

暑期热经济 八方游客赞江西

“旅游+”发力 让暑期市场不负众望

钟秋兰

2023年暑期接近尾声,正如这个火热的夏季一样,我省各地旅游市场如火如荼。演艺、动漫、体育与文旅相融合,一些新业态、新产品成为吸引年轻群体的主打内容,在“旅游+”的带动下,更多消费潜力得以释放,旅游消费市场加速复苏。

8月,在鹰潭龙虎山,《一人之下》龙虎山第一届主题活动嘉年华开展,以“动漫+文旅”方式,打造了一场游客与动漫爱好者的二次元奇幻之旅。

同在8月,“2023江西·湖口鄱阳湖之夜江豚音乐节”开唱,来自五湖四海的数万名乐迷齐聚九江湖口,唱响生态之歌。这是湖口县深挖本地特色,通过文化活动做好文旅融合文章的重要举措之一。

整个暑期,上饶鑫邦文旅旗下葛仙村、婺女洲双景区人气火爆,8月份单月营收1.17亿元,23家酒店(民宿)平均入住率达90%以上,创下历史新高。独具特色的夜游节目引来众多小红书达人、抖音达人、摄影师纷纷打卡。

进一步激活暑期旅游市场,市场主体的努力不可或缺。只有更好满足游客的旅游消费需求,推出适合游客的新产品,才能赢得更多消费者青睐。

针对暑期市场,我省从6月1日起,就推出2023年“全球学子嘉游赣·大美江西发现之旅”全省旅游宣传推广活动。省文化和旅游厅下拨专项资金用于各设区市“嘉游赣”系列旅游推广活动补助,支持各地开展系列特色活动,推出优惠措施。

有温度的服务才能造就有热度的旅游。“全球学子嘉游赣·大美江西发现之旅”四大主题活动,系列优惠政策、多条精品线路和若干配套活动,诚意十足、创意十足,大大丰富了文旅产品供给,这也正是这个暑期,让年轻人爱上江西的理由之一。

►原城纪·南昌城市文化街区举行烟花秀表演,为游客带来视觉盛宴。
本报全媒体记者 史港萍摄

近

日,中国旅游研究院的最新数据显示,今年暑期,国内旅游人数达18.39亿人次,占全国国内出游人数的28.1%。旅游平台携程表示,今年暑期国内旅游市场较2019年实现全面增长,消费者呈现出游半径增长、出游频次提升、愿为体验付费的趋势;旅游平台马蜂窝数据表明,在江西,景德镇、南昌等地成为游

我省文博游热度不减

本报全媒体记者 钟秋兰

数据显示,8月1日至6日,江西省博物馆平均每天客流超1.5万人次。今年以来,南昌海昏侯国遗址博物馆(公园)门票收入超4000万元;江西省博物馆5至7月文创销售额达460万元。

1至7月,全省20个热点博物馆入馆客流合计超1000万人次,较2019年增长36%。

藏不住了,江西美景

本报全媒体记者 钟秋兰

基础上,可在南昌文旅一卡通微信公众号首页“文旅融合消费券”参与抢券。消费券补贴包括景区二次消费券、电影消费券、书店消费券、演艺消费券。

是什么让学子们奔赴江西为“爱”打卡?是他们对于旅行中文化内涵和深度体验的重视,让“了解一座城市,从当地博物馆开始”成为共识。除探索历史、了解城市文化、购买文创,一睹“奇绝文物”的真容成为他们打卡博物馆的新理由。这个夏天,“无语菩萨”以表情包界的“顶流”身份横空出世,让景德镇中国陶瓷博物馆一举冲入热度上升最快的小众博物馆前五。

又是什么样的画面,让学子拥有了一个值得回忆的夏天?只需一张“赣州学子卡”,就可开启超酷的“特种兵”旅游,打卡赣州六大宝藏景点、体验水上项目,自由切换“水陆模式”。

红色、绿色、古色……九江、抚州、宜春、新余等设区市,有电影周的热潮、音乐节的快乐,有戏曲的魅力、月亮(七夕爱情)的引力。打卡江西,你就会爱上江西。

市民和游客在南昌市红谷滩区秋水广场观看音乐喷泉表演。本报全媒体记者 史港萍摄

图①:迎来游客高峰的五龙潭漂流。(婺源县委宣传部供图)

图②:一场云端音乐会江西裕民银行顶层上演,观众沉浸在夏夜凉风和浪漫歌声中。
本报全媒体记者 涂星星摄

图③:在景德镇陶瓷雕塑厂,前来选购、观赏陶瓷的游客络绎不绝。
本报全媒体记者 洪子波摄

图④:暑期,三清山景区游人如织。
通讯员 蒋云飞摄

图⑤:学生们来到井冈山茨坪毛泽东同志旧居参观研学。
本报全媒体记者 董文涛摄

图⑥:游客在武功山云顶景区观音岩帐篷营地观看日出。
本报全媒体记者 史港萍摄

