

明月落怀 远近皆宜

万政

又是一年中秋时，多家机构预测，“轻旅游”“微度假”“本地游”依然是今年中秋小长假的主流出游方式，“花式看展”会成为城市年轻人的心头好，中秋祈福、汉服游园、花灯船宴等具有传统特色的主题项目将受到游客青睐。

虽然这几年旅游业在与疫情拉锯的过程中受到了不小的冲击，但也让

许多人意识到，旅游的品质不是由出行距离长短决定的——诗歌不一定在远方，近处也可有篇章。大量从业者开始回归旅游业的本源，摆脱过去粗放的发展方式，寻求产品和内容的升级，把真正满足人们的向往摆在突出位置。开发新玩法、增加新体验，中秋3天小长假，有了更为丰富的选择。

赏月，是中秋文旅消费的重头戏，也带动了夜市市场走热，比如秦淮夜游、京杭大运河夜游等，几乎每年都是人气火热的项目。今年中秋节，国内有多个目的地及景区推出中秋主题景观，打造中秋集市、游船夜赏、中秋月光露营等活动。从西安大唐不夜城到上海黄浦江岸灯光秀，从登高望月到海上观月，不同的夜游地点与赏月方式，满足了不同游客对于“千里共婵娟”的期待。

团圆，也被赋予了更多的表达，许多家庭选择把合家欢的场景从家中搬到户外，在明月山河之间享受天伦之乐。不少景区、酒店也适时推出合家欢、亲子游主题项目，用浓浓“中国味”吸引消费者，做月饼、逛灯市、赏美景……家庭成员在感受传统文化过程中，增进情感交融，同时也为线下旅游的复苏带来希望与路径。

寻秋，或许将成为中秋文旅市场又一大热点。今年超乎以往的暑热，挡住了一些人暑期出游的脚步。随着秋风送爽、暑热渐去，舒适的气候条件，为短途旅行增加了多元的选择。徒步登高、自驾寻秋、乡村行摄、人文探索……让人们体会美好就在身边，也让他们感受到“不远游”虽然存在空间的限制，但也增加了驻足的时间，不

过奔波于路途之中，或许更能体会旅途的意义。

不过需要提醒的是，随着短途游的兴起，露营热、溯溪热在社交平台、短视频平台、旅行游记攻略平台越来越火，很多位于山涧处、溪水边、公路旁的“野生网红打卡点”出现在人们的视野中。这些小众地点或许真的很美，但没有经过正规开发且存在诸多安全隐患，并不真正适合游玩，不能轻易尝试。相关的内容平台，也应该在内容审核过程中做好风险提示工作。要记住，唯有平安喜乐，才是佳节里最重要的文化内核。

明月落怀，远近皆宜。无论身处何处，愿人人都拥有一个美满的中秋。

观澜

8月28日，身穿汉服的游客在上海虹桥南丰城感受中秋节日氛围，品味传统文化。
新华社记者 陈飞摄



百年老街

立秋过后，一些南方城市依旧暑气未消，而夜幕下的哈尔滨已是阵阵秋凉。漫步在哈尔滨的中央大街，几处悠扬的绵绵歌声，为哈尔滨百年老街增添了几分浪漫。

一到中央大街，就不能说来过哈尔滨。中央大街始建于1898年，与哈尔滨建城时间几乎同步，它全长1450米，宽21.34米，是亚洲最长、中国最早的步行街。百年积淀的文化底蕴、独具特色的欧陆风情、经久不衰的传奇故事、流光溢彩的迷人夜色，让这里成为哈尔滨旅游必到之处。

本报记者

站在马迭尔宾馆门口抬头看，一位小提琴手正在阳台上缓缓奏出悠扬动听的乐曲，吸引了众多游客驻足聆听；在斜对面不远处的商场橱窗中，一位乐手正在用萨克斯吹奏着欢快动感的乐曲。百年建筑与音乐交相辉映，成为中央大街景观中一道独特的风景线。市民刘令一边拍着视频一边告诉记者，“晚饭后来这儿散步、听音乐，是每天陶冶情操的好去处”。

夜色美

中央大街与音乐结缘已久。“迷人的哈尔滨之夏”市民音乐嘉年华系列文化活动已成为当地独具魅力与特色的群众文化活动品牌，全市各行业群众文艺团体、社区、大专院校以及机关企事业单位的优秀文艺人才汇聚于此。

如何创新形式让音乐持续为老街赋能？今年，中央大街管委会深挖优势旅游资源，推进旅游、文化、音乐、时尚等产业融合发展，利用鲜花网红阳台分时段开展诗歌、乐器、民谣等文艺展演，全方位、多维度地提升游客体验度，持续放大中央大街旅游地标影响力。“中央大街上的特色风格建筑有70余栋，许多建筑的阳台更是别具一格，我们打造的鲜花+阳台+音乐，营造出更加浓厚的浪漫氛围。”中央大街管理委员会办公室相关负责人表示。

在中央大街打造的首条特色辅街——红霞餐饮美食特色街，风格各异的牌匾、五彩缤纷的灯光、门口等位的人群，交织成了一幅烟火气满满的画面。街区一家餐饮企业负责人刘亮告诉记者，在高峰期，门店平均等位时间在1个小时左右。“这里有美景、美食、还有音乐演出，来中央大街感受到了哈尔滨的‘洋气’，真是不虚此行！”正在饭店门前排队等位的游客徐絮兴奋地说。

《哈尔滨市繁荣夜间经济实施方案(2020—2022年)》明确提出，打造以中央大街为核心的夜间经济消费带，通过线上线下相结合的方式为哈尔滨夜间文旅经济繁荣助力。以打造“中国欧陆风情街”为目标，中央大街全面启动提升项目，升级中央大街街偶动物乐园、音乐餐厅、啤酒花园、艺术中心及非遗展示馆等文旅综合业态。随着一批新老品牌和大小特色商铺的加入，中央大街夜间经济活力日益增长，游客开始由走走看看向坐下来消费转变。各种冷饮店、旗舰店、可口可乐主题馆、哈尔滨红肠专卖、马迭尔冰棍摊位前客流不断。

哈尔滨市中央大街管委会办公室工作人员介绍，自2020年起，中央大街先后引进九月的酒、二条商店、西街民谣酒馆等86家网红特色店，在带动夜间消费的同时，也提升了中央大街夜生活的影响力；每年推出的“中央大街特色美食街主题巡游活动”吸引了大批市民和游客，活动期间每晚客流量超30万人次；中央大街音乐之街、老街音乐汇、中央大街艺术节等品牌文化活动，丰富着中央大街四季的夜生活。



本报记者
马维维
摄

本版编辑 陈莹莹 美编 倪梦婷

千里山海带火精致威海

本报记者 王金虎

中秋来临，山东省威海市文登区慈口观温泉民宿预订爆满。甚至连“十一”小长假期间的客房，也已预订超过60%。

“中秋假期，我们驿站附近的酒店、民宿预订火热，自驾游的客人都想在千里山海旁享受美景、共话团圆。”威海千里山海自驾游公路那香海·英伦风情驿站工作人员王建伟说，作为一个主打欧式浪漫的驿站，他们还筹备了一台中秋晚会。

今年，火爆的自驾游直接推动了威海旅游业的复苏。威海市文化和旅游局统计数据显示，7月以来，来威海旅游的总人数比2019年增长20.10%，旅游收入比2019年增长8.61%。8月以来，日均住宿人数比2019年同期增长2.5%，星级酒店日平均营业收入环比增长20.1%。

千里山海自驾游公路是2021年9月17日举行的第二届中国国际文化旅游博览会文旅推介会上首个推介项目。如今，千里山海已经成为威海旅游的新IP。

2021年5月，威海在全国首创非高速公路标准运营模式，将该市90%的核心旅游资源、400余个特色小镇等“一路串联”。启动1年多来，千里山海自驾游公路单日最高客流量突破40万人次。凭借这条路，威海成为全国自驾游目的地的黑马城市，被文化和旅游部作为典型案例在全国推广，自驾游威海已成为好客山东的“新团宠”。

无边界景区

初秋的轻风让人惬意无比，沿着自驾路上的创意路段“彩虹路”前行，就到了威海荣成市爱伦湾国家级海洋牧场。在海洋牧场展示厅里，运营经理于大鹏讲解得劲起劲：“小朋友们，瓦片下的小鲍鱼在睡觉呢，昼伏夜出是它们的习性。”

爱伦湾海洋牧场是首批国家级海洋牧场示范区。千里山海

启动这一年，来牧场的客流量大幅提升。于大鹏说，自驾线路开通前，70%的游客为团体客，而今自驾游占到一半以上，最多时每天接待上千人次。

今年，这条千里山海自驾游公路成为不少游客心中的自驾“顶流”，威海俨然成了一个没有边界的“大景区”。

海洋是威海旅游的最大优势，游客们大多奔着“看海”而来，期待对威海特色的海洋牧场、海洋文化、渔家生活进行深度体验。千里山海自驾游公路串联沿线15个国家级海洋牧场，促成了集“游、玩、学、食、购”于一体的新业态。

威海基本囊括了国家公布的74种旅游资源，但此前受制于旅游资源分散，游客多以一日游和过路游为主。今年，千里山海自驾游公路开通了“海上看威海”航线，游客们自驾到刘公岛后，可乘坐旅游航线在一天内往返刘公岛与鸡鸣岛，实现“跳岛游”。千里山海自驾游公路真正成了一条“串联”山海的全域景观环道。威海文旅集团市场营销部主任刘皓介绍，近期刘公岛每日接待万名以上游客，“跳岛游”门票一票难求。

“这条路不仅是对文旅资源的串联集成，更是多种业态的融合，让威海旅游更有奔头。”威海市文化和旅游局相关负责人介绍，千里山海自驾游促成了“交通+旅游”“时尚+旅游”“体育+旅游”等新业态，以开放共享的经营模式重塑“+旅游”生态。

不久前，第四届潮汐公社赶海节在威海市文登区洋库镇开幕，游客们纷纷来到这里观看赶海节祭海民俗表演，购买山东手造及特色农产品，累了就在一旁的“月亮营地”帐篷里休息，还能在炫酷的太空舱民宿体验一把科技感。

千里山海自驾游公路启动以来，威海自驾游占比超70%，2天至3天的深度游占比提升80%，景区、酒店收入增长近20%。

酷炫体验

伴着阵阵马达轰鸣，帅气拉风的哈雷机车列队出发……9月3日，来自临沂和威海的20多名车友结伴骑行，成为千里山海自驾游路上的一道酷炫风景。

威海正打造重机骑行爱好者喜爱的休闲自驾游目的地。7月至今，驿站孙家疃·哈雷驿站接待了40多个批次的哈雷车队，驿站房间的“爆满”状态将持续到“十一”小长假后。“千里山海已经成为‘哈雷圈’里呼声最高的自驾路之一。”孙家疃·哈雷驿站负责人贾春林说，这条路吸引了全国各地的“哈雷一族”“房车一族”“越野一族”。最近，由车友们投资拍摄的电影《骑士之路》即将开拍，主要取景地就是这条千里山海自驾游公路。

一路向东南，东浦湾·房车驿站近期迎来了50辆房车“集体打卡”。活动负责人宋恩涛说，活动年初就开始策划，来自沈阳、安徽、上海等地的150多人房车队伍已经入驻东浦湾房车基地。

东浦湾房车营地占地15万平方米，规划了50辆营地式房车、10个标准房车泊位。威海经济技术开发区组织的2022“中国旅游日”经开区潮玩露营季启动以来，东浦湾房车营地接待游客超过10万人，吸引了大量房车游客的到来。

“打开房门的刹那就被惊喜到了！”一位网友在自己撰写的攻略文章里说，以前一直感叹国内很少有房车旅行的概念，而威海的小五队·抱海驿站有自行车房车营地6个、固定式房车营地35个。每天早上枕着海浪醒来，晚上就躺在床上看星星，满足了游客对房车旅行的期待。

“千里山海”不断被激活：哈雷驿站、房车驿站、海草房驿站、天鹅湖驿站……极具威海特色的15处主题驿站，是千里山海自驾游精心打造的文旅新场景。今年，威海市计划开放22处主题驿站、56个观景平台和12处特色创意路段，并推出威海寻鲜游、房车露营游等200余项品牌活动，不断打造丰富多元的新场景。

出彩营销

从7月到9月初，“遇见威海的海”景区慢直播累计观看量已超过850万人次；8月17日，一场“跟随镜头打卡千里山海公路”直播吸引了53.5万观众；不久前，中英、俄三语短视频《国际范儿市长邀你游威海》总阅读量突破1.35亿次，精致威海的吸引力、影响力、带动力可见一斑。今年以来，威海通过旅游攻略、景

区慢直播以及主播、达人自驾打卡等精准营销使游客线上“种草”，吸引更多年轻消费群体线下“打卡”，保持“网红打卡地”的流量热度，持续释放威海旅游目的地效应。

凭借出新出彩的宣传营销，过去的这个夏天，威海自驾游从“小热”发展到“爆红”：入选携程暑期租车全国自驾热门目的地前10名；成为马蜂窝长线旅游目的地瞬时访问量热度涨幅最高的10座城市之一。“爆红”背后，是一场打造中国自驾游公路的创新探索。当下，千里山海自驾游公路正在构筑运营生态、品牌形象和品牌产品三大体系。其中，“量身定制”的品牌形象体系推出了一个LOGO、一个广告语、一组歌曲、一部宣传片以及一本自驾游护照，向海内外游客发出自驾游威海的盛情邀约。

“山在路上，海在路上，威海有一千里山海的画廊……”这首为自驾游打造的“主题曲”《山海在路上》由中国音乐家协会副主席戚建波作曲，著名词作者车行作词。如今，《千里山海 自在威海》系列组歌已发布7首，累计播放量突破亿次。

最近，威海市发布了“爱在威海”四季文旅产品，“金秋重逢 相知威海”秋季精品旅游攻略推出重沐海风·治愈之旅、重沐海味·美食之旅、重享硕果·收获之旅、重现永恒·艺术之旅、重走红色·初心之旅、重游仙山·登高之旅六大主题线路，全方位满足游客秋游威海的不同需求。

“围绕自驾游，我们全力构筑‘千里山海·自在威海’自驾游品牌体系，整合四季优质文旅资源。”威海市文化和旅游局许红妮说，以爱情三部曲“春游·初见——夏游·热恋——秋游·重逢——冬游·表白”为主题策划的“爱在威海”四季文旅品牌产品，非常受游客的欢迎。

“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。我们将继续放大千里山海特色优势，完善硬件设施，强化软件服务配套，提升千里山海自驾游公路辐射力影响力，推进全域旅游和精致城市建设互促共进，着力将威海打造成国际滨海休闲度假旅游目的地城市。”威海市委书记闫剑波说。

打造高质量文旅精品