南京都市圈

来安

总策划:陈 艳 特约编辑:韩先秀
电话:(0550)5619543 传真:(0550)5612332
电子邮箱:laxcbxwk@163.com

从“流量”到“留量” 绘就长三角微度假新图景

——安徽省来安县全域旅游发展观察



杨郢樱花谷云海漫过山岭,山野风光壮美如画。 董 胜 摄

今年以来,安徽省来安县紧扣长三角一体化发展战略,围绕打造“长三角休闲度假旅游目的地”目标,聚焦“1223”全域旅游发展格局,以“大有‘来’头·来者皆安”全域文旅品牌为引领,同步做强“来享臻品”县域农特产公共品牌,坚持项目引领、业态创新、服务提质。截至10月,全县累计接待游客约380万人次,同比增长7%,包括南京在内的长三角客源占比超60%,文旅产业对县域经济的贡献度持续提升。

江淮分水岭风景如画 何志贵 摄

兴茂水镇人流如织 吕 华 摄

游客在大雅毗邻人家游玩 徐 艳 摄

成群的白鹭在田间嬉戏、觅食。 李晓霞 摄

场景焕新,把“流量”转化为“留量”

国庆假期的兴茂水镇,大型“时光剧场”让古街以老记忆碰撞新潮流,时光小卖部、老式货架、年代金曲、复古NPC、田园烟花秀连轴上新。来自南京浦口区的“回头客”王宇阳刚踏入水街,耳畔便传来《青苹果乐园》的旋律。“从南京开车过来只要30多分钟,上次来是冲着武侠主题,这次是怀旧主题,每次来都有新花样。”

“我们不只是让游客看一眼,而是让他们走进来、玩进去。”来安县文化和旅游局局长冯佳佳介绍,兴茂水镇A区今年5月以“非遗+武侠”沉浸式主题运营,累计接待游客超27万人次;大雅特色集市打造“烟火气+创意零售”周末消费场景;水世界推出“亲子戏水+古镇漫游”暑期套餐,国庆期间又把水镇切换为“时光剧场”,做深街区二次消费文章。

消费热起来,品牌也要立起来。“大有‘来’头”作为来安全域文旅品牌,正在把分散的节庆、场景和产品收拢到一根主线上;“来享臻品”则把雷官板鸭、汊河牛肉、水口老鹅煲等乡土味道装进统一的农特产公共品牌体系,让游客“来了有得玩,走了有得带”。今年以来,全县投放全域文旅消费券60万元,覆盖景区、民宿、餐饮等多元业态,已核销364365元,直接带动消费约200万元,杠杆效应显著。

同时,节庆活动串起全民消费链。春季,第十五届滁州市桃文化旅游节、汊河“毗邻人家”赏花季、方家港樱花谷生态文化旅游季接力登场;夏季,以兴茂水镇开街为龙头,叠加三城龙虾美食消费季、半塔烧烤狂欢季、舜山瓜果采摘季,带火夜间经济与乡村游;秋季,中国农民丰收节滁州主场落在汊河大雅毗邻人家,兴茂水镇怀旧嘉年华与杨郢红岭“开心抓猪”双线出圈,撬动乡村夜游与农特产品销售;冬季,来安池杉湖观鸟周暨非遗美食文化宣传系列活动、年货集市又把年味提前点燃,让来安的冬季不再是传统意义上的淡季,更成为“大有‘来’头”品牌矩阵中一个辨识度鲜明的季节板块。

文化润城,让群众共享文旅发展成果

10月15日上午9点,新安镇新城社区洪山戏《珍珠塔》正式开演。经典唱腔一起,台下喝彩连连。60岁的李秀珍是忠实观众,她早早就坐在前排,跟着熟悉的旋律轻轻哼唱。“这是家乡的戏,我总是看不够。”

好文化润泽好生活。今年以来,全县深化“文旅杯”“百姓大舞台”等品牌活动,开展群众文化活动500余场,线上线下惠及群众45万余人次;新安镇青龙社区入选2026年全国夏季“村晚”示范展示点,观看量超35万人次;4个新型公共文化空间投入试运行。文艺创作好戏连台:复排洪山戏《恩仇记》等传统剧目40余场,重点打磨新创剧目《降龙记》,秧歌灯《庆丰收》、雷官戏曲马灯《万马奔腾》在市县级展演中获好评。

“来安的好非遗不能只做陈列在展柜里的老物件,而应成为‘活’在百姓身边的生活方式。”冯佳佳说。来安县深化“非遗+旅游”模式,在兴茂水镇、池杉湖国家湿地公园等景区常态化设立非遗展示区,今年以来开展“非遗进景区”活动30余场,吸引游客超30万人次;同步推进“非遗进校园”“非遗进暑托班”等活动,覆盖青少年800余人次。

毗邻协作,擦亮长三角文旅品牌

“乡村烟花秀,太美了!”国庆期间,汊河镇大雅毗邻人家烟花秀现场,南京游客戴晓东举着手机记录夜空盛景。他一大早就来了,白天逛大雅集市、尝特色美食,晚上看烟花表演、听乡村音乐。“长假出远门,路上堵、景区挤,倒不如和家人到乡下走一走,松弛又自在。”

来安地处苏皖交界,是南京、合肥两大都市圈“双圈叠加”的核心区域,坐拥生态湿地、岭上风光、红色文脉、田园民宿四大旅游特色。全县已打通北部旅游环线,将半塔红色旅游、舜山苗木、张山桃花、杨郢高山峡谷等景点巧妙串联;南部以兴茂水镇为旅游新地标,带动汊河“毗邻人家”、三城龙虾小镇、雷官池杉湖国家湿地公园等南部特色乡村游发展,形成南北呼应、山水互补的大文旅格局。

近年来,来安县深度融入南京都市圈,与六合、仪征、天长建立季度联席、线路联推、活动共办常态化机制:从春季四地联动线路联合宣发,到拔河联赛、龙虾美食嘉年华等文体赛事,再到兴茂水镇“文化和自然遗产日”非遗巡游活动邀三地非遗同台展演,都市圈协作由“签协议”走向“办活动、互送客”。叠加长三角网络大V采风传播,跨城攻略曝光达百万次,“来安文旅”在都市圈辨识度显著提升。

“区位是来安最大的底气,协同是我们最实的路径。”冯佳佳说,今年以来,全县把“包括南京在内的长三角客源占比超60%”的市场优势,转化为生态乡村游、红色研学游、美食体验游等多元产品供给;生态乡村游累计吸引游客超200万人次,带动乡村农产品销售、餐饮住宿等消费超亿元。

“得天独厚的区位优势,让来安县成为周边市民‘周末微度假,往返无压力’的绝佳目的地。”冯佳佳表示,南京、合肥文旅市场广阔、消费活力强劲,来安生态优美、产品丰富,区域互补性极强。希望通过开展更多文旅活动,更好地展示来安文旅新成果,吸引更多长三角游客到来安感受山水之美、人文之韵、烟火之气。

项目提速,为全域旅游蓄势赋能

半塔镇拥有新四军二师师部旧址、半塔保卫战旧址等28处红色遗存。总投资6.03亿元的半塔·皖东新四军红色文化旅游基地项目稳步推进,其中半塔红色文化主题教育项目已基本完成。“我们正打造‘一课一战一拉练’体验项目,通过AR、全息投影等技术让游客沉浸式感受历史。”冯佳佳介绍。

在半塔镇,龙窝寺民宿二期主体完工,进入内部装饰阶段;三城镇乡村振兴产业融合示范区布局稻虾展示中心、农耕研学馆等业态;宝山银杏长廊综合提升项目已完成总进度的90%,驿站、咖啡店投入运营,银杏咖啡、祈福体验等消费业态相继落地。

文脉保护步履铿锵。全县常态化开展文物巡查50余次,第四次全国文物普查顺利通过省级验收,新发现不可移动文物18处;尊胜禅院正殿维修工程竣工;国家一级甲等文物“金扣玛瑙碗”仿制及博物馆布展工作完成,已联合滁州学院完成文创产品初步设计洽谈。

谈及下一步工作,冯佳佳表示,来安县将锚定文旅高质量发展目标,持续做强“大有‘来’头”全域文旅品牌,丰富全域全季产品供给,提升服务品质和品牌影响力;进一步深化区域协同,主动对接南京及长三角市场需求,不断提高来安文旅辨识度;同时推动文化资源、生态资源与旅游场景更好融合,让“来享臻品”等品牌跟着节庆走、跟着客流走,把来安山水之美、人文之韵、烟火之气转化为游客可感可及的美好体验。在此基础上,坚持项目引领、业态创新、服务提质并重,持续完善全域旅游格局,推动品牌矩阵协同发力、节庆活动常态引流、消费场景迭代升级、客源互送走深走实,不断提升文旅产业综合效益和县域发展带动力,让文旅发展成果更好惠及城乡群众,努力把来安打造成为长三角游客向往的休闲度假目的地。 来 宣

池杉湖国家湿地公园鸟瞰图 徐 斌 摄

江苏经济报社出版 新闻报料热线:13770672626 经营管理中心:52265803 全媒体采访中心:52305894 全媒体编辑出版中心:52266153 新媒体运营中心:52309787 江苏经济报传媒有限公司:52265477 江苏经济智库:52260706 全年定价:498元
社址:南京市虎踞南路90号 邮编:210004 监督电话:52308870 印刷:江苏新华日报印务有限公司 地址:江苏省南京市玄武区东杨坊131号 常年法律顾问:上海市协力(南京)律师事务所 韦 伟
原创版权,侵权必究。 本报所刊发图文,如涉及版权问题,请作者持权属证明与本报联系。