



# 高质量发展 高品质追求

—2023大同文旅展望

本报记者 赵永宏



云冈石窟景区内，云冈博物馆“鲁迅收藏佛教艺术拓片展”吸引不少游客观展。教孩子传拓，成为其中一项亮点活动。

“中国古都·天下大同”是在北京国贸地铁站投放的城市形象广告语。

4月2日，北京北站开往大同南站的G2535次高速列车运行2小时，就将旅客送到了同样写有广告语“中国古都·天下大同”的目的地。

当天，由北京北、北京清河两站始发开往大同南站的高铁和动车就有15趟次。记者在大同南站发现，当天从北京乘坐高铁或动车到大同，仅利用假期来旅游的人数就占到了全部乘客的近1/6。而且，从早上7时05分到晚上20时25分，平均每隔1个小时就有一趟列车发往大同。

连日来，随着大同文旅市场的急速回暖，来自京津冀城市群的游客逐步增多，一些南方城市的游客也在利用周五到周日的假日时间规划行程，开启“特种兵式”大同三日游。几位在深圳工作的90后年轻人表示：“这样的旅行虽然匆忙，但也可以从另一个角度体验旅途中的精彩。而大同，就是这样一个让人心生留恋的城市。”

近几年来，我市在政策引领推动、

重大项目开发、旅游业态创新、旅游公共服务、品牌形象塑造等方面实现了新的突破，品牌影响力引人注目，本地文化旅游产业释放出前所未有的活力。作为历史文化名城，高质量发展让大同文旅产业底气十足。

“国字号”荣誉提升城市知名度美誉度。中国首批24个历史文化名城之一、中国首批13个较大的市之一、中国十大古都之一、国家新能源示范城市、中国优秀旅游城市、国家园林城市、全国双拥模范城市、全国性交通枢纽城市、中国雕塑之都、中国十佳运动休闲城市、“十四五”旅游业发展规划全国重点旅游城市等“国字号”荣誉足以让人向往。

视频网站热搜“大同游”，云冈石窟、北岳恒山、大同古城、大同长城、大同方特、灵丘民宿等一直是网红打卡地。特别是今年春节期间，大同古城内年俗体验、民俗表演带热的文旅热闹场景，连续一个多月在各类社交媒体热度不减，其中“中国年大同味”短视频大赛点击量突破1.5亿次。京沈文化“民间视听”抖音号热推的关于

线上火热，线下同样人气爆棚。仅春节假期1月21日至27日（农历除夕至正月初六），大同市共接待国内外游客166.65万人次，实现旅游收入44305.29万元。大同文旅事业实现了“开门红”。而今年一季度，大同市主要景区接待游客71.68万人次，是2022年同期的9倍；实现门票收入2894.68万元，是2022年同期的7倍，展现出经济社会发展蕴含的巨大需求和潜力。

旅游业火热的背后是服务业的急速回暖。“吃住行游购娱”是否完善决定着一座旅游城市品质的高低。

“文化古都、清凉夏都、美食之都、康养胜地”等文旅品牌持续叫响，带来的是全市服务业整体水平的提升。

花园大酒店总经理刘东坦言，随着古城旅游的持续升温，花园大酒店的住宿能力也在不断提升。除了让游客有宾至如家的感觉，还要让他们获得一定的惊喜。“满意+惊喜”一直是他们追求的目标。

融入京津冀，文旅要先行。对大同而言，这是难得的发展机遇。“主动融入京津冀旅游圈，打造区域性消费中心，持续提升大同在全国的文旅知名度和美誉度。”刘东表示。

以打造京津冀文旅首选地为目标，市县区联动、各级各部门联手，加快培育休闲旅游、避暑旅游、研学旅游、会展旅游等新业态。大同有着先天的自信，也有着时不我待的紧迫与敢为人先的作为。市文旅局二级调研员姜文说。

2022年，国务院印发的“十四五”

旅游业发展规划，大同与厦门、青岛、大连等25个城市成功入选全国重点旅游城市建设名单。大同已融入国家文旅发展战略。

“古街巷”“大同美食”“大同体育”等内容播放量均突破350万以上。

4月10日，全市文旅高质量发展

大会召开。会议对标京津冀跨区域协同发展要求，以建设国际知名文化旅游目的地为目标，分析形势、查摆问题、研究举措，扬优势补短板，以快速融入京津冀。

锚定“融入京津冀”，必须在起势之年既要周密布局，又要强力开局。大同全力推动文旅高质量发展，已在推进文旅市场由“回暖”向“火热”的具体实践中，形成经验模式。

全力打造云冈、恒山、古城、长城、平型关等龙头核心景区体系建设，进一步完善游客服务中心、景区内部交通、标识导览、二消产品、停车场、旅游厕所等服务配套设施。特别是一体推进恒山风景名胜区5A景区、大同火山群4A景区创建的同时，依托北岳恒山、大同火山群国家地质公园、桑干河国家湿地公园等资源优势，串联晋华宫国家矿山公园，培育一批休闲度假、房车营地、地质科普等业态产品，逐步成气候、成规模。而正在推动实施的大同方特游乐设备数字化升级改造项目将为大同打造数字化主题游乐园提供丰富的数字体验产品。

聚焦古城建设，加快推进凯悦臻选、华严安麓、餐饮基地等社会投资项目建设，形成古城休闲度假餐饮酒店集群。利用现有资源重点培育特色演艺剧场、非遗工坊、特色餐饮、高端民宿、主题博物馆、主题艺术馆等文旅消费新场景、新业态，以期成为社会资本看好大同、投资古城、创业发展的新动向。

市文旅局相关负责人表示，2023

年山西省第九次旅游发展大会已经明

确落户大同。审时度势，从存在的问

题短板看，大同文旅高质量发展势在必行；从国家扶持、省里支持的发展机

遇看，大同文旅高质量发展正当其时；

从文化、区位、生态、交通等比较优势看，实现文旅高质量发展，大同必定大

有作为。

4月15日下午，一场别开生面的音

乐下午茶首演活动在市美术馆和欣

宇皇冠酒店举行。

整个活动充满浓郁的艺术氛围。

一边是文艺气息弥漫室内展陈空间的美术馆，一边是装饰设计考究、温馨典雅的酒店大堂。这是两个不同的空间，但似乎又具有某种关联性。两处观众静心欣赏一首首世界名曲，聆听高雅艺术带给他们的独特享受，这种心灵体验是极美的。“我们的城市太需要这种艺术氛围了。”在市美术馆，一名从事艺术设计的美术工作者坦言。在音乐的陪伴下，慢慢步入一个个展厅，欣赏那一幅幅美术作品，又是怎样一种美妙的体验。弦乐重奏《今夜感觉我的爱》《相思河畔》响起，这时你的

脚步正好停留在一幅叫《相思河畔》的作品前，这种体验又是双重的，如弦乐一般，“重奏”着艺术人生。弦乐重奏《天空之城》响起，让人觉得，人人心中都有一个天空之城，追梦的道路并不是一帆风顺，但却值得追寻。《千与千寻》响起，带着儿时的回忆与新一代小朋友一起感受音乐的治愈力量，穿越时空，让他们尽情地发挥想象力和创造力。《哈尔的移动城堡》响起，优美的旋律配合精致画面，极具感染力，就好像天上的繁星汇聚成星河。整场音乐会为现场观众奉上浓浓的下午茶，观众愉快地感受着与音乐平等对话的美妙时光。

市文旅局相关负责人表示，市歌舞剧院交响乐团举办此次活动，旨在

对标一线城市文艺院团，努力提升自

身业务水平，通过对标学习，打造一支

“铁军”交响乐团。他们本着“只为成

功想办法，不为失败找理由”的工作作

风，在不到一个月的排练时间里，完成

了音乐下午茶的作品排练，并在首演

中赢得观众的热烈掌声。今后，市歌

舞剧院交响乐团将举办更多活动，

丰富市民文化生活。

4月15日下午，大同市歌舞剧院音

乐下午茶系列音乐会首演活动在市美

术馆举行。市歌舞剧院交响乐团演奏

员们倾情演绎，赢得了观众的阵阵掌

声。

4月15日下午，大同市歌舞剧院音</