

如何推动无锡文旅“出圈”，委员们建议—— 让“无锡甜”一口入心 让“无锡景”一眼万年

从“淄博烧烤”“洛阳汉服”到势头正劲的“尔滨”……去年以来，各地文旅花式整活，频频“出圈”。如何进一步擦亮无锡文旅招牌，在风风火火的文旅“抢人大战”中找到自己的独特定位？今年无锡两会上，委员们贡献了不少“金点子”。

关键词：引客留客

丰富水上游 亮化夜景观

早在1998年，无锡就成为第一批中国优秀旅游城市。“20多年来，无锡旅游服务功能不断增强，需要注意的是，其中也存在景区过度依赖门票经济、旅游休闲产品供给不够丰富等不足，以及难以留客的短板问题。”政协委员孙志亮建议，充分发挥无锡自然资源优势，精心策划，开发适合不同层次游客需求的旅游产品，特别是要有带有无锡特色元素的节目内容，用世界语言讲好无锡故事、中国故事，使之成为中外游客游览无锡的必赏项目，并逐步成为无锡旅游品牌，让游客愿意来、愿意住。

举例而言，可以在马山、阳山等旅游度假区加快打造演艺型、娱乐型、体验型的夜间旅游产品；对38公里环蠡湖沿线和周边主要山峰、大运河、古运河两岸、城市主要标志性建筑物等统一进行亮化规划设计，让夜间无锡亮起来。要大力开发太湖、蠡湖、古运河、梁溪河等水上游项目，可以在水上看看情景演出，听听锡剧评弹，尝尝船菜，品品名点，延长游客在无锡的逗留时间，增加深度了解，储备回头客源。同时，要让每个度假区、历史文化街区、特色小镇都要有自己的个性特色，避免同质化竞争。

“除自然资源外，无锡人文荟萃，有经商鼻祖范蠡，有游圣徐霞客等，阿炳演奏的《二泉映月》上了太空。”孙志亮建议，无锡还应该扩大名人效应上多下功夫，以持续释放旅游“锡引力”。



关键词：城市名片

漫城无锡甜 延伸文旅链

“无锡还缺少大众耳熟能详的城市标签”，政协委员耿峰认为，当前，无锡的文旅生态可谓“百花齐放”，但还没有完全形成目标一致的合力。无锡需一张标志性的城市名片，以及如“洛阳汉服”“淄博烧烤”这样的热点IP。

什么是可以代表无锡的IP？耿峰把关注点落在了“无锡甜”——小笼包、水蜜桃的“甜味”；惠山泥人“大阿福”脸上的“甜笑”；锡剧中软糯的无锡“甜音”……“在无锡，所有的感官都能捕捉到‘甜’的元素，‘甜’已刻进了无锡的城市基因。”在耿峰看来，无论是经济腾飞中的城市巨变之“甜”，还是城市管理中的人性关怀之“甜”，都是美好生活的投影，基于以上专属于无锡的

“甜”而打造的城市IP，可以建立、延伸和强化无锡的文旅生态产业链。

耿峰建议，将“无锡甜”与城市市场深度融合，如定制无锡专有的香氛气味，让车站、机场、酒店、景点的游客中心和交通工具都充满无锡特色的甜蜜味道，给市民和游客留下在这座城市的独家记忆。

在此基础上，还要进一步精炼无锡的城市名片，“让大家一提便知是无锡，一提无锡便知有哪几处。”如以时间为线串起无锡旅游景点：春赏樱花飘舞（鼋头渚、金匮公园），夏品步步莲香（吟园、管社山庄），秋会古寺银杏（锡惠公园），冬行瑞雪长街（南长街）。经过系统的顶层设计，让游客从不同维度认识无锡、了解无锡。

关键词：融合破圈

赛事加文旅 带来新留量

近年来，全国多地出现了骑行赛事与当地文旅资源融合的成功案例。政协委员殷亚红表示，无锡拥有良好的骑行环境与资源，目前有两大大省级知名骑行赛事——全程88.8公里的“环太湖国际公路自行车赛”、全程240公里至500公里不等的“不止骑24h环太湖自行车赛”。两大赛事在展现城市活力等方面起到积极作用，但前者赛程短，赛事专业，不能充分展示无锡旅游景点，难以吸引大众骑友参与；后者赛程长，但赛段绕开了一些精华景区，对无锡特色旅游景点宣传不足。

“相关部门可以在两大赛事的基础上，充分利用当下骑行特色与热潮，积极打造具有无锡文旅特色的骑行路线及赛事品牌，

深入推进‘赛事+文旅’融合，助推无锡文旅‘出圈’。”殷亚红建议，依托全市旅游资源，串点成线，打造一条无锡全域旅游骑行路线；结合无锡灵山大佛、拈花湾等佛教特色胜地以及宜兴绿色环保等旅游品牌，打造具有本地特色的骑行赛事品牌，依托赛事促进旅游宣传，开展慈善、环保等公益活动；采取专业赛事、业余赛事接力开展的形式，增加曝光度，提升大众参与度，持续保持话题热度，不断放大“赛事+文旅”的叠加效应，使其成为无锡旅游新“招牌”，以吸引越来越多的骑友参与，深度感受无锡城市魅力。同时，也可以以“骑行赛事”为例，举一反三，积极探索其他体育赛事与文旅融合发展。

提案
万花筒

乡村旅游 注入“红色动能”

《中国红色旅游消费大数据报告(2021)》显示，41.7%的游客参加红色旅游次数达到3次以上，40%以上的游客经常自主选择红色景区观光游览和教育学习。“旅游业迎来了复苏，红色旅游也必将强劲发展”，民进无锡市委提出，无锡拥有丰富的红色旅游资源，其中不少集中在乡村地区，推动红色旅游转型升级必将为乡村发展带来新的机遇。

“要用多元化的手段，让红色资源赋能乡村振兴”，民进无锡市委建议，通过实景舞台剧等艺术手段“情景化”演绎红色旅游故事，让红色文化既“活起来”又“接地气”；利用3D、VR等数字化手段推广红色乡村形象，提升游客沉浸式体验；“主题化”研发红色旅游产品，结合乡村地方特产和红色文创，全面带动乡村地区产业发展。通过红色旅游“搭台”，科技力量加持，特色内容孵化，实现红色旅游产品价值和品牌的双提升。

旅游大巴 推行“集中停车”

每逢节假日等旅游高峰期，由于景区车流量大、旅游大巴车车位过少，旅游大巴大排长队、游客上下车不方便等状况时有发生。“当前旅游大巴集中停车难问题，不仅容易造成景区周边交通拥堵，影响无锡旅游消费体验，也制约了无锡旅游产品的开发和品质的提升。”政协委员邵康奕建议，可以借鉴外地“疏堵结合”的经验，通过规划建设旅游大巴集中停车点、增设旅游大巴临时停靠点来缓解这一矛盾。

比如，结合无锡火车站南广场改造、惠山古镇文旅综合开发等项目，在无锡火车站、太湖广场、惠山古镇等区域规划建设集中停车点，并根据停车点周边情况，建设公共卫生间、饮水设备、充电装置等配套设施；在车站、机场、景区周边道路增设旅游大巴临时停靠点，并设置指示牌，引导临停旅游大巴有序上下客。同时，相关部门应出台相关政策文件，包括保障机制、日常维护、责任管理、使用要求等，为监督管理旅游大巴集中停车提供依据。

（晚报记者 陈钰洁 刘娟）