

第35届上海旅游节开幕在即 长三角城市齐“助阵”

作为上海文旅的一张黄金名片,第35届上海旅游节将于中秋假期前夕盛大开幕。

据悉,本届上海旅游节将于9月14日至10月6日举办,聚焦“爱购时节、城市记忆、畅游水岸、都市风情、海上繁花、云游盛会、花园盛会、城市协奏”八个板块,共推出200项主题游产品和活动。

本届上海旅游节积极联动盐城、南通、嘉兴、靖江等长三角城市,设立上海旅游节分会场,充分发挥旅游节从立足上海、走进长三角到服务全国文旅的双向赋能综合型平台作用,以节畅通国际国内旅游大循环。

非遗国潮、乐高花车…… 以节赋能,放大文旅资源集成效应

◎ 邹娟



作为上海旅游节的标志性活动之一,花车巡展因其鲜明的都市特色、广泛的受众覆盖以及出色的宣传效果而备受瞩目。它不仅创新了旅游场景中的文化展现方式,还增强了文化IP在旅游领域的价值。在活动期间,将有25辆华丽的花车在覆盖上海市12个区的巡游路线上展示,共计12场次。整个花车巡展活动将突出三个核心主题。

关键词一:传承

本届旅游节的25辆花车中既有旧相识的老朋友,也有新面孔的创新表达。重要目的地城市、知名主题乐园、头部文旅商品牌活跃在节庆聚光灯下,用光影描绘IP形象。

其中,有来自南京、苏州、南通、盐城大丰、常州、靖江、衢州、嘉兴、黄山等长三角地区的9辆花车,集中体现了长三角一体化战略的文旅实践成果,南京的古都新辉、嘉兴的水乡雅韵、黄山的钟灵毓秀通过花车这一载体,将旅游目的地形象展现得淋漓尽致。

在8家上海本地花车中,有以普德赋光明之城、乐高乐园、佘山国家旅游度假区为代表的文旅地标;有以宝山、崇明、临港为代表的一区一品文旅特色;有来自上海品牌国际认证联盟的花车,汇聚沪上行业领先品牌,助力打响“上海品牌”金字招牌。

此外,还有首次参展的吉林省、鄂尔多斯、敦煌等北方重要客源地、目的地,上海对口支援地区的日喀则、喀什、遵义,还有澳门特别行政区政府旅游局、台北市政府观光传播局的主题花车同台展示。这些花车共同构建起“东西南北中”的全覆盖格局,让广大上海市民和海内外游客足不出“沪”,感受多元文化风情,也进一步展现了上海作为文化“大码头”的软实力。

关键词二:创新

今年的25辆花车,在传统工艺的基础上融入了数字体验、国潮美学和非遗特色,通过技术与创意的升级,打造一座座流动的城市博物馆、演艺大舞台,传递优秀文化,讲述中国故事。

其中,吉林省的花车首次采用了

AI+人工相结合的方式,逼真还原了雪国风光的旖旎和长影厂的光影记忆;首次亮相上海的“敦煌金”号花车集中展示了飞天等敦煌文化元素,与即将在中华艺术宫开幕的“何以敦煌”敦煌艺术大展遥相呼应;老凤祥2024“风尚金潮”花车打造了炫彩凤尾的闪耀细节,通过LED动态灯光编程效果形成凤凰羽毛的流光溢彩飞舞特效;上海乐高乐园花车由放大25倍后的乐高积木砖块拼搭而成,通过精心设计和创意表达,让市民游客对乐高悟空小侠、飞龙过山车等乐园项目先睹为快;靖江花车以国潮风格水纹托起巨型非遗汤包、二十四节气美食以及灵动江豚,向世界讲述“大江美景·靖江美食”的“小城故事”。



关键词三:惠民

花车巡展作为都市流动的光影带,将在夜间都市文旅业态上发挥重要的穿针引线作用,助力让全城亮起来、人气聚起来、消费旺起来。

自9月14日首度亮相中华商业第一街“南京路步行街”参加开幕大巡游之后,花车队伍将在上海的黄浦、静安、普陀、松江、崇明、奉贤、金山、嘉定、杨浦、青浦、宝山、临港新片区等12个区域进行巡展,活动总里程数约1800公里。这一流动光影将分别点亮“大学生旅游节”“苏州河十二国色水岸旅游节”等旅游节重点品牌活动。同时,由花车巡展打造的流动旅游夜秀,将与“博物馆奇妙夜”“美术馆奇妙夜”等文化夜赏,以及“唐韵中秋游园会”“德国啤酒节”等都市夜娱,共同带动上海文旅的夜间消费。

2024年上海旅游节花车巡展暨评比大奖赛将采用H5线上投票和专家评委评选相结合的方式,通过综合评比后选出多项奖项,包括最受欢迎人气奖、最佳制作工艺奖、最佳视觉造型奖、最佳灯光效果奖、最佳动感效果奖、最佳表演效果奖、最佳仿真效果奖、最佳创意理念奖、最佳传播价值奖、最佳色彩演绎奖、最佳人文风情奖等。市民游客可以通过公众号“乐游上海”“上海热线”“魔都空音”发布的H5给自己喜欢的花车进行投票。

浙江两城“加盟”上海旅游节 长三角城市文旅联动发力

◎ 记者 李超然



本届旅游节继续秉承“人民大众节日”的办节宗旨,发挥上海客源地优势,以主分会场联动惠民、主宾礼遇等措施,实现客源互送、资源互享。各分会场将积极参与景区景点门票打折优惠、文旅产品专题推介、惠民旅游产品线上直播售卖、线下文旅专场推介路演等活动,为市民游客提供更优惠、高品质的文旅产品。

在八个分会场上,长三角的分会场有五个,分别是黄山、嘉兴、盐城、南通和靖江。从历年的分会场分布来看,与长三角城市的文旅“梦幻联动”是上海旅游节一直以来的特色。从假日列车客源互送、文旅消费券发放,到精品线路推荐、一卡畅游长三角等,长三角城市之间的文旅融合发展,也已经成为了一体化具体的展现方式。

近年来,长三角城市在文旅方面的合作愈发紧密。本月在嘉兴举行的2024长三角后亚运文旅宣传推广活动暨第七届长三角旅游协会联席会议中,三省一市推出30条精品旅游线路,从文明探源、红色旅游、考古研学、高铁线路等方面整合资源。同时,四地旅游协会共同发布“嘉兴宣言”,在联合打造世界级文化旅游目的地、推动公共服务优质优享、加强高铁枢纽城市一体化联动等方面达成了共识。

浙江省旅游协会会长陈妙林在会上表示,如果每个地方都各自为阵,文旅产业是没法进一步发展的,在经济活跃、交通发达而且文旅资源丰富的长三角区域更是如此。

而本次的上海旅游节,则是长三角城市文旅协同发展的又一个合作。

为何要在城市之间进行文旅联动?南通大学长三角现代化研究院院长、上海社科院研究员何建华认为,区域间的文旅合作带来的是双向利好。每个城市都有各具特色的旅游资源,文旅上的打通可以让客源双向流通起来。

上海一直以来都是假期出游的热门目的地,在今年上半年,上海接待游

客数量超过300万人次,与去年同期相比增长超过140%。而上海旅游节等活动的开展,会加速吸引周边城市居民赴沪游览。同样的,上海的两千余万常住人口也为周边城市提供了丰富的客源,何建华认为,一些周边城市有很丰富的旅游资源,但在知名度、市场化、品牌化运营等方面比之上海还有不足。例如此次作为分会场的江苏南通,有八小名山之一的狼山和启东圆陀角黄金海滩等旅游景点,依托上海旅游节的这个大平台,可以得到更多的关注。

同时,从国际文旅市场的角度考虑,长三角多个城市的文旅联动可以促进区域整体对于境外游客的吸引力。上海将旅游节打造成一个开放式的品牌,可以进一步辐射长三角,打开更大的国际市场。

这些合作的实现和交通网络的快速发展是分不开的。6月份开通了上海站至上海虹桥站的G8388次长三角“大环线”列车,一条线路串起了苏州的园林、杭州的西湖、安徽的黄山等世界级景点,给游客提供了更多样便捷的出行选择。

目前苏州、上海一些站点已经实行了“铁路e卡通”服务,旅游无须提前买票,直接扫码过闸进站乘车,实现随到随走。何建华认为,未来如果把类似模式或者“联程票”模式运用在长三角环线上,将进一步发挥其文旅融合的意义。

此外,上周刚开通的杭温高铁也缩短了长三角多个城市的时空距离,杭州和温州变成“1小时高铁圈”邻居,而长三角等头部城市,如上海、南京,也将因为这条高铁线路获益。

在硬件条件提升的同时,何建华认为各个城市也应该进一步挖掘城市的内核,开发适销对路的产品。“有一些文旅产品过于商业化,太强调让游客消费了。但事实上让游客享受自然景观,体验历史人文,享受周到服务,购物和消费都是随之而来的附加品。”何建华说。

(本文图片均由上海市文旅局提供)