

让文化“活起来” 让旅游“火起来”

铜梁 借力“双晒”新突破 推动文旅新发展

原乡风情，大美铜梁。

10月5日，全市区县“晒旅游精品·晒文创产品”大型文旅推介活动铜梁篇正式开启。在铜梁区区长姜国杰介绍下，历史文化之旅、田园都市之旅、生态休闲之旅3条旅游精品线路整体呈现，望山见水觅乡愁的安居古城、尽享田园休闲的西郊花语悠游谷、群峰峻秀的巴岳山、爱意浓浓的黄桷门、秀美辽阔的玄天秀水生态画廊……一一揭开面纱，走到了广大观众和网友的面前。

铜梁端出的这道旅游大餐、文创盛宴陶醉了观众，也激发了广大市民爱家乡、赞家乡、建家乡的热情。

如何借着“双晒”东风，让铜梁文创产品活起来，让铜梁文化旅游品牌火起来？铜梁区正持续巩固“双晒”成果，深化“双晒”影响，扎实做好“双晒”后半篇文章，不断打造更具魅力的原乡风情，确保“双晒”活动晒出的新魅力、新理念、新思路得到有力延续，推动文旅融合高质量发展。



原乡中央公园 摄/郭洪

晒出原乡风情新魅力 借力重组资源优势 提升产业拉动力

“双晒”期间，区长晒精品8分钟视频、文旅精品90秒、云上文旅馆、文旅精品荟、《重庆日报》通版5件作品相继在市级各主流媒体精彩亮相，从“历史文化”“田园都市”“生态休闲”等方面，展示了铜梁特色文化内涵与旅游灵魂，层层揭开了“原乡风情·大美铜梁”的神秘面纱。

这是铜梁全力打造旅游业发展升级版的一次生动实践。从最新数据来看，自今年10月“双晒”启动以来，截至11月全区已接待游客915.8万人次、恢复到去年同期的95.1%，旅游综合收入40.2亿元、恢复到去年同期的

96.5%。其中，在铜梁“双晒”专场期间的“十一”黄金周，来铜梁旅游更是引发了新一轮高潮，7天假期中全区共接待游客57.8万人次、同比增长16%，实现旅游收入3.369亿元、同比增长16.4%。

“通过这一次‘双晒’，铜梁对全区文化和风景资源进行一次盘点、提炼和推送，正让散落的资源重组再生，让产业发展的空间再次扩宽带来经济助力。”据铜梁区文旅委相关负责人介绍，接下来该区将立足“原乡、生态、文化”优势，持续对文旅资源进行整合优化，让原乡风情魅力转变为拉力。

其中在开发推介精品旅游线路方面，该区将进一步深入挖掘文化旅游资源，持续优化“历史文化之旅”“田园都市之旅”“生态休闲之旅”3条精品旅游线路，充分展示原乡风情、人文底蕴、文创特产；在创新研发特色文创产品方面，该区将与华龙网、重庆日报报业集团等专业团队合作，加大铜梁文创产品开发力度，着力做好铜梁旅游商品、文创产品的品牌营销、品质提升、品牌保护工作。

“今年将力争全区接待游客超1000万人次，旅游综合收入达50亿元。”铜梁区文旅委相关负责人表示。



玄天秀水 摄/唐彬

围绕“周末到铜梁”旅游宣传品牌，铜梁拟在明年元旦、春节举行一系列文旅营销活动。

“原乡味道”餐饮评选系列活动。于11月下旬至明年春节期间，组织区内餐饮企业参与评选“原乡名小吃”“原乡名菜”“十大特色江湖菜”“原乡名火锅”等系列评选活动，并在西郊原乡会客厅组织品鉴、展示、体验、授牌。

商圈购物节。于11月20日至12月20日，组织龙城天街商圈企业在龙城天街商圈开展商圈购物节活动，推进龙城天街商圈持续升温。

“龙乡大舞台”文化下基层。于近期到年底，推进“龙乡大舞台”文化下基层文化惠民工程，在28个镇街开展至少两场以上文娱表演活动。

安居古城系列游乐体验活动。于近期在三宫增加文化互动体验表演剧目，策划“龙的传人”“安居十二时辰”等沉浸式体验产品。

龙城天街街区打造及系列营销活动。东步行街打造为爱情主题街区；西步行街打造为文创类特色市集；北步行街打造为复古街区；南广场完善市政功能，设置厕所、小吃售卖点等；中心广场统一规划打造主题场馆。组织开展城市街舞大赛、龙城萌宠大赛、三人篮球大赛、龙城新歌声等常态化比赛。



玫瑰岛 摄/郭洪

晒出品牌打造新理念 系列节会活动不断 接续打响影响力

截至10月11日，“双晒”累计推出宣传报道500余条，阅读量超1000万人次，云上文旅馆平台点赞关注人数超10万人次，重庆日报推出铜梁通版1+4个版面受众人数超500万人次……颜值和气质并存的铜梁文旅资源，不断吸引着来自国内外的关注、点赞。

通过“双晒”助力，“原乡风情·大美铜梁”的旅游品牌走进了更多人的视野。如何持续保持“双晒”热度，让品牌持续擦亮？铜梁的做法是出实招、求实效，创新组织推广。

据铜梁区文旅委相关负责人介绍，为助力该区旅游品牌上新台阶，自

铜梁“双晒”专场结束以来，该区还高水平举办了2020年全国中国画名家“少云故里”写生活动，积极参加了第五届重庆文化旅游惠民消费季、2020年重庆国际文化旅游产业博览会、第十届中国西部动漫文化节（暨观山水、品文旅）等重要节会活动，持续引爆文旅热度。创新打响“周末到铜梁”旅游宣传品牌，开通西郊花语悠游谷直通车，推出铜梁二日游精品线路，持续提升旅游新体验……

一场场视觉盛宴引人入胜，一次次文化洗礼让人向往。如今，系列节会活动不但点燃了铜梁“双晒”后半程

文旅火热激情，更让晒出的成果普及万家百姓。

据铜梁区文旅委相关负责人介绍，通过“双晒”影响、系列活动拉动，该区西郊花语悠游谷之西来村会客厅、河东村会客厅、玉皇村会客厅、玫瑰岛等多个景点已成网络媒体上的“热搜”网红景点，游客络绎不绝，均出现人流量大幅增长，每天预约人数爆满；西郊雅舍、荷和原乡、原乡藕寓等民宿周末入住率均接近100%……截至目前，吸引了100余万人次来铜梁“打卡”，拉动消费超5亿元，辐射该区20万余人实现致富增收。

晒出文旅发展新思路 立足新定位打好牌 提升全面吸引力

“双晒”活动尽展铜梁自然风景、乡土风情、历史文化、特色风物以及城市风貌。如何进一步让这山水之城、美丽之地焕发新的旅游生机？

“接下来，铜梁将聚焦建设成渝地区双城经济圈国际大都市后花园定位，坚持新发展理念，坚持系统思维，精心打好龙文化、乡愁、生态、红色四张牌，着力提升一批具有国际水准的精品景区和旅游线路，加快文旅体高质量融合发展，全面唱响‘原乡风情·大美铜梁’，提升铜梁文旅体的美誉度和吸引力。”铜梁用实际行动给出答案。

该区紧扣“双晒”第二季契机，不

断推进文化旅游资源深度融合，已获得2020年成渝地区双城经济圈文旅融合榜样区县荣誉，今年更被中国民间文艺家协会正式命名为“中国龙灯龙舞文化之乡”。这是铜梁继“中国龙灯舞之乡”“中国民间文化艺术（龙灯）之乡”后，荣获的又一项金字招牌。

据铜梁区文旅委相关负责人介绍，接下来该区将在建设文旅体大项目、发展文旅体大产业、培育文旅体大市场等方面持续加码。其中，围绕“乡村旅游”，该区将精准布局西郊花语悠游谷“吃、住、行、游、购、娱”等产业，完善产业布局；推进北部旅游型小城镇建设，打造文化旅

游、康养休闲、度假旅居、红色文化为特色的小城镇集群；围绕“古城游”，更加注重保护生态、丰富业态、呵护生态，加快推进情景水街等一批重点项目，大力发展夜游经济，努力创建国家5A级景区；围绕“周末游”，通过品牌营销，加强硬媒软媒宣传，打造诗游原乡、悠游铜梁，全面打响“周末去铜梁”品牌，让铜梁成为都市人快旅慢游、周末度假目的地。同时，加强与毗邻区县合作，共建巴蜀文化游长廊。

赵童 刘玉珮 龙搏
图片除署名外由铜梁区文化旅游委提供



西郊花语悠游谷



龙城天街 摄/郭洪



西郊花语悠游谷