

# 用好世界级资源 做成高质量产品 西部大开发 旅游新机遇

## 四川新增 15 家 国家 4A 级旅游景区

世界屋脊青藏高原、雄奇壮阔的冰川大山、广袤苍凉的大漠戈壁、沟壑纵横的黄土高原、波涛汹涌的九曲黄河、秀丽壮观的长江三峡，还有世界奇迹秦始皇陵兵马俑、敦煌莫高窟、拉萨布达拉宫……中国西部拥有众多世界级的自然人文资源。

中共中央、国务院《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》提出，推动“互联网+旅游”等新业态发展，支持西部地区发挥生态、民族民俗、边境风光等优势，深化旅游资源开放、旅游安全等方面国际合作，提升旅游服务水平。依托风景名胜、边境旅游试验区等，大力发展旅游休闲、健康养生等服务业，打造区域重要支柱产业。西部旅游正展现出强大的吸引力和复苏力。越来越多的游客将目光聚焦西部。

### 恢复力强劲

5月22日，首趟甘肃敦煌至陇南的“环西部大开发”专列开行，沿途停靠玉门、嘉峪关、酒泉、张掖、武威、兰州等知名旅游地，为游客的西部之旅增添新选择，也提振了疫情后西部旅游的恢复。西部旅游近期表现出强劲的复苏力。据飞猪平台统计，成都、重庆、西安、昆明等地的旅游热度保持全国前十。云南各地的复苏潜力尤为突出。4月，丽江旅游产品的预订同比上月增长超300%。

5月以来，四川甘孜、阿坝的旅游热度环比增幅达150%。新疆和西藏的热度也在逐步走高。随着暑期旅游预订季来临，西部旅游目的地将越来越受关注。

马蜂窝大数据显示：近期，西部12个省区市旅游热度上涨77%。近年来，随着西部公路网不断完善，私家普及率上升，自驾游成为西部最受欢迎的旅行方式。川藏线、青甘大环线和新藏线是最热门的自驾游线路。

年轻游客喜欢挖掘西部的新潮玩法。马蜂窝大数据显示：演出、美食、徒步、露营、民宿、旅拍和非遗体验都是年轻人的最爱。大唐芙蓉园夜宴、阿勒泰夜市美食、肇兴侗寨民俗文化等旅游直播内容也深受网友欢迎。

中国旅游集团旅行服务有限公司的2020年国内行动方案把云南、新疆、西藏、重庆等西部地区作为重点打造目的地，将提升产品研发的能力，增加目的地创意类旅游产品，为游客提供高品质的产品和服务。

### 世界级资源

西部地区地域辽阔，地貌复杂多样，动植物资源丰富类型完整，民族文化和民俗风情绚丽多姿，自然景观与人文景观交相辉映。

西部旅游资源分布广、品位高，是中国旅游资源最为富集的地区，很多资源

具有唯一性和神秘感。“十三五”期间，中国重点打造的丝绸之路旅游带、长江国际黄金旅游带、黄河华夏文明旅游带、青藏铁路旅游带、藏羌彝文化旅游带、茶马古道生态文化旅游带等10条国家精品旅游带中，大部分都在西部地区。

中国旅游协会旅游营销分会副会长、中青旅联科公关顾问有限公司执行总经理葛磊分析说，从资源禀赋来讲，中国西部拥有世界级的旅游资源。最核心的优势在于生态优势和文化优势。从生态角度讲，青藏高原是世界屋脊，同时被誉为地球第三极；新疆的塔克拉玛干沙漠、内蒙古的巴丹吉林沙漠是世界级探险胜地；天山、昆仑山、祁连山、阿尔泰山等山脉展示出中国山地的雄奇挺拔；青海湖、纳木错、羊卓雍措、赛里木湖、喀纳斯湖等无一不是极致湖景；伊犁河谷和可可西里有地球上最优美的草原。除海洋之外，中国西部几乎囊括了地球上最极致的自然资源品类。从文化角度讲，西部也是中华文明的发祥地之一，西安位列世界四大古都；丝绸之路贯穿了中国西部，是东西方文明交流的见证；西部还拥有精彩纷呈的少数民族风情，至今仍保持着丰富的文化活力。

### 发展潜力大

西部旅游近期迎来重大利好消息。中国社科院旅游研究中心秘书长金准分析，

随着《指导意见》的出台，西部将形成大保护、大开放、高质量发展新格局，西部旅游将形成崭新的动能。旅游业的高质量发展变得更重要，将西部旅游核心的文化、历史、生态、民族、一带一路、农牧等集于一体的旅游业发展模式，形成一体化的高质量发展方案，这是西部旅游能否响应时代、抓住机遇、乘势发展的关键。

葛磊建议，从顶级的资源转化为优秀的产品，西部旅游要树立“高质量发展观”。首先要有“保护观”。构建高质量的旅游产品，首先要建立在对生态资源和文化遗产积极保护的基础上，最大限度地干预自然，最大力度地保持传统文化的活力。其次要有“市场观”。根据游客的需求构建旅游全要素体系，注重在亲子、研学、康养、旅拍等细分市场创建有竞争力的品牌和服务。第三要有“空间观”。西部地域辽阔，最适宜自驾游，需要更好的道路条件、信息覆盖、交通指示系统和营地产品等。第四要有“创新观”。西部旅游目前同质化现象较严重，这就要求开发个性化的体验，比如冰川徒步、游牧骑行、皮划艇、森林溜索、跳伞以及非遗手作、家庭牧场等本土生活的特色体验。此外，还要有“质量观”。西部地区生态条件脆弱，不宜一味追求高客流量的观光旅游，而且在疫情防控常态化的要求下，“低密度+高质量”将成为西部旅游新常态。

赵珊

## 成都市属公园实施“老公园·新活力”三年提升行动 提升景观风貌 重塑公园品质



本报讯(记者 赵蝶 文/图)昨日，记者从成都市公园城市建设管理局获悉，近期以来，成都动物园、百花潭公园、文化公园等成都市属公园围绕“老公园·新活力”三年提升行动计划，汇聚群众智慧，提升景观风貌，重塑公园品质，为公园发展注入新活力。

成都动物园在提升行动中通过配置盆景、增加植株等方式优化景观布局，结合建筑特点，在入口处配置罗汉松盆景，在假山处、主山上配置流苏盆景，做到景观相互呼应；在原有玉兰的基础上，增加桂花、海棠、紫薇等乔木，以白石铺设枯山水，延续水池，与建筑白墙相互呼应；利用时令花卉、红枫、绣球花、鸟巢蕨、蒲地蓝等多种植物打造花境，并增加墨竹、金镶玉等竹类植物。

百花潭公园对南大门至银杏广场、慧园片区等区域进行景观提升改造，对改造范围内绿化进行梳理，取缔部分老化植物，增加开花彩色植物，在主干道沿线摆放景观石及盆景；对主干道过密树枝进行修剪，清理林下灌草层，增加耐阴

花境，丰富景观性、层次性，总体提升范围达6000平方米。为打造共建共治共享示范公园，百花潭公园还与青羊区草堂派出所联合开展系列突发事件应急演练，与草堂街道办事处、青羊区消防大队等单位联合开展“全国防灾减灾日”宣传活动，提升防灾减灾科学知识和法律知识普及力度。

文化公园坚持生态优先、创新发展、文化传承、保护利用的原则，积极推进公园景观、治理提升、业态提升工作，共完成大树梳理140余株、灌木1000余平方米，在公园入口处及重要节点摆放香囊、千鸟花、美女樱等花卉3000余盆；公园联合企业尝试打造体验式消费场景，先后举办为期15天的“高端特色花卉园艺展”园艺体验展销活动和为期一个月的公园城市蓉城花肆系列活动——“绣球花进公园”展销科普宣传活动，逐步形成有规模、有影响力的花卉展销平台，展示公园新活力、新面貌，逐步形成可进入、可参与、景观式、沉浸式的消费体验场景，让公园成为花卉活动的场地。

## 登天下名山 观人生大戏 大型实景演出《只有峨眉山》复演

□本报记者 赵蝶



近日，因疫情影响与观众阔别近半年的大型实景演出《只有峨眉山》震撼复演。“云之上”情境体验剧、“云之中”园林景观剧、“云之下”实景村落剧场均对外开放。这也是《只有峨眉山》戏剧古城首次对外完整呈现。

《只有峨眉山》以峨眉山最负盛名的云海为创意元素，打造了“云之上”“云之中”“云之下”三个演出剧场，并在全国首创了实景演艺与周边原始村落相融合的演艺方式，以“戏剧古城”为概念，创造了一座充满了无数剧情和故事线的戏剧之城，观众全程需要在行走中观看。其中“云之上”演出时长90分钟，“云之中”演出时长30分钟，“云之下”演出时长90分钟。“云之上”剧场每场可容纳1400余人同时观演，“云之下”剧场每场可容纳700人同时观演。《只有峨眉山》拥有丰富饱满的故事内容：“云之

上”6大表演空间、“云之中”33个散点表演区域、“云之下”超100个散点戏剧与院落戏剧，庞大的故事线能够满足不同欣赏水平和年龄阶段的观众。它不仅仅是一般意义上的新型旅游演艺，更是新时代文旅融合发展的创新突破之作。让观众在享受视觉震撼、品味艺术盛宴、思考剧情内容的同时，能够找回自我，找回初心。

据悉，按照防控措施相关要求规定，避免室内与室外同时演出造成人员聚集、扎堆现象，保证游客观演舒适体验度，确保节目品质。《只有峨眉山》戏剧古城实行限流、分时段演出。同时，为感恩疫情期间全国白衣战士的奉献精神，《只有峨眉山》对全国医护人员实施免费政策，即日起至2021年3月31日，全国的医护人员可凭本人身份证和相关职业资格证书免费入内观演。(峨眉山景区供图)

## 欢度六一

### “云”上六一 “阅”享童年 成都图书馆儿童节活动丰富多彩

□本报记者 赵蝶

近日，记者了解到，为了庆祝六一儿童节，让广大少年儿童度过一个快乐、健康、有意义的儿童节，成都图书馆精心筹备，努力做好未成年人阅读推广工作，推出系列主题线上活动，优化儿童阅读学习空间，提升儿童的阅读体验，营造一个欢乐有趣的儿童节氛围。

在疫情防控常态化的前提下，成图线上活动依旧开展得如火如荼。《昔日地球霸主——走进恐龙时代》线上儿童节特展，已于近期在成都图书馆官方网站“成图展厅”模块以及官方微信公众号“网上展厅”模块正式上线。这些昔日的地球霸主——恐龙，以生动的图文呈现，它们有趣的生理特征和独特的行为方式，都能让大小朋友们一饱眼福。

为了让更多的人也能体会到儿童节快乐的氛围，近期，成都图书馆还联合云图数字有声图书馆，开展了“我是小小传承人——亲子皮影故事大视频征集”活动。本次活动通过向广大读者群体征集相关内容，不仅能够唤起父母的童年记忆，也能带领孩子们熟悉并了解祖国优秀的传统文化，领略不同的地域特点及独具韵味的艺术形式。为了让大家更加直观地了解戏



剧的魅力，在本次活动期间，云图数字有声图书馆还精心准备了两场配套美术戏剧直播课，分别于6月1日和6月8日开播。

不仅如此，在6月1日当天，成都图书馆还邀请了成都三十八中的二级心理咨询师李艳老师设置了大量少儿数字资源，可供大家选择。其中包含多个资源模块，如幼儿绘本、课外连环画延伸、专业学习辅导平台……能充分满足各个年龄阶段的儿童和青少年的阅读需求。

此外，成都图书馆格外重视青少年阅读习惯培养，除了馆内丰富的少儿阅读和青少年读物之外，成都图书馆线上数字资源库还专门设置了大量少儿数字资源，可供大家选择。其中包含多个资源模块，如幼儿绘本、课外连环画延伸、专业学习辅导平台……能充分满足各个年龄阶段的儿童和青少年的阅读需求。

青少年，也对辅导学生学习的家长给出了建设性的思路和方法。

## 欢庆六一 绽放童年

### 成都高新区芳草街街道盛泰社区、紫荆社区分别开展六一主题活动

□本报记者 肖朝德 李国华 文/图

为了进一步倡导关心儿童、爱护儿童、尊重儿童、理解儿童的良好社会氛围，建立社区党总支与儿童间的交流、交往的友好关系，帮助儿童树立“从小了解党，从小热爱党”的思想观念，6月1日，成都高新区芳草街街道盛泰社区党总支组织开展了以“欢庆六一·绽放童年”为主题的线上+线下党群活动。

线上活动方面，盛泰社区以“感恩有你·温暖同行”主题活动以

制作文创作品的形式进行，小朋友通过报名链接上传自己的文创作品和祝福视频，最后社区居民通过线上平台观看小朋友作品和视频并为他们进行点赞。此次活动共征集绘画作品37幅，吸引党员群众35792人(次)游览。

线下活动方面，盛泰社区联合中海物业桐梓林物业中心在辖区开展了“童年年代秀，趣味享六一”主题活动，70、80年代的孩子，没有太多新奇的玩具可以买，但是却什

么都可以玩。几颗小小的玻璃珠子、一把冰棍棒、滚铁环、一条长长的橡皮筋都能让那时的孩子玩足一整天。活动现场设置记忆小卖部、记忆书画区、游戏游乐区，让家长带着孩子开展年代亲子活动。

活动最后，盛泰社区党总支分别为参与“欢庆六一·绽放童年”主题的小朋友送上了文具、彩笔等奖品，希望受表彰的小朋友能够勤奋学习，把党的关怀转化为学习的动力，以乐观向上的精神迎接学习、生活中的各种困难和挑战，用学习充实自己，用知识成就人生，用行动回报社会。

记者获悉，5月31日，芳草街街道紫荆社区文体协会在好莱塢广场开展“七彩紫荆·缤纷童年”六一主题活动。此次活动吸引了辖区50余人参加，活动设有七个比赛项目：制作心愿瓶、拼七巧板、沙包投掷、手足并用、真人富翁、公仔套圈、夹弹珠。孩子们在游戏中相互交流、享受成功通关的喜悦，整个活动场面热闹非凡，其乐融融。此次趣味活动也充分的拉近了家长和孩子之间的距离，提升了孩子与父母之间的亲子关系，培养了孩子勇敢、坚强、自信、不怕困难的品格，让家长与孩子享受亲子互动的亲密时光。



## 七成父母周末带孩子提前过六一

□本报记者 马工枚

儿童乐园、儿童摄影、产后恢复、婴儿游泳、早教中心……又是一年“儿童节”，亲子游乐和幼儿教育是成都父母最关注的话题，而想要同时满足这两点其实也很简单。据了解，2019年发布的“亲子必去榜”里成都多个公园就“榜上有名”。对成都来说公园绿地早就不只是绿色生态聚集地，父母们追求的，既能和孩子共享时光，又能在时光中完成对孩子的“早教”。那么，受新冠疫情影响，成都各个购物中心还未彻底恢复往日的热闹，与儿童相关的娱乐业态也未完全恢复。那么，今年的“六一”儿童节，亲子活动又和往年有哪些不一样?记者通过走访，关注成都商场的公众号，梳理部分商场针对儿童节推出的活动发现，大部分购物中心如王府井春熙店、银石广场、万象城等推出了相应的促销活动外，还有国色天香游乐场、成都领养日关爱小动物、成都疫情中的孩子主题摄影展等亲子活动。其中，在成都周边踏青、前往亲子农场更是受访家长的青睐。

“在疫情还未完全消退的情况之下，对于室内游乐场所，还是有所顾忌。”带着孩子去三都度假村的成都家长刘威说。近日，据携程数据发布的儿童旅客乘机报告显示，暑期亲子酒店旺季大门或将开启，因2020年儿童节在周一，近7成父母周末带孩子提前过节。携程分析称，在疫后的旅行细分市场，亲子游产品值得继续深入“掘金”。父母越来越舍得为亲子游产品买单。根据《报告》显示，2019年，儿童机票的出行量达到了“1000万+”量级，这几乎与部分省会城市机场全年的吞吐量相当。而同时，携程数据显示，一线城市人群入亲子房意愿最强。其中，上海、北京、广州、深圳、杭州、南京、苏州、武汉、成都、天津，成为亲子房10大用户客源城市。

携程认为，中国亲子出行市场仍将呈现递增态势，即使在疫后的第一个小长假——“五一”期间，亲子游仍是众多旅客的重要选择。随着疫情常态化，亲子游“刚需”人群更把酒店当作亲子游乐场。携程数据显示，超大面积、坐拥海景、山景、湖景、森林景观，拥有采摘园、儿童活动专区的高星酒店，成为六一出行首选。

“因此，我们认为，疫后的旅游出行市场，包括民航、旅游等在内，均可进一步抓住亲子游的各类机遇，充分挖掘市场需求，不断创新亲子类产品。”携程相关人士表示。

不仅如此，2019年发布的《2019亲子服务行业报告》显示，中国亲子服务行业市场规模约3.39万亿元，成都地区用户对亲子服务的需求量在全国排名第6位。数据显示，截至2019年第三季度，成都地区亲子商场商户数量和在线团单数遥遥领先，且在持续增长，仅次于北京和上海，亲子商户数量和在线团单数均位列全国第三，领跑新一线城市。成都地区用户对亲子服务的需求量在全国也处于领先地位，位于第6位，亲子用户多为“年轻高知白领”，90后父母已成为主力。在消费水平方面，2019年第三季度，成都地区亲子用户人均消费额达160元。