



开局之年
见行动

核心提示

最美人间四月天,不负春光与时行。地处成渝地区双城经济圈中轴线关键节点的铜梁,交通便利,自然风光秀美,历史人文厚重,文旅发展正当其时。

4月13日召开的“周末到铜梁”品牌提升新闻发布会提出,铜梁将投资100亿元以上,通过实施龙头项目引领、新兴业态补链、旅游要素强基、赛事节会扩面和营销品牌提升五大行动,积极融入巴蜀文化旅游走廊建设,促进农文体商旅融合发展,打造成渝地区“微度假”旅游目的地,让“周末到铜梁”成为市民旅游休闲的一种选择。

看点

周末铜梁“要事多”
首推三大精品游

非遗民俗游

安居古城县令出巡、川剧坐唱、水云龙等民俗活动将轮番上演;铜梁龙灯彩扎基地,可以感受传统手工技艺的魅力;玄天湖畔的龙文化演艺中心,每周六及节假日晚将上演大型非遗山水实景剧《追梦·铜梁龙》,展示铜梁千年非遗传承。此外,三活春油烧兔、赵木二羊肉、太平刀刀菜、翰林酥等非遗美食也非常值得品尝。

红色经典游

到邱少云烈士纪念馆,深切缅怀革命先烈,传承革命精神,馆内新增4D影院和VR体验区,让英雄事迹展示更加具体、直观和生动;到邱少云故居,寻访英雄足迹,聆听英雄童年故事;到安居古城,参观刘伯承秘密居住地、刘雪庵音乐艺术馆等景点。

古城休闲游

安居古城“九宫十八庙”璀璨夺目,街巷明清建筑鳞次栉比,琼江、崇德书院书香四溢,湖广、福建等地会馆闻名遐迩。城边的安居国家湿地公园,可休闲垂钓、烧烤露营、驾车越野,是休闲度假的胜地。每年端午,这里的涪江还会上演龙舟竞渡的壮观场面。



水墨安居

投资100亿元实施“五大行动”

周末到铜梁 来一场说走就走的“微度假”

龙头项目引领 打造多个旅游目的地

4月15日,刘雪庵音乐艺术馆在铜梁安居古城开馆。

铜梁人刘雪庵是中国近现代著名作曲家、音乐理论家、音乐教育家。新落成的刘雪庵音乐艺术馆占地600平方米,展陈按照《刘雪庵传》记载的人生历程进行布置,4个展区分别以

他的4支名曲《飘零的落花》《长城谣》《追寻》与《何日君再来》命名,串联起他的艺术人生。

刘雪庵音乐艺术馆的开馆,为安居古城创建国家5A级旅游景区再添砝码。后者是铜梁着力打造的龙头文旅项目之一。

铜梁将在安居镇琵琶岛开发沉浸式体验



玫瑰岛

新兴业态补链 旅游业态百花齐放

露营基地。

铜梁对新兴旅游业态的涉猎,并未止步于露营领域。铜梁将建设淮远河音乐艺术小

镇和龙游世界主题乐园;开发水上娱乐项目,拓展户外运动项目;大力开发研学旅游和剧本杀项目。



西郊露营基地

旅游要素强基 助力“吃住行游购娱”

瞄准“吃住行游购娱”旅游全要素,铜梁全力夯实旅游发展基础。

铜梁将在龙城天街商圈打造铜梁记忆民俗美食文化街。在万达广场建设FUN食夜市·星光集市。到2026年,打造4条以上美食街区,促进旅游美食行业品牌化、产业化发展。

鼓励街镇发展精品旅游民宿和非遗主题民宿,积极创建国家等级民宿。到2026年,新发展民宿20家以上,建设民宿集群3个以上,创建国家等级民宿5家以上。

依托璧铜线铜梁站建设铜梁全域旅游集散中心,打造文旅服务综合体。依托成渝中线铜梁站设置旅游咨询服务点,为游客提供休息、餐饮、交通、娱乐、购物等咨询和配套服务。加快建设侣俸镇西岳水龙片区、水口镇大

滩村、安溪镇谭洪村、二坪镇老虎口等乡村旅游点,推进传统农业与现代旅游业融合发展。提档升级奇彩梦园、荷和原乡等旅游景区,丰富餐饮娱乐设施配套。推动铜梁龙景区、家泽田园创建国家3A级旅游景区。

用好“龙乡水土生”区域公共品牌和“铜梁龙”特色品牌,将农特产品、文化创意产品策划包装成旅游商品,举办旅游商品大赛。加快推进铜梁龙IP升级开发工作,开展铜梁文创产品设计大赛,扶持文创企业研发具有本地特色的文创产品,推出一系列旅游商品。

在龙城天街广场搭建公共文化演出舞台,整合区内文艺表演团体,适时邀请区外表演团体,丰富拓展街舞、说唱、脱口秀等新潮表演并常态化开展演出,鼓励社会资本举办活动。

赛事节会扩面
文体商旅融合发展

2月8日,重庆铜梁龙足球俱乐部教练员、球员集中签约仪式在玄天湖体育中心举行,铜梁龙足球俱乐部正式开启2023赛季中乙联赛之旅。铜梁龙足球队的主场就在铜梁龙体育场,铜梁将办好中乙联赛主场赛事,大力发展“球迷经济”。

今年,铜梁的体育赛事将更加丰富。除中乙联赛外,铜梁还将办好中华龙狮大赛、铜梁区第六届运动会等品牌赛事活动,助推赛事IP升级。利用周末、节假日等,常态化举行三人篮球挑战赛、玄天湖跑步(越野)精英赛、川渝(马拉松)精英挑战赛等精品赛事。

同时,铜梁将升级“一镇一主题”乡村节会,根据街镇自身特点策划节会主题和内容。鼓励街镇利用周末开展“一镇一主题”的集中活动,丰富乡村旅游活动体系,充分展示街镇独特的资源和魅力。

持续办好龙灯艺术节、安居端午龙舟会等特色节会,举办刘雪庵音乐节、祭孔大典、文化旅游周等特色活动,不断提升品牌影响力,持续聚集人气、商气,带动市场消费活力。

积极承办市级文化赛事品牌活动,策划多主题多形式的群众文化活动,邀请成渝地区城市到铜梁开展非遗、艺术创作等特色文化艺术展演。推动公共文化服务进旅游景区,在游客聚集区引入文艺演出和图书阅读;定期举办特色商品集中展销会;举办铜梁区文化旅游惠民消费季活动。

营销品牌提升
“三招”推广优质资源

铜梁将深化开展营销品牌提升行动,通过讲好铜梁故事,加大新媒体宣传力度,丰富旅游营销手段“三招”,让“周末到铜梁”被更多人熟知和认可。

铜梁将重点讲好文化、旅游、产业、商品等故事。充分发挥龙文化发展研究中心作用,广泛收集整理散落的文化碎片,深入挖掘龙文化精髓,推出一批研究成果。进一步理清区域文化发展脉络,充分挖掘本地历史文化,丰富故事内涵,汇编铜梁故事。培育专业讲解员队伍,把铜梁故事讲得更好。综合运用新媒体和户外媒体,开设专栏,实施立体宣传。运用30余个宣传平台发布专题稿件,升级“诚信游铜梁”微信小程序,完成“周末到铜梁”小程序开发上线,实现到铜梁“吃住行游购娱”全资源一站式推广、精品游线展示、活动发布、旅游商品销售等功能。

用活旅游营销奖励政策,加大对旅行社推介力度。强化新媒体营销,通过携程、美团、驴妈妈等旅游平台宣传推广。做好整合营销,整合全区景区景点、餐饮住宿等相关行业,进行联合营销推广。探索互动营销,结合热点精心策划组织,加强景点和游客之间的互动。积极融入巴蜀文化旅游走廊游线,打造“周末到铜梁”专题精品游线。

刘玉珮 彭光灿 马菱涛
图片由铜梁区委宣传部提供



追梦·铜梁龙