



PPMG
凤凰出版传媒集团

国内统一连续出版物号
CN 32-0104
邮发代号
27-67
主办
凤凰出版传媒集团
出版
江苏现代快报传媒有限公司

地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
网址
现代快报网 www.xdkb.net
传真
025-84783504
新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

今日总值班
张长青
头版责编
王娟
版式总监
沈明

零售价每份 1.5 元

周一见

在“退票”声中反思“获客”之道

此起彼伏的“退票声”虽然刺耳,但也发出了有意义的忠告:地方发展文旅,并非说一句“接下泼天富贵”就可以完事

近日,河南开封万岁山武侠城景区大量游客聚集,上千名游客在入口处大喊退票。河南万岁山武侠城最新回应:预约程序访问量激增、有人恶意刷票,致服务器崩溃!深表歉意。

开封万岁山武侠城景区在互联网上“成名”,“开封王婆”赵梅厥功至伟。

景区爆火,既是动力,也是压力。万岁山武侠城的名头如雷贯耳,“开封王婆”也留下那么多美好记忆,然而,一旦你让人不爽,游客们照样用脚投票,这就是明例。

此前,三亚西岛等景区也因管理失控、承载力不足,导致几千游客滞留码头三小时,高声齐喊“退票”。梳理发现,近年来,这样的“退票声”已多次在网上响起,引发关注。

万岁山武侠城景区认为,一些

“过分热情和好奇的江湖人士”恶意刷票攻击景区系统。不知道这一说法有无依据,如果此言非虚,倒也揭示了一个值得重视和探究的新问题。不过,透过“退票”现象不难发现,一些景区乃至城市没有能力接住突然来临的人潮、且缺乏预案,是不争的事实。例如,近日某地油菜花节开幕,又迎来清明节假期,当地游客增多。一名游客发帖称,因无处住宿住进足疗店,1.2米床花了800多元,气得没睡着。这当然算是特例,不过,有多名游客发帖称,他们在当地旅游遭遇住宿难、住宿贵、酒店临时涨价等情况,这就说明“特例”的发生并不偶然。

客观而言,对于出现的问题,相关景区和地方政府部门,是采取过举措的,至少予以了回应。万岁山武侠城除了当即停止线上线下售票,还为受影响的游客进行了安抚,预留了1000个座位与精美礼品;三亚西岛紧急制定和调整了高峰期岛上、岛下候船排队等优化措施;某地有关部门则表示,房价有一定的涨幅是合理的,不允许存在“天价房”,乱涨价的酒店会被查处,建议游客提前在网上预订酒店,并与酒店、第三方平台做好沟通。

对景区来说,旅游旺季意味着什么不用多言。人潮汹涌之间,“钱景”辽阔,但在“利好”之上,还有诸

多考验。如何“驾驭”一份从天而降的机遇,如何实现景区、游客和城市的多赢,值得长考。在这个问题上,一些景区和城市的待客之道、管理之术、应对之策,远谈不上高明,这是令人非常遗憾的。

值得提醒的是,如果不能把关乎“退票”的问题解决好,眼前就会出现“过关难过”的窘境。而反过来看,假如相关景区、相关部门的事后补救性是一种“预案”的话,结果又会如何?想必就不会那么被动吧?

从这个意义上而言,此起彼伏的“退票声”虽然刺耳,但也发出了有意义的忠告:地方发展文旅,并非说一句“接下泼天富贵”就可以完事,而是要结合地方经济社会发展状况,合理规划和布局,把细节工作做好,提升游客体验。说到底,“获客”“留客”靠的是城市的“容量”和气量。

戴之深

互动体

铲掉“王东霞刷白墙”的生存土壤

4月1日现代快报社评《“王东霞刷白墙”,表象揭示真问题》提出:需要对一些地方的“形象工程”或形式主义做法保持警惕,注重挖掘违法犯罪的线索。并发问:“王东霞一路升迁,是不是‘刷白墙’带来的好处?”

笔者认为,“王东霞刷白墙”这类闹剧所以能畅通无阻,关键在于有着适合其生存的土壤,唯有坚决

铲除这个土壤,才能杜绝“王东霞刷白墙”现象。

一个镇党委书记,敢花249.62万元、在21个行政村做刷白墙的表面文章,除了说明某些基层“一把手”的权力太过任性外,还说明可能有上级领导喜欢这种形式主义“套路”,觉得这样做也是往自己脸上贴金。如此,才会默许、容忍下级这种

弄虚作假、好大喜功的做法。如果上级领导不喜欢搞形式主义这一套,下级显然没这个胆量如此恣意妄为。这说明形式主义在个别地方不仅有市场,且已经根深蒂固,成了“公开的秘密”。

换言之,大搞形式主义正是“王东霞刷白墙”得以生存的土壤,唯有坚决反对形式主义,才能让形式主

义在基层毫无市场,这就要求主政一方的领导干部必须改变“唯政绩论”的行政理念,带头不搞给自己涂脂抹粉的形式主义,对下级搞形式主义的行为亦要及时、坚决叫停,并根据情节轻重予以严厉的问责,这样下级干部才不敢乱作为,“王东霞刷白墙”之类的事情也才会彻底销声匿迹。

南京 孟木二梓

3天13.08亿元
南京假日经济“热”力十足

4月6日,现代快报记者从南京市商务局获悉,清明假期,全市重点监测的100家商贸企业合计实现销售额13.08亿元,同比增长3.08%。

清明假期,南京市商务系统围绕汽车、家电、家居、电动自行车等领域举办多层次、多频次消费品以旧换新主题活动。雨花台区启动第二轮汽车补贴活动,在国家汽车以旧换新补贴基础上,单车最高叠加补贴5000元,支持消费者以旧换新。

苏宁易购、京东五星等家电销售企业抢抓2025年苏新消费家电补贴活动机遇,推出品牌优惠、旧机补贴等多重优惠,充分释放家电市场潜力。家居、电动自行车商家也在清明小长假期间,推出叠加优惠让利活动,共同营造消费品以旧换新的热潮。

清明假期,南京生活必需品市场供应充足,肉菜等重点“菜篮子”商品种类丰富、价格平稳。数据显示,4月4日—4月6日,众彩批发市场蔬菜日均到货量3070吨,较日常供应水平(3000吨)增长2.3%;11家重点监测肉类企业猪肉日均供应总量为276.2吨。众彩批发市场主要经营的69个品种蔬菜日均批发价格为5.9元/公斤,苏食监测毛猪日均批发价格为15.1元/公斤,均与节前价格基本持平。9家重点监测农贸市场10种常见蔬菜日均零售价格为6.12元/公斤,猪后腿肉、肋条肉、五花肉等3个部位平均零售价格为33.6元/公斤,均与节前价格基本持平。

通讯员 张文耀

现代快报/现代+记者 杨晓冬

清明小长假全国旅游火热

文商旅跨界融合释放消费新势能

2025年清明小长假落下帷幕,作为春节后的首个小长假,清明假期不仅承载着祭扫追思的传统习俗,更成为人们踏青出游、释放消费活力的重要窗口。

在“春日经济”的持续升温中,2025年清明小长假不仅展现了旅游市场的强劲韧性,也凸显了文商旅融合、年轻化消费、品质化服务等新趋势。

现代快报/现代+记者 裴诗语

旅游市场全面复苏,短途游、乡村游受热捧

清明假期,短途游、周边游仍是主流选择。高铁网络的完善和自驾游的便利性进一步释放了城市群的消费潜力。长三角、珠三角、成渝等地区成为热门目的地,南京、杭州、苏州、成都等城市游客接待量显著增长。

各地景区结合清明传统文化推出特色活动,如江苏扬州个园举办“风起清明 寻春寄啸”活动,邀请游客戴柳祈福、园内寻春。江西景德镇古窑民俗博览区迎来了一场震撼人心的明清御窑风火窑复烧点火仪式,吸引大量游客参与。

与此同时,乡村游、民俗游持续升温。江西婺源油菜花海、安徽宏村的古村落、云南罗平的万亩梯田成为摄影爱好者和家庭游客的打卡地。游客们穿梭在油菜花海中的小径,近距离探索着花朵的奥秘,在

花海中欢笑、拍照,留下与春天的浪漫合影。

“没想到村里还能看展,坐在咖啡馆里晒着太阳,太惬意了!”在乡村,可以享受自然风光。这个清明假期,江苏常州溧阳市天目湖镇石塘村迎来大批客流,游客可去书店淘一本好书,也可走进“村咖”品一杯咖啡。石塘村三十七号民宿主理人董枫表示,村里的每家店几乎都是人挤人。石塘村曾是典型的“空心村”,40余栋房屋仅剩70多位老人留守。如今,农舍变民宿、夯土房变咖啡馆,越来越多的乡村公共空间因为文化艺术的注入而焕发了新的生机。

文商旅融合创新,商圈变身“流动的民俗博物馆”

今年清明假期,文商旅融合模式成为提振消费的新引擎。各地商圈不再局限于传统的购物和餐饮,而是通过引入非遗展示、艺术表演、

文化市集等形式,打造沉浸式消费场景。

清明期间,江苏南京一家大型商场变身“流动的民俗博物馆”,市民和游客在此可以聆听昆曲、白局,体验南京非遗技艺和民间工艺。这场活动是“文润商圈·幸福南京”公共文化进商圈的首秀,也是南京市推动优质文化资源下沉商圈的创新尝试。据悉,2025年南京还将继续推进“公共文化进商圈”活动,让市民和游客在逛街的同时享受“文化大餐”。这种文商旅深度融合的模式,不仅提升了商圈的文化吸引力,也拉动了周边餐饮、零售等业态的消费增长。

类似案例在全国多地涌现:北京王府井商圈新添公共文化空间,吸引游客体验掐丝珐琅、兔儿爷制作等传统工艺;上海豫园通过国风演艺、花神巡游、九曲烟波等多种形式,塑造人景交融的东方生活美学场景;西安大唐不夜城以唐风演艺、汉服巡游带动夜间经济……文化IP与商业空间的结合,有效增强游客的参与感和消费黏性,为城市消费注入持久活力。

Z世代重塑消费逻辑,新玩法带动新消费

作为清明出游主力军的Z世代,正以独特的消费偏好重塑市场格局。飞猪平台数据显示,清明假期“旅行+”新玩法火爆。采茶游热度同比增长近20%,挖笋、挖野菜

体验游等热度同比增长47%。

年轻游客更愿意为“情绪价值”买单;在扬州,不少游客选择穿着汉服游览园林,体验“穿越千年”的沉浸感;上海顾村公园樱花岛让绝美樱花和动漫元素结合,不少二次元爱好者穿着喜欢的衣服前来打卡。

年轻群体的“体验式消费”还催生新业态爆发。上海之鱼公园的露营活动吸引了大量市民,樱花步道和草坪区域开放,公园管理方增加了安保和保洁人员;武汉欢乐谷推出“露营风箏节”,打造手绘风箏DIY、放风大赛等活动。

与此同时,社交媒体的传播效应进一步放大了旅游热点的吸引力。抖音、小红书等平台上,“清明出游攻略”“小众打卡地”等内容成为热门话题,反向推动了一些非传统旅游城市的出圈。以浙江台州为例,这座兼具自然禀赋与人文底蕴的城市,借力明星矩阵式打卡传播,形成现象级旅游热潮。数据显示,台州府城景区在清明假期(4月4—5日)接待游客33.17万人次,同比激增59.71%,创历史同期客流峰值。

新媒体传播不仅激活存量旅游资源,更深度赋能传统文化焕新。作为延续千年的东乡民俗,每年清明次日举办的镇江盂山“黄明节”活动,通过短视频平台的话题发酵,已演变为长三角地区重要的春游IP。今年活动期间,数万游客从沪宁杭等城市慕名而来,形成传统民俗与现代文旅深度融合的生动图景。

版权
声明

现代快报旗下媒体原创内容著作权,均属江苏现代快报传媒有限公司所有。为维护自身版权利益,制止非法转载行为,声明如下:

① 任何单位或个人,在任何公开传播平台上使用著作权归属于现代快报原创内容的,必须事先取得书面授权;② 本报欢迎合作,但对侵犯本报著作权权益的违法行为,将采取一切合法措施,追究行为人的侵权责任;③ 欢迎读者提供侵权线索:法律顾问曹骏律师(025-84728578);版权合作:快报总编办(025-84783580)。

本报法律顾问 江苏曹骏律师事务所 曹骏律师