

到2027年实现备案博物馆100座,年接待观众游客达4000万人次以上 打造“博物馆之城”,南京行动计划来了

到2027年,年接待游客2亿人次以上,旅游总消费达到4000亿元以上;打造“博物馆之城”,到2027年,实现备案博物馆100座,年接待观众游客4000万人次以上……11月11日下午,南京旅游高质量发展大会在南京市级机关大礼堂召开。会上,南京市文化和旅游局局长谢国庆作交流发言,现场发布了《南京旅游高质量发展行动计划(2024—2027年)》。

现代快报/现代+记者 胡玉梅/文 牛华新/摄

亮成绩

“到南京”持续火爆,前三季度共接待游客1.53亿人次

总要来趟南京吧。2022年以来,南京迎来了“泼天流量”。谢国庆介绍,2022年,南京旅游接待人次和旅游总收入全省第一;2023年南京旅游持续火爆,位列全国同类城市前列;今年前三季度全市共接待游客1.53亿人次,按可比口径增长20%;其中接待入境过夜旅游者37.8万人次,同比增长68.7%。

夫子庙秦淮风光带、钟山风景区稳居全国十大热门景区前列,南京博物院、总统府景区、江东门纪念馆一票难约,红山动物园、牛首山景区、老门东等火爆出圈,“圈粉”无数。

今年前三季度全市4A级以上景区接待游客1.3亿人次,同比增长18.5%。其中,今年1—10月,南京红山森林动物园的游客量达685万人次,超出了去年全年的客流量(2023年全年客流量670万人次)。

银联渠道显示,2023年全市文旅消费总额2940.3亿元,人次消费位居全国同类城市前列;今年1—10月文旅消费总额2660亿元,全省占比达26.9%,异地文旅消费占比保持全省第一。丽思卡尔顿、安达仕、悦榕庄等国际头部酒店先后入驻南京,今年前三季度全市星级饭店平均出租率达到

66.12%,高于全省16个百分点,全国领先。

“博物馆之城”建设成效明显,备案博物馆达82家

推出“跟着非遗、考古、名著游南京”系列研学游产品,2023年跟团研学游158万人次,全省第一;携程数据显示今年上半年南京亲子研学类产品订单同比增长超200%,亲子客户高星级酒店订单同比增长121%。

“博物馆之城”建设成效明显,南京市备案博物馆达到82家,2023年接待游客4000万人次,位列全国同类城市前列,特别是今年国庆假期实施夜间开放政策,获得游客市民点赞,8.3万人走进夜间博物馆。

南京演出市场持续繁荣,据大麦网统计,2023年南京经营性演出超万场,仅次于北京、上海、广州、成都,居全国第5。今年前三季度,全市经营性演出9332场,其中大型演出52场,周杰伦演唱会票房1.5亿元,15万人观演,外地观众占比达87%,直接文旅消费总额达10亿元以上,“跟着演出游南京”渐成风尚。

刀郎演唱会期间,南京热度和美誉度大幅上升,“南京文旅为刀迷操碎了心”话题一度成为抖音同城榜第1位。



11月10日,天气晴好,中山陵景区游客如潮 视觉中国供图



大会现场

发布

会上,谢国庆发布了《南京旅游高质量发展行动计划(2024—2027年)》(简称《行动计划》),高水平建设具有鲜明特色和强大竞争力的国家旅游枢纽城市,打造重要国际旅游目的地。到2027年,年接待游客2亿人次以上,旅游总消费达到4000亿元以上,游客满意度位于全国前列,加快建设成为新兴的战略性支柱产业和具有时代特征的民生产业、幸福产业。

具体怎么干?

推进“博物馆之城”建设

《行动计划》指出,要做优存量旅游资源,发挥“山水城林”资源优势,推进玄武湖景区创成国家5A级旅游景区。做大乡村特色旅游,到2027年,实现乡村旅游接待量5500万人以上,等级民宿达25家以上。推进“博物馆之城”建设,出台激发博物馆活力若干政策,鼓励夜间开放、举办特色展览、开发文创商品,实现备案博物馆100座,全市博物馆年接待观众游客达到4000万人次以上,发挥博物馆教育功能,打造国内外知名的研学旅游目的地。

培育10个原创IP文创产品系列

支持40个亿元以上重点文旅项目建设,推动文商旅融合发展,深化“文学、赛事、康养、研学、商业、科技、演艺、会奖+旅游”等深度旅游新业态。发展文旅领域新质生产力,加快文旅产业数字化转型,培育10个原创IP文创产品系列,激发文创产品新活力。

打造“演艺之城”

聚焦“夜经济”,实施夜间文旅消费提升计划。打造“夜泊金陵”文旅品牌,丰富“夜游、夜演、

夜宴、夜娱、夜宿”等夜间产品和支撑体系,增加游客在宁停留时间。到2027年,夜间文旅消费占比力争达到40%。打造“演艺之城”,持续推进“跟着演出游南京”,利用服务业扩大开放综合试点契机,吸引境内外头部演出机构落户南京,每年经营性演出达到1万场以上,演出收入位列全国同类城市前列。打造“南京味道”美食名城,支持形成“一区一品”的“十大名点”“十大名菜”等美食IP。

到2027年,入境过夜游客人次翻一番

塑造“国际范”,实施入境旅游促进计划。扩大历史文化名城、世界文学之都影响力,加强明孝陵、明城墙、海丝遗址等保护利用,打响世界级文化遗产旅游品牌,推进钟山风景名胜、汤山温泉旅游度假区打造世界级旅游景区和旅游度假区。打好“长江国际旅游”牌,建设长江国际黄金旅游带枢纽城市。

推动对外文化贸易基地建设,加强国际营销推广,用足用好144小时过境免签政策,改善国际旅游适游环境和便利化措施,加强与上海、杭州等地合作,组织更多境外游客来宁旅游。到2027年,入境过夜游客人次翻一番。

地铁站女孩晕厥 过路医生接力抢救

现代快报讯(通讯员 狄公宣 记者 顾元森)“姑娘!醒醒……”10月26日早高峰,在南京地铁大行宫站熙熙攘攘的客流中,一场争分夺秒的生命救援正在上演。

当天早上7点多,20岁女孩小张和同学结伴乘坐地铁去考试时,突然失去意识倒在同伴身上。同伴们连忙将小张扶至空旷处坐下,并向车站工作人员求助。此时,两名路过的医生乘客见状主动上前帮助,初步判断小张出现了低血糖症状,喂其饮用了一些含糖饮料,见小张意识逐渐清醒,他们随后离开了现场。

令人想不到的是,没过几分钟,小张又再次陷入了昏迷,车站立即通过广播寻找医生。7时14分,上班路过的东部战区总医院医生江海洋听见广播后,立即小跑赶来,表明身份后对女孩进行把脉、初查,“我摸不到她的脉搏了,要马上进行心肺复苏。”经过3分钟的紧急抢救,小张恢复了意识,开始大口喘气。“幸好有医生在,不然后果不堪设想。”见抢救成功,在场所有人都放下心来。

目前,南京市公安局地铁分局正在为江海洋医生申报见义勇为奖励(当事女孩为化名)。

“从地上到地下” 获2024国网大奖

现代快报讯(通讯员 南殿轩)近日,国网南京供电公司长图《从地上到地下!献给这个夏天的奋斗》获评2024年国家电网品牌故事优秀作品。

为深入实施品牌引领行动,今年8月,国家电网有限公司围绕“全面深化改革、推动高质量发展”主题,组织征集评选品牌故事优秀作品,着力打造管理领先、声誉领先、价值领先的国际品牌。国网各单位积极响应,共创作报送品牌故事作品115个,经专家专业评审,评选出优秀微电影作品20个、优秀短视频作品20个、优秀图画作品10个。国网南京供电公司制作的长图《从地上到地下!献给这个夏天的奋斗》视线跨度从150米高空到深入地下23米,通过再现电网人12类作业环境,展现他们不畏酷暑、坚守岗位的责任担当,诠释了国家电网“可靠、可信、可敬”的品牌理念,呼应“你用电 我用心”的品牌口号。

现代快报+ 新媒体品牌矩阵展播

书香江苏
传递阅读的力量



扫码了解书香江苏