

旅游名城 活力万盛

万盛经开区高质量推进旅游“三次创业”

旧貌展新颜

“项目化”引领22个景区景点全面迭代升级

万盛旅游,始于山水。

依托资源禀赋,经过30多年的接续发展,万盛打造出国家5A级景区黑山谷、万盛石林,创下吉尼斯世界纪录的天空悬廊、火遍全网的梦幻奥陶纪等20多个高品质旅游景区景点,覆盖全区全域。

随着“三次创业”的深入实施,万盛经开区坚持狠抓旅游板块的招商引资和项目建设,按照“谋划储备一批、签约洽谈一批、开工建设一批”梯次推进思路,以项目为牵引推动现有各个景区景点提质提档、迭代升级,进一步夯实旅游基底。

当前,万盛经开区正着力推进奥陶纪(板辽湖)水世界、黑山·万盛之眼、汤窝温泉民宿村等文旅重点项目快落快建快投,力争每年推出一个旅游“爆点景区”。

其中,奥陶纪(板辽湖)水世界烟花秀场项目已于今年6月正式开门迎客,以绚烂多彩的烟花、精彩绝伦的水上表演,每天吸引上万游客前来观看,极大丰富了板辽湖景区的供给和体验。

与此同时,该区还在加快实施黑山谷、万盛石林、梦幻奥陶纪等景区的改造提升,谋划凉风村、西部菌谷、尚古村落等大批重点景区的迭代升级,发展一批布局合理、规模适度、特色鲜明、品质高端的民宿综合体,并有序推进城区、街区“景区化”建设,打造一批特色名镇名街、旅游休闲街区。

如今,“项目化”引领全域旅游提质增效的系列成果,正在万盛加快呈现——

万盛老街、西部菌谷成功创建国家4A级旅游景区,万盛博物馆、科技馆、金蝶湖文化公园成功创建国家3A级旅游景区。近两年,万盛的A级旅游景区实现数量翻倍、结构优化。

万盛还成功创建全国优秀旅游城市、国家全域旅游示范区、国家资源型城市旅游转型发展试点区、国家旅游业改革创新先行区,荣获“全域旅游精品目的地”“文化和旅游高质量优秀城市”等荣誉称号。

去年,该区共接待游客2917万人次,同比增长6.1%,旅游综合收入233亿元,文旅产业增加值23.31亿元,占到全区GDP比重8.9%。



青山湖国家湿地公园,湖岸水杉渐次变色,如诗如画般的生态美景映入眼帘。

摄/王泸州

旅游,已然成为万盛名副其实的支柱产业,成为该区建设全国绿色低碳转型发展示范区的“硬核”支撑。

融出新业态

“文体旅农商”共同解锁更多玩法

“早些年就是单纯避暑、到处走走逛逛,如今,可以陪父母赏花摘果、农作垂钓,可以带娃儿参加各类户外运动、研学课程,可以和朋友一起看表演、吃美食。”

每年夏天,王女士都要来万盛常住避暑,在她看来,万盛这两年最直观的变化,就是“耍事”越来越多。

“耍事多”的背后,正是万盛坚持“旅游+”融合发展,不断催生新业态新场景,丰富旅游供给,更好满足游客多样化、个性化、品质化需求。

其中,“旅游+体育”可谓是万盛最具辨识度、影响力的名片。

一方面,万盛大力坚持把体育赛事融入旅游场景,通过举办中国·重庆万盛“黑山谷杯”国际羽毛球挑战赛、青山湖国际跑步节、凉风“梦乡村”国际钓鱼比赛等体育旅游赛事,聚人气、引入流、造声势,带动旅游发展。

另一方面,万盛还通过培育水上运动旅游、山地户外运动、低空飞行户外运动等体旅融合项目,打造奥陶纪极限运动基地、板辽湖水运动中心、石林定向运动基地等10多个体育旅游综合体,丰富体育旅游类产品供给。

有了体旅融合的“打样”,万盛关于“旅

游+”的探索正在加快走进文化、工业、乡村振兴、大健康、商贸和教育等诸多领域。

例如,在“旅游+文化”方面,万盛正在加快开发工矿文化、民俗文化、三线文化等多类文化旅游产品,打造苗族踩山会、广场舞之乡、巴蜀非遗英雄会、非遗民俗大展演等节会品牌,包装茶叶、折扇等文创精品,加快以文塑旅、以旅彰文。

在“旅游+乡村振兴”方面,万盛着手打造了从黑公路、青燕公路等“最美农村路”,打造出西部菌谷、尚古村落、凉风梦乡渔村等农旅融合项目,推出乡村旅游精品线路,让更多农民端稳旅游这个饭碗。

在“旅游+商贸”方面,万盛着力丰富温泉养生、特色美食、民俗体验等消费场景,建设板辽湖、国能奥特莱斯、万盛老街、黑山八角4个文旅消费街区。打造“旅游+美食”,推出渝味360碗系列菜系“万盛八大碗”、特色地标菜,激发消费活力,丰富游客体验。

随着万盛“旅游+”融合之路越走越深,万盛旅游的内涵和外延变得愈发丰富,各类产品也正在由“爆红”变“长红”,将“流量”变“留量”。

提高美誉度

创新宣传擦亮万盛旅游“金字招牌”

2015年开园的奥陶纪景区原本定位是一个地质科普公园,开业后一直处于不瘟不火的状态。

2017年,奥陶纪决定转型升级,通过引进“天空悬廊”“悬崖秋千”等极限体验项

目,并依托各大新媒体平台开展短视频营销,一跃成为全国有名的“网红”打卡地,年接待游客最高超过200万人次。

奥陶纪的“出圈”,也为万盛的旅游品牌营销提供了思路和样本。

一方面,万盛深入探索“创新化”宣传,打造更多精品内容、拓展高效传播渠道,让万盛形象走出去、将更多游客引进来。

为此,万盛持续创新宣传机制,加快构建“部门+企业+友邻区县+网络达人”自媒体矩阵,与权威媒体合作策划组织各类宣传营销活动,实现宣传与引流结合。

当前,该区已成功孵化“浩说文旅”“万么妹”等一批宣传IP,推出苗族姑娘“阿彩”、黑叶猴“万万”“湊湊”等一批形象IP,打造浪漫春游季、万盛黑山谷音乐季等“四季”旅游营销活动IP。

万盛连续两年成为全国夏季“村晚”示范展示点,今年还被央视新闻联播报道,3则短视频入选中国景区短视频营销优秀案例,“万盛踏春赏花休闲之旅”入选2024全国春季乡村休闲旅游精品线路,“苗族踩山会”荣登全国“节庆影响力百强榜”。

此外,万盛还通过“走出去”,加强区域合作,强化精准营销。例如,组建中国爱情主题景区联盟、川南渝西文旅融合发展联盟、渝川黔博物馆红色旅游资源联盟等组织,与四川省成都市、都江堰市、贵州遵义、重庆开州等深入合作,共出优惠政策、共推精品线路,精准发力川黔、长三角、珠三角等市场。

另一方面,聚焦“游客口碑是最好宣传”,万盛还不断完善旅游基础配套,全方位提升旅游服务质量水平,着力提高万盛旅游美誉度、满意度。

近年来,该区累计建成游客服务中心20个、A级旅游景区厕所148座,增设国际运动医院、邮政快递网点等基础设施配套。同时,建成全域旅游综合执法管理体系、智慧旅游服务体系。旅游商品无理由退货试点经验被评为2023年全市文化旅游系统最佳实践案例。文化和旅游市场管理水平、旅游综合满意度走在全市前列。

良好的体验,让更多游客成为万盛旅游的宣传员,将“旅游名城·活力万盛”品牌擦得更亮,叫得更响、传得更广。

王静 王美蓉
据《重庆日报》



山水画卷

合川报通讯员 刘勇 摄于大石街道