

## 牢记殷殷嘱托 谱写巴渝新篇·万盛特刊

## 万盛 文体旅深度融合 引领旅游“第三次创业”



奥陶纪主题公园的云端廊桥，吸引了众多游客体验 摄/曹永龙

## 走实“融合路”

以体促旅、以文塑旅，构建文体旅深度融合大格局

创吉尼斯世界纪录的全球最长悬挑玻璃走廊；常常上各大热搜的“步步惊心”；悬崖秋千从最初的4米，一路攀升到现在最高的21米，从人工升级为电动……

万盛奥陶纪景区的刺激，在移动短视频时代被迅速放大，吸引全国各地游客来此打卡。而正是极限运动与旅游的化学反应，让奥陶纪成为火爆全国的极限运动主题乐园。

体旅融合，奥陶纪景区并非个例。

如今，走进万盛的诸多景区景点，皆能发现体育运动元素的踪迹：纵横蜿蜒的健身步道、黑山谷的国际青年户外运动中心、石林的全国科技体育（定向运动）训练活动基地、板辽金沙滩的水上运动中心、丛林蘑菇总动员的亲子户外运动基地、凉风·梦乡渔村的国际垂钓中心等，涵盖水上运动、户外运动、攀岩、露营、轮滑、定向、冰雪等众多项目。

去年，万盛成功摘得全市唯一一个首批国家体育旅游示范基地的“金字招牌”。如今，体旅融合已然成为万盛旅游的最大特色。这一点，从“全域旅游·活力万盛”这张城市名片中也可可见一斑。

未来，随着万盛旅游“第三次创业”的深入实施，黑山·万盛之眼、石林三星主题基地、国家冰轮亚高原竞速基地等一大批全新的体旅融合综合体项目将加速落地，以万盛山地奥林匹克公园、清溪河滨公园、二郎山公园、马鞍山公园等为重点的“4+4生态公园运动体系”也将加快形成。

另外，如何通过文化赋能，提升旅游“含金量”，推动文体旅深度融合，将成为万盛旅游“第三次创业”的一大重任。

为此，万盛将依托“三线建设”等历史文化资源，新建重庆煤矿文化产业园、抗战军工博览园、火电博览园、五零八库军旅文创基地；以平山产业园区、国家5G天馈线实验室等为载体，探索打造工业旅游线路，依托万盛老街打造中国孝文化街等。

此外，万盛还将围绕地质、农业、非物质文化遗产、工业、体育等主题，探索布局体系健全、类型多样、优势互补的研学旅行基地，大力发展研学旅游。

## 打好“全域牌”

持续提升“处处皆风景、时时有体验”的全域旅游品质

穿越深谷石林，探索大自然的鬼斧神工；带上家人、小孩，纵情于青山湖畔、蘑菇园里、金沙滩上；约上三五好友，直奔田螺、蹄花、烤鱼等特色美食，开启一场饕餮之旅……

在万盛，游客总能找到一款适合自己的度假方式。每到节假日，万盛的城市里、乡野间、湖泊边，外地牌照的车辆随处可见。去年，万盛共接待游客2650万人次，其中自驾、自由行游客占到绝大多数。

而这正得益于万盛全域旅游的加速发展。

## 核心提示

1992年石林景区开园、2002年黑山谷景区开园，标志着万盛旅游实现“从无到有”的首次创业。

2009年，万盛明确提出把旅游产业培育成资源枯竭城市转型的重要替代产业，正式拉开万盛旅游“二次创业”序幕。自此，万盛旅游开始从单一观光游向多元化休闲度假游转变，并荣获中国优秀旅游城市、国家全域旅游示范区、全国休闲农业与乡村旅游示范区等诸多荣誉。

如今，站上新起点、面对新机遇，万盛旅游正式踏上“第三次创业”的新征程——

更加注重融合发展、安全发展、高质量发展，持续深入推进文体旅融合发展，打响“全域旅游·活力万盛”品牌，全力将万盛打造成为重庆中心城区市民休闲、郊游、健身、度假的首选之地，加快建设全国体育旅游示范区。

力争到2025年，全区旅游综合收入达300亿元，文体旅产业增加值占GDP比重超20%。接待国内外游客达4000万人次，游客人均消费高于1500元。

近年来，万盛依托青山湖国家湿地公园、国内唯一一家以蘑菇为主题的乐园——丛林蘑菇总动员、凉风梦乡村等22个主要景区景点遍布10个镇街的特点，推动景区与周边环境、服务配套等一体化建设，催生出多个文体旅特色村镇，同时推出30多条精品旅游线路产品，加速实现“处处有景、时时可游”，并成功创建“国家全域旅游示范区”。

全域旅游，通达性是基础。近年来，万盛实施了从黑公路、旅游环线公路等旅游交通重点项目30个，把全境景区景点连了起来，并实现旅游景区景点公交全覆盖。下一步，万盛将积极推进万盛城区绕城路、青年一椅子台康养度假基地、万盛至金桥江南机场等旅游公路建设，提升万盛交通体验感、通达度。

同时，完善的要素和服务保障是发展全域旅游的重要支撑。

当前，万盛正在加速构建覆盖全域的四级旅游集散网络，即以城区的全域旅游服务中心为引领，万盛南（青年镇）旅游接待中心、万盛北（丛林

镇）旅游接待中心为支撑，黑山旅游度假区、椅子台、青山湖、南桐镇旅游服务中心为支点，其他景区景点服务区为节点的旅游服务体系；同时，培育一批特色餐馆、特色民宿、特色店铺等，为游客提供全方位、个性化的“吃住行游购娱，商养学闲情奇”供给保障。

此外，业态和内容将直接决定全域旅游的品质和吸引力。

为此，万盛将加速推动旅游产品的提档升级、更新迭代。例如乡村旅游方面，将聚焦实施景区景点依托型、特色产业支撑型、高山避暑纳凉型、科普体验观光型、民族民俗风情型“五型”乡村旅游精品工程；康养旅游方面，将创建八角旅游度假区、新建椅子台康养小镇、南桐温泉旅游名镇等项目。

## 练足“营销功”

唱响“全域旅游·活力万盛”品牌影响力

去年年初，万盛通过创新城市品牌营销“打法”，拍摄《ALL IN ONE万盛》系列微视频，用5部短片在目标客群城市实施为期一个月的“精准立体轰炸”，实现线上、线下全平台共计1.2亿次的曝光播放；

去年下半年，万盛再尝试自制一档文旅微综艺节目《下班了，冲鸭》，通过综艺节目的手法，记录3组平凡人的万盛之旅，从而推介万盛3条经典旅游线路，通过抖音、爱奇艺、哔哩哔哩、腾讯视频等平台实现上亿次的高频传播，获评2021年度中国旅游影响力营销案例……

酒香也怕巷子深。近年来，万盛旅游多次登上各大平台热搜，持续在互联网上的“出圈”，与之在城市品牌营销方面的苦功分不开。唱响“全域旅游·活力万盛”品牌，让万盛旅游从全国知名迈入全球知名序列，也将成为万盛“第三次创业”的重要任务之一。

“品牌营销需要系统发力、久久为功。”万盛经开区相关负责人表示，未来，万盛将重点实施“走出去、引进来、常曝光”三个策略，扩大城市品牌的营销覆盖面、感知度和穿透力，让游客“怦然心动、心生向往”。

“走出去”——万盛一方面将通过深度参与西博会、中国文博会等国际展会平台拓展客源市场，同时更加注重细分客源地的深耕，持续开展“万盛，说到就到”等线上线下主题营销活动；另一方面将加强区域合作，与成都市金牛区、都江堰、遵义市等建立市场共建、客源互送常态机制。

“引进来”——万盛将通过争取举办“黑山谷杯”国际羽毛球挑战赛、2022年“一带一路”重庆国际乒乓球邀请赛、全国U系列羽毛球比赛等品牌赛事活动，同时举办世界苗族踩山会、黑山谷国际光影艺术节等文旅节会活动，定期推出一系列经典线路产品，让更多的人走进万盛、感受万盛、宣传万盛。

“常曝光”——万盛将加强与国内外媒体合作，全面整合区内外自媒体资源，组建宣传矩阵，创新内容生产，实现持续发声，进一步优化口碑营销机制；同时，启动万盛文旅推荐官培育行动，招募培育一批文体旅形象宣传大使，打造行走的文体旅IP。

面对“第三次创业”，万盛信心满满、蹄疾步稳。

王静 刘廷

## 链接

## “春来万盛”精品线路

## 心动山间之旅

黑山谷—万盛石林—林口桃园—渡云栖民宿/星屿星屋星空帐篷民宿—梦幻奥陶纪景区。

## 自然浪漫之旅

尚古村落—青山湖湿地公园—五和梨园—金蝶湖—青山小隐(民宿)。

## 童心野趣之旅

板辽金沙滩—蘑菇总动员—凉风梦乡村—凉风11居(民宿)。

## 万盛文体旅的“智慧成果”

当前，万盛已建成“1+6+12+4”智慧文旅系统，即1个智慧旅游中心数据库，6个智慧管理平台和系统，12个智慧服务平台和应用，4种智慧营销方式。接入全区视频监控画面近4000个，实现对万盛重点公共区域和22个景区多类数据的实时统计分析。

万盛智慧旅游建设成功入选“全国文化和旅游信息化应用案例”。未来，万盛将进一步优化和完善云上文旅智慧服务系统，实现“一部手机游万盛”“一个平台管全域”“一套应用引游客”等功能。

此外，万盛还搭建了万盛智慧体育大数据中心和爱盛行APP智慧体育平台，实现了对全区体育场馆数据进行监控和可视化管理，并融入多种“体育+”应用场景，为群众全民健身提供便捷服务，为全区全民健身工作决策提供数据支撑。



青山湖国家湿地公园，水上步道串联绿青青山 摄/尹南源



丛林蘑菇·蘑菇总动员热闹不已，不少家长带着小朋友畅游“蘑菇王国”，与卡通雕塑拍照留念 摄/曹永龙