

## 四化同步 城乡融合 五区共兴

消费“暖”起来  
市场“火”起来  
经济“热”起来

## 眉山消费市场释放新活力

5月2日,放眼眉山东坡水街,摩肩接踵都是人;核心表演区,从成都来眉山游玩的李先生一家花100多元包下一艘游船,近距离欣赏着表演。“五一”假期每晚游客都非常多,晚上8点到9点,我们所有的游船要往返两趟。”水街游船项目相关负责人说道。

同一时间,位于二环东路的一家海鲜大排档人声鼎沸,店主方先生需要跑着为客人上菜。“等菜位的客人也有好几拨,这个‘五一’我们比前几次放假都忙。”

大街小巷人来人往、街边餐饮排队就餐、文旅行业逐步复苏……疫情防控平稳后的首个“五一”假期,随着市民出游需求集中释放,眉山消费厚积薄发,市场活力显现,仅在“五一”假期(4月29日-5月3日,后文同),眉山整体消费额就累计实现15.85亿元,同比增长28.55%。

以“五一”回望过去四个多月,围绕“服务业提升年”,眉山抢抓机遇,多端发力,顺应消费需求升级趋势,不断打造消费新场景,释放消费潜力。

□眉山日报全媒体记者 李幸 文/图



眉山烟火气一升腾。



青神中岩寺景区游客逐渐增多。



东坡水街,游人乘船游览。



第三届中铁黑龙潭春游音乐节活动现场。

特色服务满足个性需求  
选择更加多样

从灯火通明的古镇夜市,到活力涌动的商业街区,再到风景如画的乡村郊外……今年以来,人们的度假方式逐渐增多,可供的选择也更加多样。

古迹游览、博物馆打卡,文旅深度融合创新带人穿越古今,感受历史与现代的交织。

“一朵芙蓉,开过尚盈盈”中的“芙蓉”是指什么花?”“‘腹有诗书气自华’前一句是什么?”……今年4月,眉山三苏祠博物馆推出了东坡诗词擂台赛,每周六上午,游客可以在三苏祠披风榭回看与东坡诗词相关知识,集章获取精美礼品。

“以前来三苏祠主要是看风景、读楹联、听三苏故事,现在能有这样互动体验活动感觉很好。”游客刘颖说。

今年以来,青神县红色西山研学基地同样游人如织。1927年4月,青神建立了上川南地区第一个中共地下党组织——中共青神党支部;1934年12月,由中共青神中心县委领导的“西山红军武装起义”名震川西南。2021年,涵盖综合实践、红色研学、户外拓展、农耕体验四个功能区,全新的青神县红色西山研学基地建成开放,可同时容纳1000名学生参观学习。

“这种走进来体验红色文化的研学对孩子和我们来说都很必要,读到毛慈烈士的家书,我们都热泪盈眶。”从成都带孩子来研学的家长张勇说。

博物馆“遇同好”、研学“涨知识”,还有不少年轻人选择乡野寻趣,去“有风的地方”寻求大自然的治愈。

赏雪、赏花、“森呼吸”……今年以来,洪雅县瓦屋山备受青睐,4月27日,瓦屋山快速通道的正式建成通车,不仅将瓦屋山、柳江古镇、玉屏山、七里坪等多个沿线景区串连起来,此后成都前往洪雅瓦屋山车程也将缩短1小时。

记者从市文旅局了解到,今年以来,我市三苏祠、瓦屋山、彭祖山、中岩寺等重点景区,“东坡醉月地”国家夜间文化和旅游消费集聚区等文旅消费重点区域,通过品牌创建,在全国全省的知名度和影响力进一步提升,对旅游市场支撑力进一步增强,有力带动了眉山假日旅游的全域火爆。

针对不同旅游目的地和消费场景,我市还优化产品供给与服务,实施“非遗+”“文旅+”“+文旅”,针对市场新需求,全新打造10余个文旅消费新场景,差异化满足游客多样需求。

创新激活本土市场  
消费更加多元

“花不到一半的价格,收获了双倍的快乐。”4月7日晚,欣赏完开心麻花经典爆笑舞台剧《夏洛特烦恼》的市民李先生说道。在全国大剧场演出上千场,平均上座率高达95%,演出总票房破亿的《夏洛特烦恼》,在眉山,市民最低只需80元便可欣赏。

“这是眉山市‘艺行东坡’系列演出活动之一,此后每月,我们都将推出经典艺术演出,以惠民的方式呈现。”活动承办方——眉山市歌舞剧院有限责任公司相关负责人介绍。

久违的演出也激活了演艺市场,据悉,《夏洛特烦恼》在眉山上座率超过90%,第二场演出——安德烈·伊万诺维奇钢琴独奏音乐会购票也在火热进行。

“树繁碧玉叶,柯叠黄金丸。”正值枇杷成熟季,眉山市仁寿县文宫镇,乐山周先生一家趁着来这里采摘旅游,返程时顺手买上了十多斤枇杷。“文宫枇杷名不虚传,多买点回去送亲友。”周先生说。

对于文旅与产业的融合,东坡区富牛镇玉龙村村委会副主任罗东深有感触,不久前,玉龙村樱桃采摘季落下帷幕,半个月时间,上万游客光临,玉龙村千亩樱桃就地便销售一空,富了村民腰包。“发展产业的同时搞乡村旅游,玉龙村产业更富、村容村貌更好,是一种良性循环。”罗东说。

今年“五一”期间,眉山农村地区也发力“五一档”,紧抓消费旺季契机,组织开展各具特色的促消费活动,乡村、县域消费场景进一步“回归”。

随着聚餐、社交等场景性消费明显增多,农村地区零售市场也逐步发力,农村网络零售表现亮眼。

数据显示,“五一”期间,眉山农村实现网络零售额1.78亿元,同比增长62.62%,在眉山整体网络零售额中占比42.79%,较去年同期提升3.30个百分点。其中,农村实物型网络零售额实现0.62亿元,占农村网络零售额的34.71%;农村服务型网络零售额实现1.16亿元,占农村网络零售额的65.29%。

利用“杠杆效应”撬动大众消费新潜力,眉山还在精准投放消费券上下功夫,今年春节,全市开展了“约惠东坡 乐购生活”迎春购物季活动,坚持政府引导、企业参与、市民受益的原则,针对零售百货、住宿餐饮、汽车、文旅等行业持续投放“约惠东坡·乐购生活”惠民消费券、“稳企留岗专享券”“医护人员专享券”“3·15专享券”“马拉松专场券”等政府消费券,参与商家超千户,参与人数超500万人次。截至目前,全年全市各级政府、金融机构发放消费券3000余万元,带动消费近6亿元。

推动消费提档升级  
场景更加多维

暮春时节,天色渐暗,青神县观赏萤火虫的核心区瑞峰镇天池村兰厂沟迎来了赏萤最佳季节,不少游客来这里露营过夜,在“点点萤光”中寻找“诗和远方”。

“城市节奏太快了,工作也挺紧张的。露营看萤火虫,仿佛回到了小时候,特别轻松。”成都市民王欢说。

青神县瑞峰镇生态环境优美,吸引了四川省规模最大的萤火虫群在此聚集,当地利用优势,在保护基础上推出“露营+观萤”旅游产品,营造良好观萤环境。这种“抬头满天繁星,低头遍地流萤,耳畔竹叶沙沙”的如诗体验吸引了游客纷至沓来,也让当地老百姓腰包鼓了起来。

“今年以来,我们共接待游客超过11万人次,带动全镇旅游经济收入超1000万元。”瑞峰镇相关负责人表示。

同样是露营,仁寿县中铁黑龙潭国际旅游度假区却与动感的音乐结合。4月15日至16日,2023年春游音乐节在这里举行,时隔两年,该度假区重启音乐节活动。数据显示,活动期间度假区两天累计到访游客超过2.4万人次,较上一届音乐节期间同比增长50%。

记者了解到,春游音乐节也是第三届仁寿县文化旅游季宣传推广活动之一。搭乘文旅复苏的东风,仁寿县还开展了“乐购新春 仁人欢乐”消费活动。投放500万元电子消费券,推出景区旅游优惠,组织新春文艺演出和公益文化活动,为城市消费汇聚人气,扩大名气。

“随着群众对文旅市场产品的需求不断提高,我们也会紧跟风尚,依托本地资源,不断推陈出新,营造更丰富的消费场景。”仁寿县相关负责人表示。

坚持“月月有活动、季季有特色、全年可持续”的促消费思路,着力打造成都都市圈消费副中心。今年以来,眉山继续挖掘特色消费资源,打造消费场景推动消费提档升级。

“仁马”“东马”再启,“寻美乡村·乐游眉山”大型乡村旅游季持续推进,结合“烟雨柳江”春景推出汉服巡游会、国风趣味游戏……全市将消费新业态、新模式深度融入大众生活。眼下,以餐饮特色、体育健身、时尚购物为主题,日游夜食、快闪推广、“沉浸式”体验等多业态融合及生产、应用、服务的消费生态圈正在形成。