释放了宁夏文旅业态的更多可能,成功吸引中外游客的目光。

“宁夏酒庄”为广大游客提供了寓教于乐的休闲好去处。

贺兰山旅游  
文旅新可能能否带火



“漫葡看见贺兰”的四个关键词

本报记者 乔素华

李霞也没有想到自己会用这种方式“逛”家门口的景区。在小吃街吃着小吃,眼睛却盯着抖音直播间一位网红的现场直播,“儿子,那边有杂技表演,去不去看?”这是李霞第二次到银川市西夏区镇北堡镇“漫葡看见贺兰”演艺小镇游玩。第一次,她受朋友之邀,由于体验感和代入感强,意犹未尽的她择了一个周末领着儿子花钱购票“二次游玩”。塞上贺兰、烟火贺兰、非遗贺兰等7个内容版块,戏剧、诗歌、行为艺术、坐唱、皮影、杂技等多种演艺形式,舞台剧、实景剧、威亚、武术特技、烟火特效、全息投影、水雾……不同时段、不同场地,有不同的演艺,李霞第一次游玩感到眼花缭乱,也错过了一些精彩演出,二次复购的她吸取经验在实地边玩边看直播,哪有演出就奔去哪。

像李霞这样的游客不是少数。每天17时至22时,演艺小镇每天上演18场沉浸式演出和36个街头表演,没有好体力和精准的时间控制力,很难做到一个不落全部看完。

演艺小镇凭什么能吸引游客二次复购?记者体验后发现了4个关键词。

关键词一:高颜值

目前,游客体验的第一需求是拍照和拍视频,因此产品必须具有高颜值特性,让普通大众随便一拍都能出片。

紧紧抓住游客这一需求,宁夏漫葡旅游开发有限公司给小镇做美颜。该公司营销负责人杨涛表示,

西北小镇一定和江南水乡有明显的区别,因此,小镇有了西北的荒野、大漠这些核心元素。

高颜值的演员。帅气白净的诗人、异域风情的女子、高挑的僧人……小镇与银川艺术剧院合作,演出人员都为青年演员,迸发着青春的活力。

关键词二:沉浸式

究竟让游客通过什么样的形式沉浸在小镇里?这是一个核心问题。迈出检票口即穿越了。仿古的建筑、穿着古装的行人、穿着盔甲的士兵……就连商户也跟着换了装。在

古街上行走,游客可能遇到一位边塞诗人,也可能遇到了一位将军,或一位求经的僧人……拍照、击掌,他们主动和游客互动,杨涛说,小镇要求大多数演员跟游客要有近距离的互动。

关键词三:宁夏心

优秀的文旅演艺作品至少要达到两点需求。一是让本地人产生强烈的文化自信,二是让外地人产生情感共鸣,通过一次旅游了解这片土地上的事、物。

小镇在高颜值+沉浸式的基础上继续做加法。

宁夏有很多故事可讲。银川艺术剧院和外地团队共同组成了小镇的创作团队,当地作家、编剧挖掘历史题材、文学题材脚本,外地老师艺术化加工。山神、精灵、赤霞珠……《贺兰山盛典》通过现代表现形式和手段讲述贺兰山下发生的故事,《灵州会盟》讲述民族团结的故事,《黄河婚礼》讲述宁夏民俗。

宁夏坐唱、杂技等一系列演出

在小镇有了固定舞台,贺兰山美术馆扩容了。有人曾提出,银川除了韩美林艺术馆,还有两个艺术馆,一个是当代艺术馆,它是宁夏人看世界的窗口,而贺兰山美术馆则是世界人看宁夏的窗口,它展出的是宁夏及周边一些艺术家的展陈。

“这一系列动作都围绕‘当地文化升级’。”杨涛说,通过高颜值、沉浸式和宁夏心为抓手,不断优化在地文化。

“现场氛围太嗨了!”《灵州会盟》的舞台上,“唐太宗”和群臣们跟着乐曲尽情摇摆,外地游客胡海娜的情绪也被带动了起来,情不自禁地跟着晃动起来。胡海娜说,这台剧给自己补上了一堂历史课。

关键词四:高曝光

以往宁夏景区在宣传时专注传统渠道,演艺小镇则抓住了新媒体。

6月3日,演艺小镇进入宣传期,5天后,看见贺兰登上抖音宁夏话题,6月8日到25日,话题达3,000万。在同城热网,演艺小镇15天内至少有七八天占据榜一,包括美团在内的5个榜,小镇在位列其中3个榜的第一,抖音4个榜也是3个榜第一。

“我们所有的动作都是为了带

节奏。”杨涛说,运营团队产出高质量图片、视频、推出攻略,让游客被种草。来到现场后游客会自发拍照或视频进行二次传播,演艺小镇的“声量”一层层叠加。

据统计,漫葡看见贺兰演艺小镇自6月10日正式接待游客,15天接待游客数超过8万人,周六最高峰为8000人至10000人,周内平均每天都在3000人左右。

北纬38度的荣耀

本报记者 王刚

这是世界赋予北纬38度的荣耀。曾几何时,中国的葡萄酒只是世界葡萄酒舞台的“配角”和“观众”。而今,因为地处业界公认的黄金纬度、拥有地势均衡的黄金海拔,加之黄河水的哺育,贺兰山的呵护、光热风的塑造,宁夏贺兰山东麓已成为世界公认的“年轻的葡萄酒明星产区”。

紫色梦想离不开“葡萄酒+旅游”这个永恒话题。刚刚过去的端午节假期,记者来到贺兰山东麓银川产区,一望无垠的葡萄藤织出一幅绿色图景,26.2万亩的集中连片酿酒葡萄基地纵贯南北。在这片土地上,60余家各具特色的酒庄各自书写着不同的“华彩乐章”,这是宁夏集中力量打造贺兰山东麓生态文旅廊道的一个缩影。

近年来,宁夏依托贺兰山东麓这一新崛起的世界葡萄酒明星产区,将葡萄酒产业发展与生态建设、文化旅游深度融合,打造贺兰山东麓生态文旅廊道,推动文化和旅游产业高质量发展迈上新台阶。

前不久举办的第三届宁夏国际葡萄酒文化旅游节上,“葡萄酒+文旅”成为一个异常火爆的特色文旅IP,10条贺兰山东麓葡萄酒旅游精品线路产品带动葡萄酒销售、餐饮民宿、文化交流,掀起了打卡宁夏的又一波热潮。

这不是旅游第一次和延伸要素擦出火花,旅游嫁接“美食美食”“文体活动”早已成为贺兰山东麓生态文旅廊道建设的标配。“在文旅廊道建设过程中,我们加速推进葡萄酒文旅产业与‘六新六特六优’等产业融合发展,持续打造新的消费热点,培育新的消费需求,在吸引游客的同时吸引更多企业和流量齐聚贺兰山东麓,辐射带动贺兰山东麓旅游资源‘活’起来、‘热’起来。”宁夏文化和旅游厅资源开发处负责人王光华说。

以廊道建设为契机,宁夏重构全区文化旅游产业发展格局,推动从景区旅游向综合旅游转变、门票经济向产业经济转型、单一链条向产业集群发展,不断完善道路指引、集散中心、旅游驿站、旅游厕所等基础设施。推动贺兰山漫葡小镇、闽宁镇、玉泉营、西鸽酒庄等特色街区建设,13家酒庄完成了A级旅游景区评定,并纳入精品旅游路线。积极对接引进复星国际、阿里飞猪、景域驴妈妈、华侨城、携程等大型文旅企业进行持续建设,将廊道项目纳入中央预算内资金支持项目和自治区重点项目库,集中解决廊道公共服务、住宿设施、产业短板等长期性问题。

银川市西夏区文化旅游体育广电局负责人马海波告诉记者,在贺兰山东麓生态文旅廊道建设过程中,关键是要发挥葡萄酒产业作为典型“第六产业”的综合带动效应,以廊道为核心,拓展葡萄酒+文旅、体育、康养、休闲、生态等新业态新模式,着力打造一二三产业融合发展的聚集区、示范区和“黄金旅游廊道”。宁夏通过打造集“葡萄酒体验+温泉养生+业态融合”于一体的葡萄酒文化旅游产业综合体,辐射带动了廊道沿线旅游、餐饮、酒店等各产业蓬勃发展。通过深度开发休闲旅居、生态康养等新业态新产品,推出酒庄休闲游、体验游、研学游等多条线路产品,激活酒庄旅游的热度和潜力。目前,在宁夏百余家酒庄中,A级旅游景区酒庄已达14家,其中4A级景区酒庄4家,年接待游客数量超过135万人次,由旅游带动的葡萄酒销售额占总销售额的50%。志辉源石酒庄总经理袁国分析说,当前我们的葡萄酒70%—80%的销售量都是由文旅带动销售的,我们已经从最传统的经销商销售模式转变为现在的文旅带动销售模式。

此外,在廊道建设过程中,宁夏将葡萄酒作为文化旅游营销推介过程中最独特的IP和核心吸引物,重点在整体营销和创新模式上下功夫,推动宁夏这张“紫色名片”走出国门、走向世界。依托京津冀、长三角、珠三角等14个重点客源城市公交车、地铁、游船的13万块多媒体终端,持续开展宁夏整体形象和葡萄酒宣传,日均辐射受众达1亿人次。紧紧围绕民航直飞的城市、高铁直达的城市和红酒销售的重点城市,开展重点城市营销,以点带面打造全国范围的营销“矩阵”,提升知名度和影响力。

专家说

更多游客的关注和兴趣。

除了线上互动,线下服务也很重要。注重创新和品质,不断提升景区设施和服务水平,为游客提供独特而优质的旅游体验,让他们在贺兰山东麓的旅行中感受到真正的改进体验。要注重游客的反馈和评价,积极改进和优化旅游产品和服务,树立良好的口碑。

“以多样化的文旅产品满足了游客差异化、品质化需求。”西夏区文旅局局长马海波表示,西夏区拥有贺兰山东麓独特的资源禀赋和水土条件,将依托贺兰山、葡萄酒、温泉等优势资源,探索多业态融合发展,做优做特文化体验游、葡萄酒庄游、运动休闲游、温泉养生游、亲子研学游等旅游业态。在保持镇北堡西部影城、西夏陵等老景区高知名度以及独特的资源优势的基础上,持续推动精品葡萄酒庄、葡萄酒文化主题小镇建设。支持志辉源石、嘉麓、格莉其、蓝赛等酒庄着力打造葡萄酒庄民俗,打磨《贺兰山盛典》《无疆》等一批文化演艺作品。开发徒步登山、自行车骑行、酒庄马拉松等运动旅游项目。形成撒野、南星等露营地等近10处,形成全新的文化旅游产业形态,让短期的网红“流量”转变为长期的发展“质量”。



演员巡演吸引游客拍照。

葡萄酒店主介绍自家葡萄酒。

“流量”如何变“留量”

本报记者 乔素华

在过去的发展中,贺兰山东麓拥有了一些知名景点,吸引了大量游客。随着新时代的来临,旅游需求也在不断演变,贺兰山东麓文旅产业需要面临新的机遇和挑战。

贺兰山东麓地区作为一个历史悠久、文化底蕴深厚的地方,老品牌景点如镇北堡影视城和西夏王陵等吸引了大量游客。新时期的背景给贺兰山东麓文旅产业带来了新的机遇。宁夏大学前沿交叉学院执行院长王磊认为,贺兰山东麓文旅产业需要不断探索新的IP,展现更丰富的旅游产品。

随着生活水平的提高和休闲旅游的兴起,游客对旅游体验和服务质量的要求也不断提高。这为贺兰山东麓地区提供了提升旅游产品和服务的机遇,通过创新和优化,满足游客对于个性化、多样化、高品质旅游的需求。

互联网和社交媒体的快速发展,信息传播的速度和范围大大增加,网红经济和流量经济崛起。贺兰山东麓文旅产业可以借助互联网和社交媒体平台,积极开展在线营销和推广,吸引更多关注和游客。通过与网红、旅游达人等合作,将贺兰山东麓的独特魅力和旅游资源传播出去,吸引更多游客前来体验和探索。

文旅融合是新时代旅游产业高质量发展的必然要求,促进了文化创意产业的繁荣和消费升级的趋势。贺兰山东麓地区拥有丰富的历史文化和自然资源,可以通过挖掘和利用这些资源,打造独特的文化创意产品和旅游体验,满足游客对于文化、艺术、创意的追求。

王磊认为,探索新的IP对于贺兰山东麓文旅产业的发展至关重要。新的IP能够吸引新的游客群体,满足他们不同的旅游需求,还能增加旅游产品的多样性和吸引力,使贺兰山东麓成为一个更加具有吸引力和竞争力的旅游目的地。

新的表现形式伴着高曝光的加持,贺兰山东麓的“漫葡看见贺兰”沉浸式演艺小镇成了这个夏季宁夏最大的“网红”。

网红流量如何变成“留量”再成为质量?王磊认为需要加强线上线下互动和互联网营销,优化游客体验和服务质量,建立良好的口碑和品牌形象。

通过社交媒体、旅游媒体平台和旅游App等渠道,积极与游客互动,分享贺兰山东麓的旅游资源和独特魅力,提升品牌知名度和影响力。可以邀请网红、旅游达人等有影响力的人士来贺兰山东麓地区进行体验和推广,通过他们的分享和推荐,吸引