

元旦假期 四川文旅市场稳步复苏

685 家 A 级景区实现门票收入 4374.56 万元

本报讯(记者 赵蝶)记者昨日从四川省文化和旅游厅获悉,元旦假期,四川省纳入统计的 685 家 A 级旅游景区,三天累计接待游客 505.92 万人次、实现门票收入 4374.56 万元,与去年元旦假期相比,分别下降 21.8%、21.7%,与去年国庆假期前三天同比,分别增长 7.93%、9%;按可比口径,分别恢复到 2019 年元旦假期同期的 48.93%、62.84%。全省 5A 级旅游景区三天累计接待游客 30.93 万人次、实现门票收入 1205.89 万元,与去年元旦假期相比,分别下降 5.44%、增长 3.64%;与去年国庆假期前三天相比,分别增长 6.19%、24.23%。由此可见,全省文旅市场正呈现逐步复苏态势。同时,全省图书馆、文化馆、博物馆三天累计接待群众 51.62 万人次。

“后疫情”时代文旅市场稳步复苏。今年元旦假期是疫情防控措施优化调整后的第一个小长假,“后疫情”时代游客出游热情有所回升,特别是在各地纷纷推出精品旅游线路、门票优惠政策及精彩文旅活动刺激下,文旅市场稳步复苏。据携程平台网络预订数据显示,元旦假期预订四川省旅游产品的线上游客人次居全国省级目的

地第 3 位,线上旅游产品订购金额居全国省级目的地第 4 位,较 2022 年元旦假期增长超 10%,较 2022 年国庆同期(假期前三天)增长超 70%。成都推出系列促消费、迎新元元旦主题活动,举办 193 个文旅活动 246 场(次),接待游客 146.5 万人次,实现门票收入 1144.2 万元,分别恢复至去年同期水平的 81.2%、91.6%。自贡举办第八届富顺豆花节,方特恐龙王国组织“飘雪跨年夜”活动,推出 unlimited 99 元超值夜场票和价值 4999 元野生王权益套餐,累计接待游客超 5 万人次。绵阳积极开展文旅惠民季系列活动,在线派发 2 万张“一元购”景区优惠门票,为当地旅游注入强劲活力。

“冰雪 + 阳光”旅游成为热点。今年元旦假期受“冬游四川消费季”活动拉动,冰雪观光、冰雪运动、休闲度假、温泉阳光康养旅游成为热点,满足了游客差异化的旅游需求。峨眉山、曾家山、西岭雪山、瓦屋山等冰雪旅游重点景区接待游客均实现较大幅度增长,分别增长 7.59%—33.37%不等,峨眉山前 two 日接待游客达到饱和,三天共接待游客 9.09 万人次,门票收入 574.06 万元,同比增长 30.93%、27.13%。西岭雪山举办第

23 届南国国际冰雪节,吸引 2.7 万人次游客体验。阿坝州出台冬游阿坝优惠政策,所有 4A 级及以上国有景区实行门票“买一送一”,4A 级以下景区免门票优惠政策,提供 1 万张 4A 级及以上景区门票参加“双 11 一元购”冬游四川大放送活动,助力冰雪旅游持续升温。九寨沟、黄龙、四姑娘山景区接待游客同比分别增长 60.18%、47.4%、29.2%。随着新成昆铁路全线贯通运营,“朝发蓉城,午至西昌”动车车开通,攀西旅游持续走热,凉山州、攀枝花阳光旅游倍受游客青睐。凉山州主推“冬日阳光”旅游,阳光古城、邛海风光累计接待游客 23.95 万人次,同比增长 3.45%。攀枝花举办第 13 届欢乐阳光节,推出参观体验、美食、采摘、温泉、康养等“欢乐阳光节”旅游套餐,累计接待游客 7.49 万人次,同比增长 40.2%。

近郊休闲游、文博场馆游仍是主流。全省大部分地区受天气影响,短距离、低消费的近郊旅游和本地休闲游继续成为假日旅游的主要模式,“轻旅游”“微度假”等成为多数游客首选,古镇名村、文博场馆、文创集市、精品民宿等吸引大量游客漫游细品,沉浸体验。成都大悦城、双流海滨城、洛带古镇、

东郊记忆、街子古镇接待游客均超过 7.7 万人次。成都市各类图书馆、文化馆、博物馆等举办各类活动 246 场(次),接待游客 9.4 万人次,恢复到去年同期的 74.7%;三星堆博物馆持续点燃社会公众的参观热情,接待游客 1.77 万人次,与上年同期基本持平。绵阳方特东方神画共接待游客 4.85 万人次,门票收入 578.74 万元,营业收入 765.11 万元,同比分别增加 228.99%、207.54%、229.86%。

夜游活动丰富多彩。元旦假期,四川各地组织丰富多彩的夜间文旅活动,吸引游客打卡消费。四川天府演艺集团举办跨年音乐会同步上线惠民直播,深受群众欢迎。成都超过 200 场文艺演出类活动在室内音乐厅、室内剧场剧院、LIVEHOUSE、户外音乐场地轮番上演,吸引众多市民游客参与体验。宜宾李庄古镇举办跨年无人机表演秀,300 架无人机以夜色为幕诠释黑科技之美,吸引线下 5.8 万人、线上 8.3 万人次观看。巴中在红军广场、巴人广场等地标景观推出冬季主题灯光秀,恩阳古镇打造沉浸式主题灯光空间、打卡步道、体感互动、裸眼 3D,让夜游与自然融为一体,营造艺术、时尚夜游吸引游客打卡体验。



2023 年元旦假期,峨眉山旅游热度一路飙升,再次成为人们的旅游首选目的地。据了解,元旦假期,峨眉山人气持续高涨。截止 1 月 2 日 18:00,峨眉山景区共接待游客 93337 人次,同比 2022 年增长 35.64%,实现了游客接待开门红。

本报记者 胡斌 摄

峨眉山元旦假期接待游客近十万

护航农民工维权救助服务季启动

本报讯(记者 赵蝶)记者日前从四川省人力资源和社会保障厅获悉,近日,四川省司法厅、四川省人力资源和社会保障厅、四川省人民政府驻北京办事处联合主办的“护航农民工、依法保权益”川籍在京农民工维权救助服务季启动仪式,在成都和北京两地同步举行。

据悉,本次活动为期半年,将开展川籍在京农民工法律维权需求调研、隐患排查、纠纷化解等工作,为川籍在京农民工提供法治宣传、法律咨询、法律援助等高效、便捷的法律服务。活动现场推介了川籍在京农民工维权专区,向律师服务团颁发了聘用证书。

四川在全国率先开展“点对点、一站式”直达运输服务,常态化开展走访慰问、就业招聘、根治欠薪、证照办理、旅途服务“五件实事”专项行动,举办农民工运动会、农民工技能大赛、原创文艺作品大赛、农民工春晚等系列农民工专属活动,探索建立根治欠薪“挂联包”“红黑榜”和社会监督员制度,创新开展农民工工资拖欠“清零”百日行动、根治欠薪“利剑行动”,多元共治的欠薪治理效应日益显著。

据统计,2022 年以来,四川省累计开展政策解读 1.3 万余场次,提供法律咨询服务 25 万人次以上,提供法律援助 2.6 万余人;主动监察用人单位 2.7 万户次,立案处理欠薪案件 384 件,为 10326 名劳动者追发工资待遇 1.6 亿元;协调处理欠薪案件 1.3 万件,为 9.8 万名劳动者追发工资待遇 8.3 亿元。

专研新零售领域 提升品牌影响力 ——记市场营销专家金杰

“随着互联网的不断发展,传统零售业受到了前所未有的冲击,以消费者体验为中心的数据驱动的新零售模式逐渐兴起。”作为一名中国新零售领域的领军人物、市场营销专家金杰深有感触。

现任苹果(中国)公司的大中华区交互技术负责人的金杰,历任柯达、摩托罗拉、NEC 等世界知名企业在中国的营销业务负责人。二十多年来一直致力于研究市场营销领域的零售商业模式、渠道创新和市场拓展,有着丰富的零售领域实践经验和理论研究成果,是中国新零售领域的市场营销管理专家。从传统的实体店零售,到数字化转型下包括互联网及交互式技术下的数字化营销;从销售渠道最初的构建到培育繁荣;从零售模式管理到营销团队的建设,都有着丰富的理论基础及实践经验。

新零售模式里的商业创新,对于在互联网经济下赢取品牌的商业成功,提升消费者满意度至关重要。金杰善于在复杂多变的外部环境中捕捉有效信息并及时设计出创新性的营销方案,抓住稍纵即逝的营销机会。他曾领导苹果中国零售业务团队在中国以排名前 100 的 985/211 大学为重点营销对象,帮助苹果公司在中国建立起高校校园零售渠道,实现了公司零售业务的快速扩张,在大中华区零售门店的营业额年复合增长率更是高达 30%以上,极大地提升了苹果产品在中国消费者群体中的品牌知名度。在担任苹果公司交互技术负责人期间,他带领团队开创性地创立了新零售渠道苹果门店数字化营销整合方案,领导团队将交互技术部署到 10000 多个渠道零售店中,并通过无线方式管理 200000 个以上的演示设备进行数字化营销,极大地提高了零售端客户体验,



帮助苹果公司大中华区零售门店业务实现线上线下销售渠道的融合,极大地扩大了消费者复购率,增强了客户粘性,所创立的这些创新性的市场营销活动方案及交互式场景体验设计,极大地提高了苹果品牌在新零售市场的占有率和影响力。

金杰不仅在苹果(中国)公司的领导岗位上发挥着关键作用,带领公司完成了一项又一项的业绩目标,他还自己热爱的新零售领域持续专研,将自己多年的营销管理经验和创新营销理念写成《数字化零售运营策略与管理研究》《交互式技术发展背景下的新零售商业机会研究》等多部学术著作及多篇优秀论文,发表在国内外专业权威期刊上,为行业从业者提供了极具指导价值的参考,深刻影响了中国市场营销的发展方向。

张嵩轩

“名‘阳’世界入企播” 助力四川德阳产业跨境出海

□本报记者 高明山 李鹏飞



日前,2022 中国(四川·德阳)出口商品世界播之“名‘阳’世界入企播”走进德阳跨境电商代表企业和古蜀文明三星堆,助力产业出海。国际主播先后前往德阳金兴农机制造有限责任公司、四川良木道门窗型材有限公司、四川翠宏食品有限公司等优秀企业,并通过 TIKTOK 美国站点进行了跨境直播,超过 1.1 万名全球观众观看,收获点赞 2.8 万次。

机械出海 助力农产

金兴农机是一家大型农用机械制造商,其制造的农业机械联合收割机行销南亚、中东、东欧、南美等市场,年出口 3500 万元,其中跨境电商 2000 万元。

国际主播详细了解了农机大小机械臂用途以及农机激光切割机工作原理,见证了农机从零件到整机的全过程,感受并体验到“中国重装之都德阳”装备制造业发展趋势。

门窗点缀生活 技术点亮世界

良木道是中国纵向一体化门窗大型生产企业,拥有数十条世界顶级品牌型材自动化生产线,其中包括瑞士进口全长 1.3km 的金马喷涂线,其开发的第一代木铝共生门窗,打破了国外技术和

设备垄断。产品远销东南亚、中国香港、澳大利亚、法国、芬兰等国家和地区,年出口 500 万元,其中跨境电商 100 万元。

弘扬辣文化 传承真品质

翠宏食品专注于辣椒研发、生产和销售。其辣椒产品远销至中国香港、中国台湾、韩国、日本、马来西亚、泰国等国家和地区。

国际主播通过 TIKTOK 进行了直播带货,重点精选销售翠宏辣椒面、翠宏辣椒油等产品,直播过程展示了由翠宏辣椒制作的川菜,并举例说明川菜中辣椒的重要性,引发了外国友人对“辣”的共鸣。

扬古蜀文化 播东方神韵

为进一步传播四川,国际主播走进三星堆,通过跨境直播的方式,将古蜀文化传递到相隔万里的海外。

国际主播先后参观了三星堆博物馆综合馆、文物保护与修复馆,深刻感受并理解了三星堆古蜀国在各领域取得的辉煌成就。并在三星堆文创馆进行了跨境直播,直播精选展示销售了三星堆盲盒、文物冰箱贴等文创产品。

(图片由四川省商务厅提供)

最是一年春起时 锦城丝管乐纷纷 ——成都博物馆与成都七中育才学校共推迎新民乐快闪活动

□本报记者 胡斌 文/图



最是一年春起时,锦城丝管乐纷纷。近日,随着成都博物馆展厅内婉转悠扬乐声的响起,由成都博物馆与成都市七中育才学校水井坊校区联合推出的“迎新民乐快闪活动”正式拉开序幕。

中国民族音乐作为中华文化中一颗璀璨的明珠,积蓄着深厚的文化底蕴。成都博物馆里陈列着大量与音乐文化相关的文物,如俳佻、伎乐俑等,他们述说着中华音乐文化的发展历史,彰显着中华优秀传统文化的绚丽辉煌。成都博物馆与成都市七中育才学校水井坊校区在新年到来之际,共同推出民乐快闪活动,旨在通过与博物馆音乐文物的结合,以民乐合奏、独奏、重奏等多种展演形式,生动展现中华优秀传统文化之美,在以往传统乐器之声拉开新年序幕的同时,也让中华源远流长的优秀传统文化和延续千年的民乐精髓得以传承与弘扬。

快闪活动于 13 时 30 分正式启动,成都博物馆的各个展厅内先后响起了琵琶、古筝、扬琴、二

胡、竹笛等乐器声,奏响了中国传统民族音乐的华章。石犀游冰,百鸟和鸣,花重锦官,三星辉映,连皮影也仿佛随乐起舞,影舞万象,一时间,冬日的博物馆充满了勃勃活力与生机。

这些乐曲是七中育才卓雅民乐团的同学经过数月的训练打磨出的 20 余首曲目,其中包括温婉细腻的《彩云追月》、活泼欢快的《三六》和热烈喜庆的《喜洋洋》三首大型合奏乐曲。著名民乐家吴彤说:“当一位演奏家用它全部身心倾注在一件乐器上的时候,乐器本身已经不重要了,吸引我们的应该是他内心的呼喊和灵魂的温度。”同学们正是借手中唇畔的乐器,用自己的情思与文物对话,与文物共鸣,遨游历史。同学们的精彩演绎吸引了众多观众驻足倾听观看,得到大家的一致赞誉。

这场馆校共筑的“民乐快闪”,让酣畅的感官苏醒,让遮掩的知觉打开。一弹一拨,一吹一奏,于中华历史的长河中奏响当代青春的潇洒,唤醒着更多人对成都历史、中华文化无尽的热爱。