

阜康市天山天池景区,游客乘坐游船在湖面游览。

“五一”长假,去哪儿玩?

□本报记者 许乐

“五一”去哪儿玩?

昌吉州发布假日

旅游市场优惠政策

本报讯 记者许乐、通讯员张磊报道:日前,记者从昌吉州文化广播电视和旅游局了解到,为进一步激发假日市场消费活力、更好满足各族群众出游需求,昌吉州推出“新疆是个好地方,醉美最近是昌吉”——“五一”去哪儿玩”假日旅游市场优惠政策,包含旅行社奖励、景区、餐饮、酒店民宿优惠等内容。

与此前推出的江布拉克机场“航空之旅 畅游庭州”专属优惠政策相比,本次发布的优惠政策群众无需机票凭证即可享受,但仅限于今年“五一”假期享受。

入疆旅游第一站——旅行社回馈礼。旅行社组织旅游专列(含专厢)团队奖励:组织疆外团队游客抵疆后首站入昌,入住州城内星级旅游饭店,行程含天山天池景区+江布拉克景区+北庭故城国家考古遗址公园,单批次人数300人以上,住宿过夜不少于三晚(含抵疆首晚),每团最高奖励6万元。旅游包车(含切位)团队奖励:组织疆外团队游客抵达江布拉克机场,入住州城内星级旅游饭店,行程含江布拉克景区+北庭故城国家考古遗址公园+天山天池景区,单批次人数满150人,住宿过夜不少于三晚(含抵疆首晚),每团最高奖励5万元。超过10团次的,一次性奖励同等价值5万元的A级景区门票和旅游纪念品。大团游奖励:组织州域外单批次团队游客满100人(自驾游车队满30辆),跨县市游览州级精品线路之一,入住州城内星级旅游饭店,每团最高奖励2万元。

“新疆是个好地方,醉美最近是昌吉”——景区、温泉畅游礼。玛纳斯国家湿地公园雁飞台景区推出门票5折优惠;呼图壁县石梯子乡天山花海景区针对合约内旅行社推出门票5折优惠;昌吉市杜氏旅游景区推出“转发朋友圈”免门票优惠;阜康市飞天天下·新疆会客厅推出网络平台直播间套票7折优惠,五江温泉推出温泉单人畅享套餐优惠(折扣价109元,原价149元)、亲子畅享套餐(折扣价169元,原价258元);吉木萨尔县北庭故城国家考古遗址公园、车师古道景区、千佛洞景区对本地居民和持有7日内昌吉州其他景区门票的游客、夜宿吉木萨尔县各大酒店的游客、组织过夜游的旅行社或自驾游团队免门票,庭州游乐园推出成人、学生、家庭套票8折优惠(5月1日当天);奇台县南湖欢乐谷推出免费游玩景区任一游乐设备一次,腰站子村景区麦宝乐园推出团购39.9元优惠;昌吉国家农高区新疆农业博览园推出团队门票优惠;准东开发区古海温泉推出昌吉州域内户籍人口享门票5折优惠,旅行社享6折优惠。

“乐享美食游昌吉”——旅游+餐饮待客礼。游客在玛纳斯县悦宾大饭店凭玛纳斯县内景区门票可领取50元用餐优惠券;呼图壁县金氏古榆农家乐、柯氏弟兄农家乐、西域春天度假村、幸福农家餐厅就餐享9折优惠;昌吉市山青城农家乐就餐享8.8折优惠;吉木萨尔县豪威酒店自助午餐(28元)、套餐(66元、99元、199元、298元)优惠;奇台县天意酒店牛腩火锅用餐凭券享8.8折优惠,利源食府、丝路游记餐厅、腰站子面馆、馨园酒店、峰之味融合餐厅等地消费享奇台县全民消费券满100元立减15元优惠,额祈园度假村消费满500元享9折优惠;木垒县月亮地景区人民公社大食堂就餐享8.5折优惠;昌吉国家农高区尊酷大饭店就餐享8.5折优惠。

“睡在山间,住在人情里”——酒店、民宿驿站礼。游客在各县市酒店入住享受折扣优惠。

跟着演出游昌吉

无论是精彩绝伦的大型歌舞秀,还是嗨翻全场的电音节,昌吉,总会给你“为一场演出,奔赴一座城”的动力。

昌吉市:
5月1日—5日(新疆大剧院):《千回西域》歌舞秀+《小王子》亲子童话剧;
5月1日(昌吉州艺术剧院剧场):大型真人儿童剧《历史里的中国——博物馆奇妙夜》;
5月2日(汇嘉时代昌吉购物中心):“文润庭州 周末戏相逢”少儿舞蹈专场;

5月2日(昌吉州艺术剧院剧场):不同“繁”响——赫兹室内乐团音乐会;
5月1日—30日(昌吉市图书馆):昌吉市第二十届文津奖获奖图书图片展;
5月1日—5日(六工镇下六工村):“燃情田园·相约新疆彩虹村”乡村旅游节。

玛纳斯县:
5月1日(中华碧玉园北广场):“霓裳玉音·乐绘山河”电音之夜;
5月2日(中华碧玉园北广场):“玉琢新声·唱响凤城”激情广场大家唱活动;

5月3日(中华碧玉园北广场):广场舞展演;
5月4日(中华碧玉园北广场):音乐情景剧《胡廷珍》演出;
5月4日—6日(玛纳斯县大佛寺):第十一届民俗文化文化旅游活动。

阜康市:
5月1日(天山天池景区):天山天池景区开湖仪式;
5月1日—5日(飞天天下·新疆会客厅):“飞越假期·欢乐来袭”活动。

吉木萨尔县:
5月1日—5日(庭州湾乐园):“奇幻星夜·北庭嘉年华”启动仪式。

昌吉国家农高区:
5月1日—3日(新疆农业博览园):

“花火夜宴·璀璨农博”烟花秀。

跟着赛事游昌吉

昌吉市:
4月28日—5月1日(昌吉体育馆):“四国”青年男子篮球国际邀请赛;
4月30日—5月6日(汇嘉时代昌吉购物中心):2025年“文化润疆”“三大球”篮球决赛;
5月1日—5日(昌吉体育场):2025年“元老杯”全疆足球邀请赛;
5月1日—2日(三工镇赛马场):举办“铸牢杯”赛马活动;
5月2日—5日(昌吉体育馆):“奔跑吧·少年”2025年自治区青少年跆拳道锦标赛(昌吉站);
4月28日—29日(庙尔沟乡和谐二村):庆“五一”篮球赛。

吉木萨尔县:
4月28日—30日(体育馆和北地村党群中心):昌吉州中小学(青少年)武术比赛。

奇台县:
4月30日(江布拉克景区):举办“工会杯”“庆‘五一’·文旅徒步绘新篇 职工逐梦绽风采”徒步活动;

5月1日(奇台县城至江布拉克美食街):“骑”聚美丽奇台 畅游江布拉克——奇台县“榕奇杯”自行车赛;
5月1日—2日(九安汽车城南侧):2025年奇台县“华疆杯”汽车场地越野赛。

木垒县:
5月1日—2日(叶勒森沙漠景区):“金色沙漠 热辣滚烫”叶勒森沙漠景区开园活动。

呼图壁县:
5月初(雀尔沟镇):牧民趣味运动会。

玛纳斯县:
5月1日—2日(玛纳斯县体育馆):2025年玛纳斯县气排球公开赛。

昌吉国家农高区:

5月1日(老龙河胡杨林景区):“春韵胡杨·骑迹人生”骑行活动。

品味民俗游昌吉

昌吉市:
5月1日(昌吉恐龙馆):非遗项目展示及传习活动。

吉木萨尔县:
5月1日—5日(千佛洞景区):“登高揽胜折鸿运·千佛洞中纳祥瑞”“五一”祈福盛典。

玛纳斯县:
5月4日—6日(玛河工业园区南侧停车场):第十一届民俗文化旅游嘉年华系列活动。

木垒县:
5月1日—10月7日(逢周末在月亮地村古戏台):月亮地夜间“村”游系列活动篝火晚会。

阜康市:
5月3日(碧琳城景区):碧琳赶大集活动;
5月1日—5日(五江温泉城):“五一”游园会。

呼图壁县:
5月2日—4日(呼图壁县百姓茶馆):首届“品茶听曲·韵满呼图壁”茶文化交流活动;

5月1日—5日(五工镇幸福村):五工镇第四届福福福印记·非遗非遗盛会活动。

品尝美食游昌吉

昌吉市:
5月1日—6日(六工镇杜氏旅游度假区):杜氏烧烤狂欢季;

奇台县:
5月1日—3日(江布拉克美食街):“品半截沟镇美食 赏腰站子海棠游江布拉克胜境”活动。

木垒县:
5月1日—5月5日(和好街夜市):“夏日烟火”和好街夜间烧烤季系列活动。

玛纳斯县:

4月30日—5月5日(中华碧玉园):“锦绣山河 美好旅程”美食文化旅游活动。

踏着花季游昌吉

呼图壁县:
4月26日至5月5日:呼图壁县第八届海棠花季系列活动;

吉木萨尔县:
5月1日—10日(新地乡小分子画家村景区):“三园竞秀·花海漫游”赏花活动;

奇台县:
5月2日(半截沟镇腰站子村):半截沟镇腰站子村第七届赏海棠花活动。

研学趣味游昌吉

昌吉市:
5月1日(昌吉州美术馆):“翰墨庭州·传承经典”昌吉州首届现场临帖大赛;

5月2日—6月2日(昌吉州美术馆):“翰墨庭州·传承经典”昌吉州首届现场临帖大赛优秀作品展;

5月1日(昌吉州图书馆):“劳动最光荣,书香伴成长”亲子阅读分享——《第一次上街买东西》专场;

5月4日(昌吉州图书馆):“喜阅童行”文化志愿服务活动;
4月30日(六工镇十三户村):相约鱼米六工·花开醉美十三户——第四届油菜花文化节;

5月1日—5日(六工镇下六工村):“燃情五一 奔赴彩虹村 耕读田园‘味’爱相伴”活动。

阜康市:
5月1日—5日(天山天池国际滑雪场):星空露营地开营仪式及“自然觉醒·野趣新生”互动活动;
5月3日—5日(阜康市漫享田园农庄):阜康市漫享田园农庄漫享田园采摘季活动。



游客在昌吉市小吃街购买油糕。



游客在昌吉恐龙馆参观。



游客在昌吉市人民公园游玩。



游客在新疆昌吉国家农业高新技术产业示范区农业博览园游玩。

(本版资料照片均由本报记者何龙摄)

新华网评

文旅宣传有“梗”还要有“料”

□陈文杰

如果错过了一个梗会怎么样?各地文旅的答案:会补上。眼下,不少地方的文旅官方账号似乎纷纷“觉醒”——不仅打破了以往一本正经的宣传套路,而且集体走上“发疯文学”“整活卖萌”的爆梗之路。(4月15日中国新闻网)

从邯郸文旅的“道歉大会”,到辽宁文旅的“气泡音霸总”,再到仙岛湖文旅的“重生文剪辑”……为何近来这些官方账号不约而同地转变“人设”?恐怕还是这“泼天的富贵”(流量)太诱人了。从淄博烧烤到天水麻辣烫,从哈尔滨花式宠客到贵州的“村超”“村BA”,一众成功案例,不仅让“先吃螃蟹”的城市尝到了流量的甜头,更让后来者看到了可以“抄作业”的门道,即深耕短视频赛道,持续“借梗出圈”。譬如“优秀学子”河南文旅,凭着四天连发超百条创意短视频,实现百万涨粉。而这波“量变引起质变”的操作,不只是印证了新媒体传播的爆发力,也说明了文旅宣传有了新的玩法。于是,越来越多追随者加入这场“万物皆可玩梗”的线上狂欢。

然而,万事万物皆有双面性,当文旅宣传忙着“蹭热点”“追热点”“造人设”时,也有可能掉入流量的陷阱。首先是同质化。一个“哪吒”火爆出圈,引得各地争抢“故里”。一句“回春我”的魔性口号,又掀起了新一轮模仿潮。在这场“人有我有”的“追梗竞赛”里,一个恰到好处的融梗或许能博君一笑、赢得“黄金三秒”,可也容易让城市形象在复制粘贴中逐渐模糊。实际上,当一众城市的历史沉淀被简化为短视频里的暴躁“老祖宗”、沦为“千城一梗”时,不过是另一种“千城一面”罢了。

其次是容易被“人设”绑定。虽然在强调注意力经济的数字时代,一座城市有了“人设”可以快速脱颖而出、吸睛引流,但“人设”容易形成刻板印象之余,也容易“成于流量,败于流量”。正如我们在网上常看到与“人设”搭配最多的两个词语,一个是“维持”,另一个“崩塌”。前者需要考虑可持续性,比如配套服务的投入资源、维护成本。如果城市拿不出与其文旅“人设”相符的配套服务,恐怕就免不了“打卡即结束”的命运。倘若“人设崩塌”,这种滤镜破碎的反差感,更有可能长期拖累城市形象。

文旅账号开始“追热梗”“凹人设”,既是新媒体时代的必然选择,也是传统文旅宣传转型的阵痛写照。我们乐见更多的官方账号放下身段拥抱年轻文化,但更期待这场流量盛宴能催生更多深层变革,而不是沦为“残羹冷饭”。其中关键在于,如何将流量沉淀为城市文旅的生命力。例如成都借“熊猫花花”IP开发沉浸式体验区,西安用“盛唐密盒”将历史知识转化为互动游戏。事实证明,只有将“梗”植入本地文化肌理,才能让流量生根、开花结果。正如网友所言,“笑过之后真想去看看”的冲动,必须靠“看过之后还想再来”的体验来承接。

文旅宣传有“梗”还要有“料”。一座城市的魅力,从来不在于它追上多少个“梗”,而在于它能否让每个梗都在自己的土壤里长出独特的文化年轮。

来源:广州日报