

# 南川

## 加快建设山清水秀旅游名城



金佛山桌山 摄凌云青

重庆城里金佛山，金佛山下南川城；南川城中有东街，东街城外是原乡。  
2021年南川旅游交出漂亮成绩单，全区接待游客3103万人次，旅游综合收入170亿元，较2020年分别增长50%、99%，较2019年分别增长23.9%、62.7%。南川旅游为何发展如此迅速？  
答案在南川“三优”禀赋里，这里区位优势优越、生态环境优良、文旅资源优厚；  
答案在南川的保护、打造里，这里是“中国十佳魅力城市”“中国气候宜居城市”；  
答案在南川旅游发展中克服困难、打通痛点堵点、积极创新的改革里。

### 体制改革 提升金佛山含金量

金佛山，主城都市区唯一的世界自然遗产，云蒸霞蔚、日出佛光、玉树琼枝等自然气象奇观神秘而多彩，吸引人们纷至沓来，乐游其中。

刚刚过去的元旦节，金佛山冰雪旅游人气爆棚，每天上午不到11点，景区接待量就达到游客最大承载量，滑雪赏雪已成为金佛山最具影响力、竞争力的旅游产品。冰雪游的火热，不仅是借了冬奥会的东风，背后更是南川对提升金佛山“含金量”的执着，是对金佛山敢为人先的体制改革。

2020年以来，南川实现了区惠农文

旅集团整体收购金佛山北坡景区、控股金佛山西坡景区，彻底理顺金佛山景区经营管理体制，打通了长期制约金佛山旅游开发的痛点堵点，彻底解决“一山二主、各自为政”、企业投入乏力、政企合力不足等问题。

金佛山管委会副主任王兵介绍，南川高起点编制《金佛山旅游总体规划》，并按照规划，对已不适宜景区发展现状的旅游产品进行了提档升级，实施金佛山景区统一规划、统一建设、统一管理、统一运营、统一营销。

以提升冰雪旅游品质为例。南川

新增设了制雪设备，延长滑雪期近5个月，新增一条初级赛道、一条中级赛道，还开设了咖啡吧、热饮吧。2020年冰雪季，金佛山旅游综合收入、旅游人次分别是2019年同期的4.1倍、2.8倍；2021年冰雪季景区经营收入占全年收入的35%，同时带动全区住宿、餐饮业快速发展。该项目成为南川打造“南国雪原”名片、重塑金佛山旅游发展新形象的一个缩影。

在提档升级中，北坡索道升级为双线编组式吊厢索道，古佛洞、拜佛台、金佛山假日酒店改造提升等项目加速推

进，景区形象由外到内刷新变靓。北坡快速公路等旅游通道项目提速建设，旅游交通体系不断完善，“1小时从主城上金佛山”步伐加快。

今年元旦假期，南川金佛山接待游客7.03万人次。天星两江假日酒店副总经理杨珊说：“去年国庆、今年元旦，我们酒店164个房间全部满员，房间更是在节前10天就全部预定完，这是这么多年来第一次。金佛山体制改革后极大地方便了游客，也有了更好的建设、宣传，对景区发展有着重要意义。”

### 供给侧结构性改革 提升旅游体验感

2018年5月，围绕“研究金佛山的含金量，城区与景区要一体化规划，推动城区与景区互动、景区与农民得益”的要求，南川迅速作出回应，提出推动景城一体化发展。这不仅突破了南川游客不过夜、旅游资源不平衡等发展瓶颈，也顺应了文旅消费提质转型升级新趋势，深化了南川文旅领域供给侧结构性改革。

改革带来新气象，行至南川，处处皆有要事；目之所及，处处皆为美景。以2021年的国庆长假为例。金佛山景区，游客尽情享受温泉的洗礼，参加活字印刷、国潮面具绘制、令牌投壶、金元宝套圈等互动游戏，乐在其中。南川东街，金秋晚会、年代走秀、窗户音乐节举

行，火车头处、文创菜市场的泡泡秀平添乐趣，让游客仿佛置身上世纪80年代的热闹之中。金佛山万卷书台，游客在星空下露营，听着溪流潺潺、虫鸣鸟叫，在夜色下共聚天伦。大观原点，游客们在乡颂风物集尽情选购琳琅满目的商品，买到的是乡愁，也是天然……南川已经从过去“一日游”变成了“深度游”。

这不仅仅是因为丰富的旅游产品和活动，更是因为南川为了留住客人，做了一系列改变。

城区难留客？南川就将老东街改造成了以平凡人的生活样板为蓝本的青年文化记忆小镇，一举填补了南川城区特色文旅项目缺乏的短板。开街至今，已

实现各类综合收入近10亿元。

大观园旅游项目多、分布比较散，景区景点各自为政，留不住客？为了方便游客、提升游客体验，南川打造了集游客集散、特色餐饮、休闲购物、民宿体验、沉浸式游戏等功能于一体的乡村旅游综合体——大观原点。

万卷书台山美水美，这里却不是景区，留不住客？南川综合沿线景区布局、周边发展，全新的金佛山万卷书台应运而生，鲜花盛开。

“游客要什么，我们就提供什么。2018年以来，南川大力实施旅游供给侧结构性改革，打造旅游升级版，从理念、产品、业态、服务、品牌上推进旅游业转型升

级、提质增效，推动旅游业高质量发展。”南川区文化旅游委主任曾祥友说，同时，南川也按照“要着力推动文旅融合发展，把自然资源和文化资源保护利用好，大力发展特色文旅产品，推动观光旅游向康养旅游、体验旅游、深度旅游拓展，不断延伸产业链，提升价值链，切实把生态人文优势转化为发展优势”精准发力。

绿水青山真正成了金山银山。2021年，八大康养度假综合体加快建设，22个重点文旅项目完成投资56.4亿元，康养物业销售收入实现16亿元，发展康养型乡村酒店、旅游民宿、星级农家乐110余家，文旅带动2.7万人致富。

### 营销改革 提升「金佛山·福南川」影响力

去年，知名文旅企业浙江蓝城集团在南川大有、城区、大观园分别布局了康旅项目，总投资60亿元。看似是企业投资行为，却能在该企业布局点位读出“金佛山·福南川”景城乡一体化发展宣传营销的深入人心。

过去，南川拍摄宣传片在电视台投放，花大力气说自己好，却不能让人直观地感受。要如何“春风化雨”地让人知道南川、了解南川、走进南川？南川开始了自己的营销改革。

大平台展示，让大家看到“活”起来的南川。2018年，南川带着自己独有的魅力登上央视参演《魅力中国城》第二季，南川区主要领导率领“出征队伍”，充分展现“金佛山·福南川”的大美形象，让“天下第一桌山”“中华药库”“南国雪原”等名片深入人心，荣膺“2018《魅力中国城》十佳魅力城市”。

借助全市两次“双晒”大型文旅推介活动和融媒体平台的创新宣传推广，“金佛山·福南川”获评“2019中国大三峡文化旅游最具吸引力城市形象宣传口号”，走进澳大利亚、新西兰、粤港澳大湾区营销推广，与奥地利、新加坡、马来西亚等国开展国际项目合作，吸引更多国内外游客纷至沓来。

加强对外交流，是南川提升宣传力的又一举措。去年，2021国际山地旅游日世界遗产名山（金佛山）峰会在南川举行，来自全球16个国家和地区的中外嘉宾约300人线上线下参加盛会，50余家新闻媒体向世界推介不一样的金佛山、不一样的新南川。南川还与上海复星旅文、驴妈妈、印尼林贾尼一龙目岛等签订合作协议，成果丰硕。据统计，南川区累计举办大型文旅推介活动和国际性赛事论坛等50余次，对外知名度、影响力不断扩大。

面对疫情的影响，南川全方位调整工作思路和方法——加大了网上宣传推广力度，坚持文旅活动以直播+短视频为切入口，结合VR、景区直播等新技术、新手段、新平台，得到广大网友的热捧。将宣传从单一平台到全平台宣传转变，从线下到线上联动宣传转变，从“单向灌输”到“双向互动、全民参与”转变。各级各类媒体报道南川文旅资讯6000余条，新媒体宣传网友点击量超过3亿余次。

下一步，南川还将进一步建立完善全媒体文旅传播体系，让每一个市民成为南川文旅向导，打造文旅全域营销时代，持续提升“金佛山·福南川”品牌影响力。

王静 刘廷



东街夜色 摄/甘莫文

大观原点夜景 摄/汪新