

文旅融合活力足 市场消费“热辣滚烫”

春节期间,宝鸡市凤翔区商品销售额实现2.9亿元



“龙腾盛世”社火游演

今年,宝鸡市凤翔区在春节期间“花式整活”,区委、区政府推出13项大型系列文旅商体活动,各镇村也因地制宜打出“组合拳”,举办了200多场次内容丰富、形式多样的群众文化活动,让雍城大地上的这场文旅盛宴“热气腾腾”、年味浓浓。 记者 芮扬 通讯员 凤宣文/图

精彩活动年味足 文化味更浓

春节期间,凤翔区依托本地历史文化资源“富矿”,深挖秦雍文化、苏轼文化、凤酒文化、民俗文化,通过举办系列群众文化活动,主打文化年、民俗年、非遗年,文化味浓、参与性广的精彩活动轮番上演,为市民和游客提供了丰富的假日文旅体验。

正月初五,凤翔东湖景区南门广场,一场别开生面的秦腔历史实景剧《苏轼情》精彩上演。

正月初十,万人瞩目的“龙腾盛世”社火游演在凤翔区主干街道精彩呈现。

在游演队伍中,凤翔游龙舞狮蜚声西北地区,也称“舞龙灯”“耍龙灯”。现场表演把年味“拉满”,观众此起彼伏的拍手叫好声,也将整场游演活动推向高潮。据了解,当天参与“龙腾盛世”社火游演的演职人员有3600余名,线上线下观众超过1500万人。

腊月二十三是北方小年,在凤翔区田家庄镇南小里村新时代文明实践广场,“年画进万家·幸福中国年”——年画重回春节活动拉开序幕,这是凤翔区策划的“非遗过大年 文化进万家”系列

活动之一。在现场,非遗传承人展示年画制作技艺,为群众发放“门神”和“家宅六神”传统年画,书法爱好者挥毫泼墨,写春联、送春联。

文化是旅游的内核,凤翔区坚持以文塑旅、以旅彰文,全力打造“西凤酒文化产业集聚区、西府民俗和非遗文化传承推广区、先秦文化和苏轼文化集中展示区、区域文化创意发展先行区”,开展“旅游+”系列活动,全面提升凤翔综合竞争力、文化软实力、产业竞争力。

景区旅游人气旺 吸引力更大

春节假期,凤翔东湖景区人气爆棚,热闹非凡,“游东湖园林 品非遗雅韵”、赏花灯猜灯谜等活动吸引了许多外地游客前来打卡游玩。

东湖景区工作人员植杨介绍,从大年初一至初八,前来东湖景区参观游玩的游客累计超过了10万人次。

此外,凤翔区博物馆、周家大院也迎来了游客高峰,据馆内工作人员介绍,假期8天,平均每天接待游客3500人左右。

大年初一,雍州古镇景区迎来游客高峰,一大早就开启“人山人海”模式。当

天,凤翔区南指挥镇宝鸡先秦陵园博物馆游客爆满,大量游客入园参观,沉浸式体验“秦陵寻龙”“祈福印年画”、射箭投壶等活动,感受秦文化魅力。

今年春节,返乡、探亲、出游多重因素交织,带全家体验各地年俗文化成为亲子出行、合家旅游的一大亮点。春节假期,非遗活动吸引了越来越多的游客,年俗活动热度居高不下,凤翔文旅消费潜力再度释放,在线旅游网络零售额实现116万元。其中东湖、灵山、秦公一号大墓景区热度排名前三。

商体融合多业态 消费热度更高

络零售额实现625万元。

大年初一,在六营村,记者看到村民韩强沉浸在泥塑制作中,妻子张巧凤和女儿在家门口的摊位前正忙着向游客们介绍泥塑作品。

有着百年传承历史的凤翔泥塑,造型夸张、色彩鲜艳,深受人们喜爱。六营村有70%的农户从事泥塑生产,一个正月,泥塑产业也让当地村民个个赚得盆满钵满。

线上,网上消费年味浓厚,不断释放新活力。“今年,我们企业网上各平台销售额占总体营业额的70%。”凤翔区电商达人“豆花西施”王婷说,春节前后是凤翔特产豆花泡馍的销售旺季,“云上年货节”为商家拓宽了网销渠道,提高

了凤翔特色产品的知名度。

据统计,春节期间,凤翔区商品销售额实现2.9亿元,同比增长46.42%;实物型网络零售额实现928万元,同比增长55.38%。

央视、新华社、陕西新闻联播等省主流媒体纷纷宣传报道凤翔春节文化旅游活动,在新浪微博平台开设的话题#我在凤翔过大年#网上浏览量达700万,在抖音平台开设的话题#凤翔社火#网上浏览量达830万。凤翔融媒开通共享拉流地址,实时直播社火游演活动盛况,推流达1000万+!

一场场春节文化旅游活动在雍城大地上演,浓浓的年味里欢声笑语不断,文旅消费持续火爆,让凤翔这座历史文化名城活力四射、生机勃勃。



凤翔区槐原龙年排灯文化艺术节现场



秦腔历史实景剧《苏轼情》精彩上演



凤翔游龙舞狮队伍游演



年画重回春节活动现场



“游东湖园林 品非遗雅韵”活动人气爆棚