

75年

砥砺前行 绘就高质量发展壮美画卷



龙虎山第三届架板大赛现场

丹山碧水迎客来

——龙虎山景区推动旅游高质量发展纪实

9月21日,来自上海、福建、浙江、安徽等地的旅游团同时抵达鹰潭市龙虎山景区,这是景区迎来的首个秋季万人旅游团。今年以来,龙虎山景区先后引入哈尔滨、呼和浩特、大连、长春、郑州、贵阳、西安、漳州等客源地市场旅游专列(包列)30余趟,引流2万余人,成为“引客入赣”的重要举措之一。游客李先生说:“我是通过朋友推荐来的,没想到这里景色这么美,服务也非常周到,我们玩得很开心。”

一直以来,龙虎山景区立足绿色生态优势和道文化特质,做靓绝美山水,做活文化内涵,做强文旅产业,努力唱响“龙虎天下绝”品牌,促进区域文旅高

质量发展。景区树立“大景区、大旅游”理念,不断推出多样化、品质化的旅游产品和服务,通过举办丰富多彩的系列主题活动、出台系列优惠政策、开展文旅专场推介等措施,积极拓展客源市场,使旅游消费呈现持续火热态势。

1至8月,龙虎山景区共接待游客1138.54万人次,同比增长85.2%;“十一”黄金周期间,龙虎山景区累计接待游客达72.84万人次,其中10月3日单日接待量达13万人次,累计接待量和单日接待量均创历史新高。龙虎山景区入选迈点研究院全国5A级景区品牌传播力100强榜单,上清镇获评江西省2024年“风景独好”旅游名镇,“龙虎天下绝”品牌知名度美誉度不断提升。

「旅游」

不断掀起新热潮

9月8日,2024“龙虎天下绝”龙虎山第三届架板大赛开赛。来自海内外的500余名水上运动爱好者齐聚龙虎山,在丹山碧水间挥桨竞技。随着发令枪响,一艘艘架板如离弦之箭飞驰而出,现场加油声、欢呼声此起彼伏。

这是龙虎山景区推动“旅游+体育”深度融合的一个缩影。近年来,龙虎山景区积极探索“旅游+文化”“旅游+体育”“旅游+节庆”等新业态,举办了一大批有特色、有活力、有影响力的“龙虎天下绝”主题系列活动,将龙虎山花朝节、龙虎山马拉松比赛、太极拳邀请赛、青萍剑邀请赛等打造成富有特色的一流品牌,吸引了海内外各界人士踊跃参与。

不断上新的旅游活动,不仅让景区持续保持吸引力,还使“流量”变为“留量”。龙虎山景区主要负责人表示:“我们通过游客旅游行为、出行方式、消费习惯进行广泛收集与综合分析,并在产品和服务上及时进行相应调整、优化,不断推动景区旅游实现高质量发展,全面做实唱响‘龙虎天下绝’品牌。”

据统计,在5月19日龙虎山景区首次举办的35公里越野赛中,有近1600名选手参赛。赛事期间,景区宾馆酒店民宿爆满,直接转化游客近1.2万人,带动餐饮住宿等消费近千万元。连续四届的“龙虎天下绝”马拉松赛事活动,吸引近3万人跑进景区,成为业内知名户外运动赛事品牌。

去年国庆期间,紧跟网剧《异人之下》播出的热度,作为重要取景地之一的龙虎山景区推出“异人之下”系列活动,吸引了众多影迷前来“动漫第一山”打卡同款名场面。穿梭在景区的异人大巴,分布在各个景点的角色扮演者,对词、对歌、对弈等精心设计的互动游戏等,为游客提供了沉浸在动漫世界的新体验。

积极策划能“火爆出圈”的旅游营销,龙虎山景区在利用抖音、快手、微信、小红书等新媒体平台进行产品宣传推广的同时,还加强与各OTA平台的合作,通过策划优质、传播性高的品牌内容和道系青年的主题推广等线上活动,向游客广泛、精准推送消息。在跨界联动整合上,景区与动漫《一人之下》《师兄啊师兄2》、网剧《异人之下》超联动,网络曝光量超8亿,成功打造“动漫第一山”年轻化动漫IP,被迈点研究院评为2023年度全国文旅融合示范项目。龙虎山景区统筹营销和服务的关系,做旺市场热度,提升品牌影响力,切实擦亮“龙虎天下绝”金字招牌。在龙虎山全程拍摄录制的央视栏目《非遗里的中国》于中秋档播出,30余项奇绝精妙的非遗项目汇聚龙虎山,在山水画卷中开启了一场精彩纷呈的文化之旅。“龙虎天下绝—丹霞寻梦”网络主题宣传活动的全网传播量超1.2亿,引发了社会各界的广泛关注。前往上海、大连、南京、呼和浩特等地多次开展文旅推介活动,迎来马来西亚首航专列团150名游客……通过活动营销、品牌营销、跨界联动、流量转化等,龙虎山景区不断为客源市场造势引流。



水上表演

全国大学生舞狮大赛暨龙虎山世界舞狮锦标赛现场

强要素 不断满足新需求

投资51亿元的鹤鸣溪度假小镇落地;互动广场、环湖七舍民宿、长里里商业街、抱朴楼、萤火森林公园等相继建成;大上清宫遗址展览馆、龙虎山道学院等道文化项目落地;隐庐、源境、七舍等特色民宿开业运营;主景区、上清古镇、仙人城、圣井山等景区景点旅游品质持续提升……龙虎山景区以多元化的文旅消费场景,不断满足八方游客的新需求。

统筹政府与企业的关系,强化顶层设计,坚持全山一体,凝聚唱响“龙虎天下绝”品牌强大合力。坚持“生态优先、绿色发展”理念,龙虎山景区立足实际,不搞大拆大建,围绕旧业态改造升级、新业态培育壮大、产业链条延伸做强上谋划项目,布局高端业态,丰富产品供给,推进更多高品质项目落地,推动文化旅游和康养多业态集群式发展。

沿着石径小道走进龙虎山景区源境民宿,只见青砖马头墙的赣派建筑与周边茂林融为一体,微风轻拂、鸟语花香,犹如世外桃源。“与传统酒店相比,我们不仅营造了更具特色的居住环境,还结合地域文化推出了道养、疗休养、亲子研学体验等产品,受到了游客的欢迎。”民宿主吴亮表示。

如今,龙虎山景区周边各类民宿如雨后春笋般涌现,隐庐、栖山居、云上清旅居营地、道心溪谷等精品民宿每到节假日一房难求。“越来越多的游客选择‘自驾+民宿’的休闲度假方式,我们打造的民宿产业集群,把一日游变成两日



2024龙虎山第二届越野登山大赛举行

游甚至多日游,不仅可以丰富游客体验,还有有效拉动当地消费。”鹰潭市文旅投集团相关负责人表示。

统筹民生和发展的关系,推动旅游富民。坚持旅游为民、旅游富民的目标定位,充分发挥为民、富民、乐民、乐民的作用,大力扶持与民宿经济发展相关联的重点产业和延伸产业,积极引导餐饮、娱乐、体育等产业向民宿发展重点区域集聚,让旅游业更好地服务美好生活。目前,龙虎山景区已有300余家民宿,每年接待游客超100万人次,带动民宿业及相关产业增收超5000万元。

同时,龙虎山景区围绕“吃住行游购娱”六要素,完善全链服务产品,合理布局高端特色餐饮、娱乐项目、休闲场所、精品线路等要素体验产品,以更好地满足游客

需求。特别是龙虎山统筹保护和传承的关系,深挖文化资源,推动文旅融合,不断深耕“龙虎天下绝”文化内涵。坚持以文塑旅、以旅彰文,深入推进文化和旅游融合发展,通过挖掘、提炼、恢复、展示道文化历史印记,推动道文化显性化、大众化、体验化,研发了道养、道膳、道医等衍生产品,推出“上清故事”文创礼盒及影视剧、小说、游戏等周边产品。

今年暑期,龙虎山景区在上清古镇推出特色养生系列活动。其中“养生道医潮集”推出中药饮品、养生小食、草本茶包、酸梅汤等特色产品;“脆皮回血工坊”提供非遗香囊、艾草养生捶、植物芳香精油、古法制香、养生花草茶等供游客体验;“东方养生互动打卡”区域则设置了八段锦等运动项目,为游客献上一场能吃、能喝、能玩、能学的“养生盛宴”。

优服务 不断提升新体验

景区着力营造“以游客为中心”的服务氛围,一方面,持续提升旅游服务质量,不断提升员工服务意识和水平,推进景区旅游服务规范化、标准化、精细化。另一方面,持续整治旅游秩序,通过整合设立全域旅游投诉咨询服务中心,完善意见收集、游客回访机制,营造优质的旅游环境。

龙虎山景区、鹰潭市文旅投集团积极打造特色“龙虎先锋”“文旅先锋”党建品牌,推出“党建地图”,着力构建“15分钟游客服务圈”,由“身边党员”为游客第一时间提供便捷化、个性化的服务,帮助游客解决实际问题。节假日,景区、集团专门设置党员示范岗、咨询服务台和志愿者服务岗,为游客提供贴心服务。

同时,为深入贯彻人才发展体制机制改革要求,为全面深化旅游发展提供坚实人才支撑,鹰潭市文旅投集团不断探索更加积极、更加开放、更加有效的人才政策。强化人员专业化水平,集团每月邀请专家学者或行业精英前来授课培训,举办了道文化、唱山歌、金牌讲解等服务技能提升培训班,参训学员达1800余人次,形成浓厚的旅游服务“比、学、赶、超”氛围。

以防范化解旅游服务矛盾为切入点,景区创新“三个一”旅游服务解纷工作法,通过搭建一个平台、组建一支队伍、制定一套机制,全面防范排查化解旅游服务矛盾纠纷,让游客在龙虎山旅游更放心。



2024龙虎山第五届半程马拉松大赛



2024环鄱阳湖国际自行车大赛龙虎山站上演激情追逐好戏



来自湖北的全秋千人团抵达龙虎山景区

(本版文图由鹰潭市龙虎山景区管委会、鹰潭市文旅投集团提供)