

汇聚文化体验、旅游休闲、清爽露营、精品演出四大类活动,以“乐享清爽夏日,品味都市生活”为主题,开启凉爽夏日“露营季”——

2023长春消暑艺术节绽放精彩

本报记者 孙红丽 刘霄宇



2023长春消暑艺术节开幕式现场。

体验22摄氏度的夏日,感受360度的热情,2023长春消暑艺术节如约而至。

高雅音乐奏出华彩乐章、潮流露营生活集引领风尚、互动长春电影嘉年华实现资源优势互补……6月9日19时,2023长春消暑艺术节在长春农业博览园盛大开幕,长春正式开启“消暑模式”。

在未来的100天里,长春消暑艺术节将持续推出文化体验、旅游休闲、清爽露营、精品演出四大系列共计180余项活动,让广大市民和游客在这里“嗨翻”整个夏天。

高品位

“国家队”助力 文化盛宴规格“拉满”

6月9日19时许,长春农业博览园内外格外热闹,一场高规格的视听盛宴在这里奏响。由中央歌剧院与中央民族乐团、中国东方演艺集团的近百位艺术家组成的“国家队”演出阵容,为春城百姓奏响了华丽乐章。

“我平时就对交响乐比较感兴趣,听说开幕式上有中央歌剧院大型音乐表演,我第一时间就乘坐轻轨来了,今年消暑节的形式对我们老年人来说是非常新颖的,也让我们感受到了如今年轻人的喜好,我觉得非常好。”6月9日晚,在消暑艺术节开幕式现场观看演出的市民赵女士高兴地说。

“今年无论从曲目的编排还是从人员的配置上,都更加多样和丰富,在今年的音乐会上,观众能听到轻骑兵序曲、雷电波尔卡、铁匠波尔卡等交响乐作品和许多首声乐经典作品。”中央歌剧院首席指挥袁丁介绍说。

当二胡《赛马》的乐声响起,观众们瞬间沉醉在音乐之中。《良宵》《我爱你中国》《玛依拉变奏曲》《天鹅湖》……演出现场,一系列歌颂祖国、赞美家乡、弘扬社会主义主旋律的优秀作品与国外经典歌曲、歌剧选段交互呈现。一首首歌曲和乐曲带领观众们回味经典、陶冶情操,有些观众还情不自禁地跟着曲调哼唱起来。

此次中央歌剧院走进2023长春消暑艺术节精品演出,是继2021年长春与中央歌剧院开展合作后,第三年走进长春,将文化资源向地方倾斜,为消暑艺术节注入新的文化内涵,为公共文化服务高质量发展探索出一条具有示范意义的崭新路径。

除开幕式现场演出外,长春消暑星光音乐会还将带来《爱像一首歌》金曲演唱会、中国古典四大名著交响音乐会、张少博小提琴专场、首届市民合唱节优秀团队展演等精品演出活动。不仅如此,“国家队”还将开展基层慰问演出、艺术培训等多种形式的文化服务活动,以高品质文化供给提升消暑艺术节的文化品位,涵养城市气质。

超时尚

清爽露营季 消暑休闲氛围感“拉满”

穿上休闲舒适的服装,在蓝天白云下,绿意草坪间,支开一顶帐篷,尽情享受生态之美、生活之美、青春之美……

近年来,露营休闲受到越来越多人的追捧,据携程、同程、马蜂窝等线上OTA平台数据显示,2023年国内露营消费需求

将呈现高速增长的态势,长春抢抓旅游消费新变化,准确把握“露营”新热潮,打造夏季文旅消费热点,抢占市场新风口,将“清爽露营季”作为本届消暑艺术节主打品牌,通过推荐品质露营地、发布露营打卡地图、推广露营精品线路、研发露营文创产品等多种形式,发展露营新业态,完善露营产品和服务,促进露营消费提档升级,将长春打造成全省乃至全国的露营体验打卡地标城市。

“过去露营,就是一项小帐篷。现在露营,又是天幕又是大帐篷,天冷了还有供暖设备,各种装备应有尽有,搬家式露营可以在户外连住好几天,条件特别好。”喜欢露营的资深露营爱好者王欢说,随着露营的快速发展,在各种露营装备的辅助下,露营人可以更加亲密地接触大自然,尽情享受露营的乐趣。

“今年消暑艺术节期间,我们将举办‘露营季’活动,通过设备展示、品牌美食、互动体验、音乐表演、潮流文创集市等露营元素,展示露营的浓厚氛围和乐趣,为‘露营游’提供更好的服务,让露营由‘网红’变‘长红’。”长春市文广旅局相关领导说。

真热闹

潮流露营生活集 互动体验感“拉满”

在本届消暑艺术节开幕式现场,作为全市打造的首个“城市微度假露营风”市集——潮流露营生活集,汇集了60余家展位,涵盖城市露营、长春礼物、精致美食、潮趣互动和文创好物等板块,设置天幕帐篷区、后备箱市集区、清风酒巷区、乐活派对区和10余处网红打卡点。

在这里,吃喝玩乐样样齐备。一辆辆私家车整齐地排列成行。后备箱一打开,立刻就

变成货架。车主们接上烘托氛围的串灯,拉起创意十足的横幅,夜市氛围瞬间“拉满”。汽车后备箱被打造成了一个个微缩版的精致商店,甚至是创意工坊,极具个性——手作好物、咖啡甜品、日用杂物、潮流配饰、潮玩萌宠……每一个后备箱都售卖着不同的产品,吸引着路人驻足。

“在这里,摊主和顾客通过面对面交流,从陌生人变成朋友。这个过程很有意思,交到朋友,还赚到钱,何乐而不为?”摊主刘先生已将摆摊看成一种新的社交方式。“我们不仅仅是卖东西,同时还在感受新潮的娱乐方式和社交体验。”

络绎不绝的年轻人或来这里拍照、打卡,或挖掘心仪之物。李女士就是其中之一,“这里的东西都很特别,有一些都是手工制作的,我特别喜欢。”

在长春礼物板块展区,长春旅游文创产品在此亮相,包括长春建筑系列、冰箱贴礼盒和长春手绘地图、丝巾等文创品牌。“除了这一展区,还有长春礼物特装展位,展示的是2023年长春礼物征集大赛入围作品,共展出100家企业的242件商品。同时,在消暑节期间我们也推出消暑新品,长春礼物和泉阳泉矿泉水联合推出的城市文化水品牌,希望通过这一瓶水把吉林省的地域文化传达给大家。”长春礼物项目负责人沈迪介绍说。

生活集以“城市慢享”为核心,围绕“露营、品质、精致”三大关键词,致力于为消费者提供关于夏日精致美学的无尽想象。

特有趣

180余项活动 全方位参与度“拉满”

好戏连台、活动不断,作为提振全市文旅经济的重要抓手,本届消暑艺术节将推出各县(市)区消暑艺术节、第三十三届青少年艺术系列大赛决赛、北湖·柳堤消暑节、长春市首届市民合唱节音乐盛典、长春市朝鲜族传统文体嘉年华、双阳梅花鹿节、露营大会等共计180余项活动。

文旅节事不断、惠民举措不断、促销活动不断。消暑艺术节期间,市商务局配合消暑艺术节启动系列主题促销活动;市体育局将举办一系列国内高水平体育赛事和全民健身活动;净月高新区策划20余项消暑系列文旅活动。这个夏季,通过多领域联动、文旅商体融合、千企万店联动、多业态融合,消暑艺术节从消费、服务、营销、政策等多维度激发经营主体活力、延展文旅消费链条,拉动夏季市场消费。通过长春消暑艺术节这一消暑避暑品牌的引领,持续提升长春文旅



乐队在潮流露营生活集上表演。



长春礼物展台。



独具特色的文创商品吸引了游客目光。

产品的品质和服务,满足广大市民和游客消暑避暑的全方位需求。

全城首发

露营+旅游 清凉夏日期待值“拉满”

长春有哪些专业的露营地,有哪些公园可以露营?这些问题,都可以一图读懂——在活动现场,2023长春露营电子地图正式发布。

地图全方位展示遍布长春各区的旅游景区休闲营地和可搭建帐篷的公园情况,场景照片、营地简介、营业时段、精准地址、联系方式、导航线路一目了然,为市民游客提供专业的长春露营服务指引。

当日发布的还有本届消暑艺术节推荐的消暑旅游线路和产品。向市民和游客推荐了露营、避暑、亲水、休闲、文化、商旅六大主题70余处具有丰富业态的文旅消暑场所以及12条消暑精品线路,包括亲子研学、潮流打卡、城市文化、精致露营、城市周边微度假、省内东西环线游等,让广大市民游客尽享夏日长春的美好时光。



开幕式上的精彩演出。

“外脑”赋能 把脉开方

——长春文旅产业发展顾问团助力产业升级

本报记者 王焕照

借助外脑,聚智赋能。在6月9日召开的2023中国(长春)旅行者大会上,长春聘任12位国内知名文旅专家学者、行业“大咖”组成了长春文旅产业发展顾问团,这一“智囊团”将为长春文旅产业高质量发展建言献策、把脉开方,用专业和智慧来助力长春新都市文旅品牌传播和产业升级。

12名顾问是创新型、复合型人才,具有一定实战经验,走在当前新文旅发展的前沿,他们将以此此次活动为契机,建立专家顾问机制,深入开展调研,形成一批高质量、高水平的咨询成果,为融合发展提供智力支持,为文旅产业高质量发展提供不竭动力、核心竞争力。

汇众力聚众智,筹谋文旅未来发展。记者现

场采访了“智囊团”的部分成员,他们立足国际视野,从各自领域提出意见和建议,为高水平推进长春文旅产业建设提供参考——

青旅(北京)旅游规划设计研究院院长彭德成:

刚刚会上发布的长春新文旅规划,是基于疫情以后中国旅游的文旅消费形态、产业发展的模式转变提出来的。当前,旅游从消费和产业角度都进入了新频道、新赛道,悄然演化为新文旅和乡村度假,即都市文旅。我认为,长春应着眼于从多方面领域去提升、完善都市文旅建设。例如:围绕长春老厂区、老街区、老矿区、老社区存量资源或者存量空间的文旅进行创新再造,以项目带动推动文旅深度融合,做好政策技术双驱动文章,同时文旅产业牵头带动工业发展,重点挖掘当地历史文化传统和品种,打造“文化+旅游+工业”,迎接文旅产业黄金时代。

北京第二外国语学院教授、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员、中国旅游集团专家委员会委员历新建:

做好全域旅游,要有新理念和打法。长春实现全域旅游发展,实际上最核心的关键点就是需要进行一个理念的调整。既要让外来旅游的人体验好,也要让本地市民玩得舒心。同时,在全域旅游发展过程中,不仅是文旅融合,其实还会涉及文商旅融合、文体旅融合,涉及和很多部门之间的合作,着力点也要放在部门协同工作上。联合起来,创新形式,做好服务,在打造产品本身的同时做好融合文章,从而全域旅游的概念才能进一步丰富起来。

北京联合大学中国旅游经济与政策研究中

中心主任、教授,中国旅游协会休闲度假分会秘书长曾博伟:

长春旅游发展基础好,条件一流,需要进一步创新,在新时代要以新旅游的思路壮大旅游新格局。关于长春文旅的高质量发展,应从两个维度进行。一个维度是从产品来说,做好商业服务,让经营主体来满足更多群体需求,尽可能提供在夏天避暑的氛围下面的相应产品。比如晚上有没有很有特色的酒吧,一些小型音乐会和高质量水平度假村、度假酒店。另一个维度就是政府公共服务方面,从政策上保障促进避暑消暑产业发展。从营业时间、交通秩序、标识牌和避暑相关的配套方面入手,完善公共服务设施,通过实施更有特色更有力的手段,为推动长春文旅产业高质量发展积蓄力量、提供新动能。

时代文旅(广州)品牌营销顾问有限公司董事长、首席战略顾问熊晓杰:

对于长春文旅品牌塑造,关键在于明确自身的市场定位、品牌定位以及产品定位。品牌定位和产品定位相关,产品定位是指未来要构建的业态或者要包装推向市场的产品是什么,主打历史文化、乡村旅游,还是红色文化,产品发展选择的不一样,品牌定位就不一样。塑造文旅品牌应基本上从资源出发、从生产者出发,但是真正好的品牌一定是从消费者出发,最根本的是要了解人心、打动人心。市场定位是指到底确定在本地

市场、东北三省市场还是海南等气候偏热的市场形成竞争力,将决定整体发展策略、资源配套的差异性。就长春而言,文旅品牌塑造要树立长远观念、形成战略思路促进发展。

银基文旅集团副总裁、首席营销官陈美燕:

“微度假”正创造着经济新亮点。在长春如何打造匹配其作为中心城市的微度假产品,最需要考虑的核心点就是具有“高性价比”,更多的体现在“时间”上的性价比。目前,有很多微度假产品呈现单一业态,无法同时满足孩子、家长、老人等家庭周末休闲度假的多元需求。基于现状,长春要把资源集中利用,集中精力不断创新产品业态,立足于内容创造,打造多元微度假场景,做好多产品组合。倘若在微度假方面实现了突破,这个强劲引擎就会带来本地、周边、东北三省的人流量,在此基础上,再进行新业态新产品补充,不断在经营发展过程中满足更加细致细分的需求,长春的微度假产品就会进入良性的发展通道。

复旦大学旅游学系教授,国际旅游学会常务副秘书长、中国旅游研究院文化与旅游品牌研究基地主任沈涵:

积极对接城市度假新需求,打造多元消费场景。长春未来发展旅游的整体框架优势体现在三个方面:自然资源、文化资源和具有都市生活方式的产品体系。不仅利用好自然资源和文化优势,更要在丰富多元的城市休闲、娱乐、度假设施和体系上下功夫,给游客带来难忘的度假体验。文旅市场的主要客群是“都市休闲客群”,他们看重文旅产品的品质化、体验性和情感性。作为度假休闲的目的地,长春更要考虑度假产品项目选择、文化体验产品业态、交通体系完善等因素,满足市民和游客的品质化、便利化、休闲化、个性化、娱乐性、体验式等文旅消费新需求,给人以度假的惬意舒适感,让人获得美好的生活体验。



2023中国(长春)旅行者大会上,长春文旅产业发展顾问团聘任仪式现场。