



以文塑旅 以旅彰文 激发世界文化旅游名城新动能 加快推动文旅资源优势转化

世界文化名城的深厚底蕴,如何转化为高质量发展的澎湃动力?日前,省委、省政府出台《关于支持成都做优做强极核功能 加快高质量发展的意见》(以下简称《意见》),为成都高质量发展指明方向。

成都正以“三城三都”建设为总牵引,坚持以文塑旅、以旅彰文,全力推进文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上实现融合发展。从历史深处走来,向时代高处攀登,这座承载着“诗与远方”的城市,正用文化软实力的持续增强和产业竞争力的不断跃升,为高质量发展注入强劲动能。

厚植文化自信 激活发展动能 “头回客”变“回头客” 新场景成 新引擎

文旅市场的“热辣滚烫”,是城市活力最直观的体现。翻开成都的产业“半年答卷”,文旅板块动能澎湃,成绩斐然:

今年1月至5月,全市接待游客1.38亿人次,同比增长5.2%;旅游总收入1807亿元,同比增长6.1%;音乐产业产值突破262亿元,同比增长4.44%……一串串亮眼数字的背后,是成都文化品牌的强大号召力。

品牌是吸引力,更是生产力。今年以来,成都大庙会、金沙太阳节、诗圣文化节等品牌活动好戏连台;第九届中国成都国际非遗节成功举办,吸引现场观众近200万人次,非遗品牌IP授权签约总额达3.5亿元。成都的独特魅力,让无数“头回客”变成了“回头客”。

立足文化根脉传承与时代创新融合的高度,关于《意见》中“擦亮‘三城三都’金字招牌,大力发展赛事经济、演艺经济、夜间经济、休闲康养等服务消费,打造‘文旅+’消费新场景。”这一规划,武侯区成都星蓝星数字科技有限公司总经理李加泉分外感慨:“结合成都优渥的文旅资源和良好的营商环境,我们有信心打造出全国文旅行业的标杆案例。”在《意见》发布第二天,李加泉翻看着《成都日报》的报道,道出了众多市场主体的共同心声。市文化广电旅游局相关负责人表示:“下一步,我们将聚焦项目驱动,精心策划储备一批具有牵引性、引爆性的重大文旅融合项目,加快推进成都中国书法馆、川剧艺术中心等标志性载体建设,让文化地标‘串珠成链’。”

做强“文旅+” 拓展产业边界 “一张票”带火“一座城” 新业态添 新活力

当“为一场演唱会奔赴一座城”成为年轻人的旅行新风尚,“票根经济”便为文旅融合打开了全新的想象空间。今年“五一”假期,从重庆专程来客观看演唱会的吴敏,凭一张门票,开启了一场“演唱会+旅游”的超值旅程:免费游览蔚然花海、在商圈享受餐饮折扣、便捷预订古镇半日游……“一张票根,就是一张城市旅游的优惠通票,这种体验太棒了!”

从“看一场演出”到“玩一座城市”,“票根经济”正将流动的客源转化为城市稳定的消费力,有效盘活了文、商、旅、体等多种资源。作为中国音乐产业“第三城”,成都今年已举办各类演出超2万场,吸引观众超1000万人次。

“票根经济”的火爆,正是成都做大做强“文旅+”的生动缩影。今年上半年,成都新增音乐相关注册企业120家,签约引进百联奥特莱斯、“兴漫纪元”亚洲影视动漫数字产业城等重大项目17个,协议总投资135.5亿元;新开工重大文旅项目12个,总投资72.1亿元。全市完成重大文旅项目投资202.22亿元。

文化如何赋能城市高质量发展?“支持成都举办大型演唱会和高品质赛事、打造国际消费中心城市、建设低空经济基础设施等。”成为一个明确的方向。《意见》真是为成都的长远发展打下了坚实的基础,让我们看到了这座城市更加美好的未来。我们将引入前沿科技元素,打造数字化应用场景,激起公众对科学的兴趣,让博物馆成为城市高质量发展助力。”成都自然博物馆(成都理工大学博物馆)馆长(执行)王丹感慨道。着眼未来,成都将深化文商旅体融合发展,加力培育文旅消费新业态,力争周杰伦、谢霆锋等顶级明星演唱会2026年落地成都,持续壮大“演艺经济”,让新业态释放新活力。

优化服务供给 彰显国际范儿 “一部手机”畅游全城 好体验赢 好口碑

“太方便了!地铁可以直接刷我的境外银行卡购票。”刚抵达天府国际机场的德国游客Thomas对成都的支付便利化赞不绝口。在宽窄巷子,马来西亚游客陈先生用手机绑定境外卡“碰一碰”,轻松买到了一碗冰粉。“支付无缝衔接,让我们的旅行体验感瞬间拉满。”

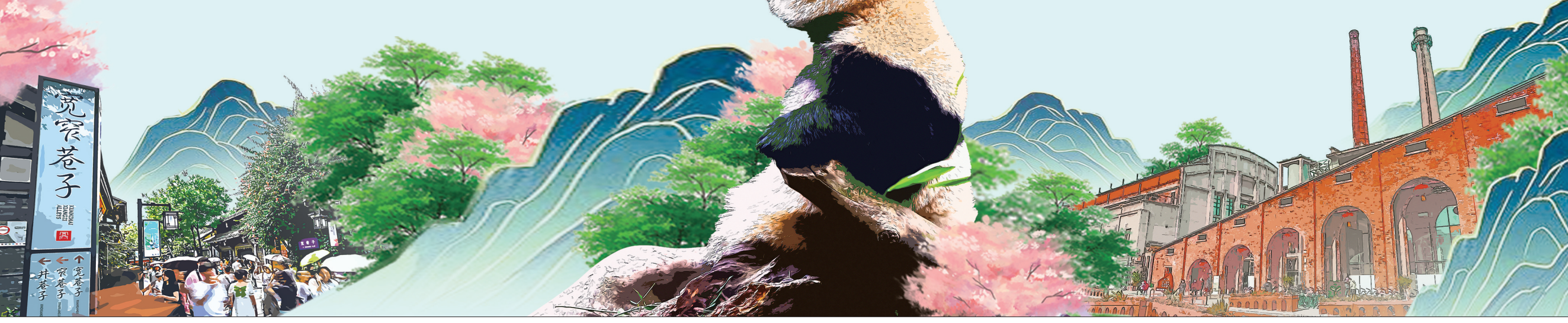
为提振文化旅游消费添砖加瓦,《意见》尤为强调,要加快建设国际化便利化消费环境和服务体系,更好释放本地消费、吸引外来消费。对此,成都市美术馆副馆长肖飞舸坦言,《意见》为他们的工作给出了指引,成都市美术馆将让艺术融入城市肌理,与城市发展形成双向赋能。

游客的舒心与安心,源于服务细节的用心与精心。针对曾是入境游客最大痛点的支付问题,成都正加快建设国际化便利化消费环境和服务体系,让“一部手机游成都”成为现实。

为迎接全球游客,成都正积极实施“跟着航线去营销”计划,组织企业奔赴境外参展,依托支付宝国际平台为外籍游客提供全方位服务。在宽窄巷子,双语菜单、多语种标识、入境游客支付便利服务店、离境退税点已成为标配,让国际友人宾至如归。

精准精细的服务,赢得了实实在在的好口碑。1月至5月,全市接待入境游客81.6万人次,同比增长53.7%,成都正成为越来越多国际游客向往的“诗与远方”。

抢抓机遇,奋楫笃行。成都正紧扣《意见》战略部署,以建设“三城三都”为抓手,勇当排头兵,在推动文旅深度融合发展的道路上阔步前行,用文化的力量为城市高质量发展注入不竭动力。



案例①

拓展品牌外延 “熊猫名片”全球影响力持续攀升

作为成都最具辨识度的文化符号之一,大熊猫是全球顶流IP,新获粉丝无数。“花花这么可爱,真是看不够!”一放暑假,重庆游客李丽就带着孩子奔赴成都看大熊猫,“我女儿一直想来成都看看真正的大熊猫。”和李丽母女一样,每天都有无数世界各地的游客前往成都大熊猫繁育研究基地,与憨态可掬的“心上熊”们来一场约会。相关数据显示,今年“五一”假期,成都大熊猫繁育研究基地接待游客约27.45万人次,实现门票收入约1093.77万元。

如今,“熊猫”成为成都建设国际消费中心城市和西部对外交往中心的一张闪亮名片。近年来,以成都大熊猫繁育研究基地为核心,成都熊猫国际旅游度假区瞄准“吃住行游购娱”六要素,不断丰富业态,园区年营收约50亿元。据了解,接下来成都熊猫国际旅游度假区将充分发挥大熊猫国际IP品牌影响力,加快推动熊猫基地5A景区及国家级旅游度假区建设。

案例②

打造多样业态 一条“工业锈带”的潮流蝶变

从国营红光电子管厂到各地年轻人钟爱的潮流集聚地,作为成都文创园区的“顶流”,东郊记忆实现了从“工业锈带”到“文创秀带”的华丽转身。近年来,东郊记忆紧扣“国际时尚”定位,引进新业态、营造新场景,目前园区入驻名企超300家,其中引入超80家首店,包括20家全国首店和21家西南首店。

台上身着传统服饰的舞者起舞弄影,台下来自世界各地的食客感受中华优秀传统文化的魅力。位于东郊记忆南门的蜀宴赋,打造了以蜀地汉文化为创作背景的全景沉浸式餐秀体验场景。据四川蜀宴赋餐饮文化有限公司董事长杨孜介绍,该店开业两年共接待食客超29万人次,年均收入达到8000万元左右。

蜀宴赋是东郊记忆人气火爆的一个缩影。成都传媒文化投资有限公司相关负责人表示,2024年,东郊记忆举办各类活动超2500场,吸引游客近1800万人次,整体营收超30亿元,较2021年增长370%。目前,东郊记忆正在构建“年轻化”“时尚化”“潮流化”的消费生态,聚集音乐展演、数字文创、潮流时尚、特色宿集等20余种业态,不断提升园区“国际化”“科技化”水平。

案例③

提供多样服务 一条“百年老街”的国际范

漫步在宽窄巷子,随时都能偶遇外国友人。“这里古色古香,很有中国特色。”来自韩国的金瑞儿一只手持着手机拍照,另一只手里大包小包地提着购买的纪念品,“这次来成都坐地铁、购物、吃饭都可以用一部手机全部搞定,体验感非常好。”

自240小时过境免签政策实施以来,宽窄巷子的外国游客比例持续攀升。如何为远道而来的客人提供更好的服务?据成都文旅宽窄巷子文化产业发展有限公司相关负责人介绍,针对入境游客,目前街区内有25家商户提供中英双语菜单,商户在收银台显眼位置贴有介绍外籍游客不同支付方式的英文标识。此外,宽窄巷子服务中心设有入境游客支付便利服务店,提供入境游客行李寄存、移动支付绑定等一站式服务,同时街区还设置了四处离境退税点位,处处体现着这座城市的细致与周到。

值得期待的是,预计在2026年亮相的宽窄巷子二期,将通过展演引导、策展驱动,打造少城西市、城墙公园等创新文化消费场景,进一步丰富消费供给,让这条百年老街焕发出更加迷人的新颜。

成都日报锦观新闻记者 王嘉 吴雅婷