

入境游利好政策不断 从业者创新营销方式 重庆文旅全球“圈粉”

【编者按】

2024年以来,随着入境游利好政策不断推出,我国入境游市场发展进入快车道。

继“City不City”之后,“China Travel”(中国旅游)成为全球旅游市场的流量密码,在TikTok(抖音海外版)上话题热度突破10亿条,在YouTube上凡带此标签的视频播放量动辄10万起步。

去年底,随着中国过境免签政策进一步放宽,外国人停留时间延长至240小时,俄罗斯人涌入哈尔滨、韩国人扎堆上海、泰国人蜂拥重庆……“周五下班去中国”成为新的网络热词。面对入境游市场的大好形势,在今年全国两会上,全国政协委员、中国旅游研究院院长戴斌建议“打造入境旅游首站城市”,而重庆就是重点打造的城市之一。

打造入境游首站城市,无疑完美契合重庆加快建设世界知名旅游目的地、深化国际消费中心城市建设的需要。重庆如何发力,抢占入境游市场“C位”?今日起,本报推出“打造入境游首站城市”系列报道,从国际营销、产品供给、服务提升等方面进行深度报道。

打造入境游首站城市①

■新重庆-重庆日报首席记者 韩毅

限定春“雪”,为“李”而来。

3月25日,巫峡·神女景区,新一代高端豪华游轮“世纪远航”号满载游客,向好山好水进发。

船舱内,歌声悠扬,曲调雄厚;船舱外,绝壁千仞,猴群嬉戏。抬头,奇峰峻岭,李花漫山;俯身,水流潺潺,碧波荡漾……“美!这美,直击心间。”甲板上,外国游客举起相机,定格这一世界级美景,惊叹之词不绝于耳。

“作为我国最早向世界推出的旅游名片之一,以及世界上唯一可以乘坐大型游轮游览的内河大峡谷,这才是三峡游该有的样子。”目睹此景,重庆世纪游轮公司负责欧美市场营销的副总经理谢瑜一脸欣慰。对于重庆打造入境游首站城市,他更是满怀期待。

直面散客,让营销更加“走心”

欲观江河之壮美,必到长江;欲览长江之俊逸,必游三峡……长江三峡典藏了世界最绝美的山水画卷,是改革开放后我国首批推向世界的风景名胜,与万里长城、秦始皇兵马俑齐名,也是以游轮游为主要依托的重庆入境游市场的拳头产品。

“我们公司从旅行社起家,三峡线一直是重点,充分享受到了三峡游发展的红利。”谢瑜称,过去30年,三峡游拓展海外市场主要依托于代理商。以北美市



江北区鸿恩坊“渝味360碗”美食街区,外国友人品尝重庆美食。(本报资料图片)

记者 刘力 摄视觉重庆

场为例,游轮产品需经国内旅行社转包给境外代理商,不仅利润被层层分食,品牌影响力也大打折扣。

2019年,世纪游轮在洛杉矶设立北美分公司,开始抢占国际市场,且随着“China Travel”的走红而全面发力。随着中国“免签朋友圈”不断扩大,免签停留期限延长等多重政策实施,外国游客入境中国更加便利,入境游市场逐渐呈现出散客化、个性化、碎片化、年轻化、深度化的新趋势。

“我们的营销策略随即进行了调整,采取‘直销+渠道’双轨驱动,尤其是加大了针对散客的直销力度。”谢瑜称,去年,他们参加了海外大型展会50场次,更面向普通游客、合作伙伴举行了40余场次产品说明会,同时在境外社交平台发起“世纪游轮”“壮美三峡”等引流话题,吸引国内外超2000万人次点击分享。去年,世纪游轮公司共接待入境游客3.5万人,同比翻倍。

在谢瑜看来,习惯了传统渠道营销的策略后,在直面散客时需要“换脑子”:普通游客看重的是风景、玩法、个性等,更在乎产品本身。

“这需要我们去了解外国游客感兴趣的内容,做有针对性的营销。”在一次接待服务中,一位外国游客的兴趣点给谢瑜留下了深刻印象:该游客对中医、高铁、轨道穿楼、扫码支付、机器人非常感兴趣。“这些对我们来说司空见惯的东西,对外国游客却极具吸引力,就是一个非常好的营销切入点。”他说。

“还有一次,我们在做营销时,特别邀请了一位当地人作现场分享。他娶了一位中国太太,是个‘中国通’。整场分享下来,效果非常好。他从当地人的角度,讲出了当地游客最感兴趣的‘中国元素’。”谢瑜感叹地说,一个好的国际营销,不能自说自话,一定要用当地人感兴趣、最容易接受的方式讲述我们的故事。

实施分层传播,影响特定受众

阡陌绘绿,花香拂远……近来,随着

巴渝大地成为“何处不闻香”的“花花世界”,金波忙得脚不沾地。他身兼韩国CCTE株式会社、重庆寰京国际旅行社双重身份,是一名奋战在国际旅游界的老兵。

2013年,在电影《阿凡达》的影响下,金波参观了张家界并深深被美景震撼。随后,他收起“世界那么大,我要去看看”的心,扎根重庆、张家界,努力把“世界最神秘的山水”推介给韩国人。

“我率先在韩国市场推出了‘重庆-张家界-重庆’5日游产品,高峰时年揽客高达4万人。”金波说,去年以来,随着我国入境游市场的强势复苏,他投入了数十万元人民币在韩国的电视台、新媒体做广告,目前市场正在稳步增长。“今年6月,随着渝湘高铁的开通,重庆与张家界将形成‘两小时高铁旅游圈’,可能会迎来更大的人气。”他信心满满地说。

在金波看来,营销推广的目的是影响特定受众,引发受众兴趣,建立分层的传播渠道,打造有效的传播途径非常重要。

首先是传统媒体与社交媒体传播渠道的分层。传统媒体发布的信息更具权威性、公信力,而社交媒体则更具网络化、数字化、多元化、交互性。

其次是大众媒体与专业渠道的分层。大众媒体适合对广大受众的传播,推介会、展会等更适合通过旅游行业内的专业渠道进行传播推广。

中共重庆市委党校马克思主义学院副教授祝伟表示,做好国际营销,还需要从知识、话语和叙事三个维度着手,打造重庆文旅国际传播新名片,向世界全方位讲好中国故事、新重庆故事。

具体包括,促进文化艺术创作与现代技术有机融合,让更多具有现代性和感染力的文化精品涌现,为提高重庆文旅国际传播效能夯实基础;从顶层设计上打造契合重庆文旅且易为国际社会所理解和接受的标识性概念、范畴和表述,将“外国语”与“中国话”相结合,提升重庆的国际知名度和美誉度;优化重庆文旅国际传播的叙事表达,让重庆文旅更好跨越山海、走向世界。

以做强东盟国家入境游为突破口

砂煲雪山羊、宫保鸡丁等美食,将重庆的独特风味展现得淋漓尽致;鸡丝凉面、红糖糍粑、酒酿汤圆等特色小吃,吸引了众多嘉宾排队品鉴……前不久,“你好!中国”重庆美食“渝味360碗”推介会在位于西班牙马德里的联合国旅游组织总部举行,向世界宣传推介重庆的旅游美食,令现场嘉宾赞不绝口。

联合国旅游组织秘书长祖拉布·波洛利卡什维利表示,中国是全球旅游业的重要参与者,中华文化博大精深,中国美食声名远播,本次活动助推了重庆打造具有辨识度、品牌化、引领性的旅游国际新形象,提升了重庆的国际知名度、美誉度和吸引力。

而这只是重庆依托多方平台,采取多方合作,变“单打独斗”为“抱团共赢”的一个创新营销的实践案例。

“单个企业行为,能改变的只是一个细分市场,旅行社、行业协会、主管部门等上下游产业链联动,才能打造更好的人境游市场氛围,提高客源地整体出游意愿。”谢瑜说。

祝伟也表示,做好国际营销,要发挥好平台优势,将文旅的国际传播与外事工作、商贸交往相结合,依托城市文脉、国际商埠和海外主流媒体等资源,不断扩大国际传播“朋友圈”。

“我们将以做强东盟国家入境游为突破口,全力推进我市入境旅游高质量发展。”市文化旅游委相关负责人表示,目前,我市对马来西亚、印度尼西亚、新加坡、泰国等东盟国家重要客源地的培育成效显著。接下来,我市将用好澜湄旅游城市合作联盟平台,针对欧美等湄公河五国主要客源国,探索打造“渝·见澜湄”跨境游品牌;加强与OTA和大型涉旅商协会、企业合作,完善政企联动机制,更大范围、更有力度促成市场合作;深入实施“你好!重庆”全球推广,常态化开展“向世界讲述重庆”系列活动,持续打造传播热点,不断提升重庆旅游知名度。

2025年乡村振兴道地药材发展示范县(区) 城口石柱巫山巫溪上榜

本报讯(新重庆-重庆日报记者 刘冲)近日,在重庆召开的“第一届中药产业互联互通大会”上,国家中药材标准化与质量标准创新联盟公布了《2025年乡村振兴道地药材发展示范县(区)》。其中,我市城口县、石柱土家族自治县、巫山县、巫溪县上榜。

据介绍,国家中药材标准化与质量标准创新联盟以推进中药材质量标准化为核心,倡导“共建共享”理念,整合农业与工业企业资源,通过规范化种植、规模化基地建设及“三无一全”(无硫加工、无黄曲霉毒素、无公害、全程可追溯)标准推广,构建现代中药农业生产体系。

在我市入选的4个县中,城口县境内有药用价值的中草药3800

余种,可供开发利用的中药材上千种,现有中药材面积38万亩,年产量超过10万吨。巫溪县享有“天然药库”的美誉,截至目前,中药材种植面积突破42万亩,其中人工种植面积稳定在20万亩,金花葵、川贝母(太白贝母)人工种植面积居全国第一,中药材综合产值超过13.8亿元。巫山县拥有5000余种中药材,2024年,全县中药材种植和野生抚育面积达21.8万亩,其中人工种植面积17.2万亩,采收面积9万亩,年产量9.5万吨,产值超过7亿元。“一全”(全)标准推广,构建现代中药农业生产体系。目前全县共种植黄连5.8万亩,年产量3000吨以上,黄精种植面积约1万亩,主要分布在海拔800米以上的区域。

全市清廉村居建设 合格覆盖率达60.9%

本报讯(新重庆-重庆日报记者 杨妮紫)4月2日,全市清廉村居建设暨“渝里乡商”基层议事协商改革现场推进会在大足区召开,对2024年工作进行了总结,并安排2025年党建引领基层治理和基层政权建设重点工作。

清廉村居建设是清廉重庆建设9个子单元之一。过去一年来,全市清廉村居建设合格覆盖率达60.9%,评选清廉村居最佳案例10个、优秀实践案例28个;159个镇街开展基层议事协商改革试点,累计开展议事协商1094次、参与群众达2.56万人次,851个议定事项已办理完成。一些区县树立精品意识、品牌意识,培育出一批具有重庆辨识度的标志性成果和典型案例。

今年是进一步全面深化改革的重要一年,重庆将按照市委深化改革工作要求,围绕清廉村居建设和基层议事协商两个“小切口”,拓展基层各类群体参与基层

(上接1版)举办“春暖农民工”等公共就业服务活动,每年开展线上线下招聘3000场次,并运用数字化平台推送就业信息,支持跨区县劳务协作。

与此同时,在服务提质方面,我市将实施困难农民工帮扶行动、劳动权益维护行动,以及公共服务保障行动。健全大龄农民工就业帮扶机制,积极筹集适合大龄农民工的保洁、仓库管理、工厂物料整理等岗位,开展送岗上门服务,帮助大龄农民工实现就近就业;推进社保高质量扩面和治理欠薪工作。每年开展新市民培训10万人次,举办“重庆农民工日”等活动,帮助农民工更好融入城市。把农民工公共服务纳入“15分钟高品质生活服务

治理渠道,推动清廉村居建设“合格”村居达70%以上,共商共议推动民生实事协商占比60%以上,全年基层治理群众满意度不低于88分,切实推动基层治理效能整体跃升。

在党建引领基层治理方面,经过一年多探索,重庆初步形成了“11155”的总体工作思路,即聚力实现“一个目标”,推动基层治理体系和治理能力现代化;协同建强“一个体系”,迭代“141”基层智治体系,为基层治理赋能增效;夯实“一个阵地”,发挥基层党组织战斗堡垒和社区平台作用,建好用好党群服务中心,提升精细化治理、精准化服务水平;强化“五个支撑”,激发“改革创新”动能,用好“数字赋能”手段,把好“事项准入”关口,健全“三事分流”机制,构建“多元共治”格局;培育“五支队伍”,加强乡镇干部队伍、社区工作者队伍、志愿服务队伍、社会工作专业队伍、城乡社区社会组织力量建设,夯实基层治理工作基础。

此外,我市还将开展返乡创业扶持行动,深化创业领域“放管服”改革。比如,建立信息库与招商团队,提供融资、用工等保障,符合条件的返乡创业个人、小微企业可分别申领最高30万元、400万元的创业担保贷款,财政部门给予贷款实际利率50%的贴息;对符合条件的返乡创业农民工,给予最高8000元/户的一次性创业补贴;建立“导师库”提供服务,全面实施市场准入负面清单制度,持续优化创业环境,推动“渝商回归、外商来渝”。

川渝共铸红色丰碑 川渝“赓续·2025·清明祭英烈”活动启动

时至清明寄哀思,缅怀英烈悼忠魂。4月2日清晨,潼南区杨闇公烈士陵园内松柏苍翠,庄严肃穆。千余名市民、退伍老兵、现役军人、公安干警代表及300名少先队员整齐列队,共同参与川渝“赓续·2025·清明祭英烈”启动仪式暨“缅怀先烈 携手前行”传承弘扬红色文化主题活动。

千人齐聚陵园 赓续血脉的深情呼唤

“起来!不愿做奴隶的人们!”雄壮的《义勇军进行曲》响彻陵园,退伍老兵挺立如松,小学生高举右手行少先队礼,所有人的目光聚焦于杨闇公烈士的雕塑——他双目遥望远方,仿佛仍在凝视着未竟的革命理想。默哀时,微风拂过花篮上的鲜红缎带,“烈士永垂不朽”六个大字随风轻扬,花瓣微微颤动,似在诉说着无声的追思。

一名小学历史教师眼眶湿润:“杨闇公烈士15岁投身革命,29岁壮烈牺牲,被割舌刖目仍坚贞不屈。每次讲到这段历史,我都告诉学生:英雄的伟大,在于明知前路艰险,依然义无反顾。”他的讲述让现场观众陷入沉思,一位老人低声感慨:“今天的安宁,是他们用鲜血换来的啊!”

随后,“缅怀先烈 携手前行”传承弘扬红色文化主题活动以“初心”“涅槃”“传承”三篇章展开。舞台剧《初心如磐》重现了杨闇公狱中写下“人生如马掌铁,磨灭方休”的悲壮场景;《绣红旗》的演员手持针线,一针一线缝制红旗时,台下观众屏息凝神,仿佛置身黎明前的至暗时刻。

当杨闇公的遗言如雷霆响彻会场,一位年轻战士感慨:“这不仅是一场表演,更是一堂直击心灵的思政课!”

4月1日至4月30日 清明祭英烈的全民行动

今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年、中国人民志愿军抗美援朝出国作战75周年。为推动全社会崇尚英雄、缅怀先烈、争做先锋,市退役军人事务局、团市委、市少工委决定从4月1日至4月30日,以“赓续·2025·清明祭英烈”为主题,推出六大举措:群众性纪念、网上祭扫、主题教育、志愿服务、宣传教育、烈士陵园,将红色精神融入时代脉搏。

今年是中央红军四渡赤水战役胜利90周年,近日,四川泸州市和重庆江津区、永川区、荣昌区退役军人事务局联合开展“缅怀红军先烈、赓续红色



潼南区杨闇公烈士陵园活动现场 摄/王华乔

血脉、凝聚奋进力量”清明祭英烈活动,犹如一堂“纪念碑下的思政课”。

在古蔺县红军街,参与人员脚踏青石板路,触摸着墙面上斑驳的弹痕。“当年红军就是从这里急行军,店铺老板连夜赶制草鞋支援前线。”讲解员动情讲述。

叙永县烈士陵园内,52名红军烈士的墓碑静静矗立,江津区退役军人事务局工作人员刘义林轻抚碑文:“站在这里,仿佛能听见当年的冲锋号角。”

川渝携手 让英雄魂归故里 让精神永驻山河

川渝两地一直是红色之地、英雄之地、光荣之地,诞生了赵世炎、杨闇公、卢德铭、赵一曼、江竹筠、黄继光、邱少云等英雄儿女。

近年来,川渝两地退役军人事务部门通过资源整合、联合寻亲、文化共建,让红色血脉跨越行政边界,凝聚成磅礴力量。

两地联手推进烈士纪念馆设红色资源融合发展——定期召开川渝烈士纪念馆规划建设经验交流会,分享项目建设经验、观摩项目建设成果,协商合作开发利用路径。加强杨闇公烈士陵园、邱少云烈士纪念馆、赵一曼纪念馆、黄继光烈士纪念馆等烈士纪念馆设施的提质改造,优化提升展陈讲解精品线路。以弘扬伟大长征精神、走好新时代的长征路为主题,积极融入长征国家文化公园(重庆段、四川段)建设规划,加强重庆綦江、酉阳和四川泸州、雅安、广元等烈士纪念馆的规划建设、保护管理、开发利用,建强爱国主义教育基地和国防教育基地,赓续红色血脉。

两地联合举办“英烈故事·川渝连线”等系列主题活动——在清明节、烈士纪念日等重要节点,川渝两地同步开展“清明祭英烈”“红色九月”主题活动等。打造“重庆英烈纪念馆”“四川英烈网”线上纪念缅怀英烈平台,通过在线祭扫英烈、瞻仰烈士纪念馆等方式追忆先烈、致敬英雄,为川渝两地开展“网上祭英烈”活动提供便利。由中共重庆市委、重庆市委退役军人事务局、

重庆市文化和旅游发展委员会、重庆红岩革命历史文化中心主办的“让烈士回家”系列主题活动,先后走进四川大学、天府新区、华蓥山,通过举办四川籍红岩英烈展览、红岩英烈故事会、红岩精神宣讲报告等活动,把革命英烈的有关文史资料、英雄事迹、伟大精神送回烈士家乡以及他们曾经学习、生活、战斗过的地方。

两地联动开展为烈士寻亲工作——全面梳理牺牲或安葬在重庆的四川籍烈士和牺牲或安葬在四川的重庆籍烈士,建立川渝两地烈士寻亲信息库,共享安葬在川渝两地的烈士信息,为安葬在川渝两地的烈士寻找亲属,助力烈士亲属寻找烈士安葬地,让英雄魂归故里,缅怀革命先烈。

“英雄的名字或许会随岁月模糊,但他们铸就的精神丰碑,将在巴山蜀水间永远屹立,指引新时代的奋斗者赓续前行。”重庆市退役军人事务局相关负责人介绍,下一步,川渝两地将通过共同举办“清明祭英烈”主题活动、共同宣讲红色故事、共同开展烈士事迹和精神巡展等方式,大力宣传英烈精神,传承红色基因,助力唱好新时代西部“双城记”。

曹峰 周艳红 周建春