

「醉美是家乡」——巴南区镇街文旅推介活动落幕

晒出颜值和品质 唱响诗和远方



二圣云林乡 摄/刘纪瀛

“望得见山、看得到水、记得住乡愁……”7月26日,随着最后一个镇街龙洲湾街道的点赞渠道关闭,历时2个多月的“醉美是家乡”——巴南区镇街文旅推介活动画上了圆满的句号。2个多月的时间里,巴南区22个镇街书记、主任(镇长)化身志愿者,使出浑身解数,将本地的特色文化旅游产品以文、图、影、音等形式在全媒体推广,不仅晒出了颜值和品质,更晒出了创新和

发展,把巴南旖旎的风光、美味的特产以及深厚的文化底蕴留在了广大市民的心中,复苏了疫情影响下的巴南文旅产业。

据统计,自巴南区镇街文旅推介活动开展以来,吸引了众多游客前来各个网红打卡游玩,“书记导风景”“精彩一分钟”“群众讲故事”“镇长带你购”以及“老外游乡村”5个板块被中央广播电视总台、人民网、新华网、国际在线、凤凰网、新浪网、腾

讯网、重庆电视台、重庆日报、上游新闻、华龙网等中央、市级媒体广泛宣传报道,共刊播稿件、视频1500余条次,累计点赞量超过2000万人次;“看巴南”客户端等宣传平台推出1000万+稿件2篇、100万+稿件10篇;在36场“镇长带你购”“助农志愿购”直播带货志愿服务活动中,共吸引342.78万人次观看,收获点赞量41.95万人次,实现销售额2691.61万元。



丰盛彩色森林

八仙过海 各显神通 晒出巴南好山水

形式,既有传统形态的深度报道,也有易于网络传播的直播、视频产品,策划制作可谓颇具匠心。

“没有想到巴南这么美,以后我会经常带朋友来游玩。”自从关注了巴南区的镇街文旅推介活动,家住江北的饶玉凤便成了巴南的“粉丝”,视频里出现的一个个景点排上了她近期打卡的行程单。

作为巴渝文化的发源地,巴南区有着深厚的文化积淀、丰厚的文化底蕴、多彩的文化资源,拥有众多宝贵历史文化遗迹,可供挖掘、提炼和表达的文化旅游符

号十分丰富。然而,“酒好也怕巷子深”。镇街书记亲自上阵推销,其宣传效应不言而喻。为了搞好镇街文旅推介,巴南区22个镇街“一把手”们可谓使出了浑身解数,全力把所在地最美的一面推广出去。活动中,每一位镇街“一把手”都对镇街文旅推介高度重视,秉持用心用力用情的精神,深度挖掘文旅资源,精心制作文图、视频等媒体产品,亲力亲为,宣传推广了一大批养在深闺的巴南文旅资源,摸清了巴南富集的文旅发展底数,制作出了一大批文旅行业的宣传精品。

内外兼修 动力无限 晒出文化自信

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。文化使旅游的品质得到提升,旅游使文化得以广泛传播。

短短两个多月的镇街文旅推介,晒出了巴南区3000年悠久历史,“春赏花、夏纳凉、秋摘果、冬泡泉”的巴南旅游特色深入人心,也充分展现了巴南区依山、傍泉、临湖、环岛、靠林、沿江等文旅资源,进一步做靓了“乐享四季·生态巴南”文旅品牌。活动中,各镇街(主任)精心挑选木洞河街、丰盛古镇、南彭多彩植物园、东温泉风景区、南温泉风景区等景区景点,通过直播方式带领观众云游,积极推介当地特色产品,助推文旅产业复苏的同时,更是彰显巴南的文化自信。

文化有自信,发展有动力。借助本次文旅推介活动,一时间,东温泉、南温泉、丰盛古镇、木洞河街、海洋公园、南彭多彩植物园等景区景点成为人们心心念念想要打卡的胜地。据统计,活动开展以来,木洞河街吸引游客31万人次,旅游总收入达4100余万元;石龙镇举办“绣球花节”,吸引游客1万余人,带动旅游收入300万元;丰盛彩色森林观赏孔雀、双河口羊鹿山喂梅花鹿、二圣白象山采茶制茶、圣灯山熊猫宝贝亲子乐园拓展等亲子活动备受欢迎,吸引了10万余人参与。仅端午节期间,在限流(室外景区为最大承载量的50%、室内景区为最大承载量的30%)的情况下,端午节3天全区共接待游客47.91万人次,实现旅游收入1.78亿元。

巴南区镇街文旅推介不仅晒出了文化旅游景点,也晒出了发展的精气神,激发了全区干部群众为家乡建设而努力奋斗的热情。龙洲湾街道相关负责人表示,接下来,街道将借助镇街文旅推介活动的持续影响力,吸引更多的大商好商落户街道,为街道的发展增添动力。

对于巴南而言,晒出来只是第一步,要坚定信心,保持定力,用心、用情、用力去保护,包装这些人文和风景,更好地将这些资源转化成为满足人们对美好生活的向往,实现经济增长群众增收的依托。

“文旅推介活动激发了群众对家乡的爱,促进了文旅产业发展,扩大了巴南对外知名度美誉度。”据巴南区文化旅游委介绍,未来,巴南区将继续发挥“旅游+”功能,以一、二、三产业融合发展为主线,大力引进龙头文化旅游项目,推进文旅融合、农旅融合、商旅融合、体旅融合、教旅融合,做好巴南的赏花游、古镇游、温泉游、康养游、城市休闲游、避暑游、漂流游、低空飞行游、亲子游、研学游等产品,让巴南的文化旅游遍地开花。

罗莎 王彩艳

图片除署名外由巴南区委宣传部提供

“书记导风景”“精彩一分钟”“群众讲故事”“镇长带你购”……5月7日,巴南区鱼洞街道率先拉开了巴南区镇街文旅推介活动的序幕。以“一座长江边的滨江小城”为主题,向广大市民介绍了云篆山寺、养峰主题公园、华熙LIVE、鱼洞乱针绣、红柠檬、鱼洞香桃等一系列文化历史风景区和特色美食,一时间,让大家感受到了这座“香甜可口”的历史古韵小城的魅力。

紧接着,木洞镇以“一座诗情画意的千年古镇”为主线,用一条河街唤起了乡愁与期待。从唐宋的水国舟市到元明的渝州水驿,从三国刘备入蜀的长石梁到明清以来的木洞古镇,短短5分钟的风景区视频中,充分展示了丁雪松故居、木洞公寓、范绍增公馆、五层坎、杨沧白故居等历史人文景点,让屏幕前的观众“身未动,心已远”。

通过巴南区镇街文旅推介活动,圣灯山佛影峡漂流、南彭多彩植物园、二圣云林乡、东温泉热洞等一个个风景秀美之地、一段段耐人寻味的历史、一张张饱含深情的照片,将巴南的好山好水呈现在了大家的眼前,体现了人与自然相生相伴的情怀和梦想。

在巴南区镇街文旅推介开展的2个多月时间里,22个镇街共推出“书记导风景”22次,合计视频时长110分钟,推出“群众讲故事”巴南日报通版22个,推出“精彩一分钟”22次,推出“镇长带你购”“助农志愿购”等直播志愿服务活动36期。这种传播

细细品味 回味无穷 晒出文旅产业新动能

活之美。更值得一提的是,在李家沱的主任带购志愿服务活动中,带出了西流沱小镇的本土美食、家具、汽车两大特色产业之美,直播后3天销售带货品牌家具、品牌汽车、美食共计1711.88万元,带动李家沱文旅综合收入共计3322.8万元。

尽管“醉美是家乡”巴南区镇街文旅推介活动推介的是镇街,却起到了“推介镇街、宣传媒体、刻画巴南”一箭三雕作用。在推介日当天,“看巴南”客户端等宣传平台专门为各个镇街采访并发布了一篇图文、小视频以及H5相结合的精美文章,且每篇文章的阅读量均在10万次以上,其中,1000万+稿件2篇、100万+稿件10篇、10万+稿件10篇,增加了用户、网友对镇街的识别度和对“看巴南”客户端

的粘性。与此同时,活动也让广大市民、网友、观众和读者更加具体地了解了巴南各镇街的文旅特色、亮点,从微观层面刻画了巴南对外形象特别是文化旅游形象,为巴南文化旅游产业健康可持续发展提供了有力支撑。

通过镇街文旅推介,进一步挖掘整理了巴南区优秀文化旅游资源,生动展现了巴南最具特色的优秀历史文化、风土人情、自然风景。活动期间,中央广播电视总台、人民网、新华网、国际在线、凤凰网、新浪网、腾讯网、重庆电视台、重庆日报、上游新闻、华龙网等中央、市级媒体广泛宣传报道,为“醉美是家乡”活动带节奏、升热度,共刊播稿件、视频1500余条次,获得众多网友留言点赞,累计点赞量超过2000万人次。

“巴南是个好地方!”体验了巴南的乡村旅游之后,来自埃塞俄比亚的安特能·塔瑞库兴致勃勃地说,在重庆有这么美丽的地方,他以后还会给更多的朋友推荐巴南,让大家来体验巴南的魅力。

重庆交通大学经济管理学院教授七堪雄表示,“文旅推介活动”这样一场凝心聚力聚财的“赞役”,既是立竿见影的文旅推广,能直接给景区景点文化产品带来消费者,又融合了生态绿色可持续发展的新要求,为地区追求高质量、高品质的发展目标增添新动能。

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。文化使旅游的品质得到提升,旅游使文化得以广泛传播。推动文化和旅游融合发展,是以习近平同志为核心的党中央作出的重要决策部署。巴南,以一场全域全民全程参与的文旅推介活动,让人们看到了颇具本土特色的“诗和远方”。



李家沱西流沱小镇



鱼洞华熙LIVE



木洞河街格桑花海 摄/冯亚宏