

独特回忆，让景德镇成为令人向往的“诗和远方”。

另一方面，深入挖掘景德镇里弄文化、景漂文化、茶文化等地方文化内涵，积极辟建特色化、精品化、复合化的多元旅游线路，打造一批各具风采、优势互补的高质量旅游打卡地。例如，在打造陶瓷文化游的基础上，加大力度拓展昌江百里风光带的生态环境体验游，乐平古戏台古建筑及戏曲文化游等更多沉浸式、场景化、体验化的旅游产品，既可以弥补传统文化的呈现过于单一的不足，也能对游客客流量起到很好的引流和分流作用。

（二）提升人文服务优化城市旅游环境。

旅游环境的优劣对于一座城市的发展起着牵一发而动全身的作用。要以游客思维进行换位思考，让外地游客有一种宾至如归的舒适感，才能精准把握流量的终极密码，树立良好旅游形象，从而有的放矢地加快出圈速度。

一是以诚实守信为基石，树立良好旅游形象。倡导“人人都是旅游形象，个个都是旅游名片”的服务理念，构建以信用为基础的新型监管机制，强化诚信经营、文明服务，运用互联网技术和智能化设施，持续提升旅游服务品质和质量，让游客吃得放心、住得安心、行得顺心、游得舒心、购得称心、娱得开心，树立良好城市旅游形象。

二是以全民参与为支撑，营造和谐旅游环境。要积极出台相关政策，不断优化服务，号召、鼓励市民积极参与，凝聚政民合力打造本地“暖心”旅游氛围，以热心热情周到服务为游客提供稳定有序、和谐安全的旅游消费环境，让“头回客”变成“回头客”。

三是以强化监管为保障，引导行业自律。相关监管部门要依法严惩“刷单炒信”“虚构评价”等违法行为，强力治理乱象，用力改进服务，持续规范景区、餐饮、住宿、娱乐、购物、交通等环节的价格秩序，在保障和维护游客合法权益中有效增强本地文旅市场预期。

（三）精准对接游客需求打造新型文旅消费集群

要想引得来、留得住各地旅客，就要精准对接游客需求，围绕“吃住行游购娱”打造新型文旅消费集群，这是准确把握流量密码，推动“网红打卡地”由“网红”变“长红”，引“流量”为“留量”的重要砝码。

一是精准对接游客需求。组织专家团队扎实调研，深入了解游客特别是年轻游客需求偏好，结合本地特色旅游产品，积极统筹规划，出台各项周密、精细的实施方案、措施、规划，健全各部门协同联动机制，确保各项举措及时高效落细落实。

二是健全配套产业体系打造新型消费集群。政企联动加大资金投入，优化“吃住行游购娱”等旅游要素供

给，着力打造“景德镇菜”品牌，构建“快旅慢游”交通体系，壮大提质酒店住宿行业，特别是推动民宿业扩大规模、提升品质，构建全域、全时、全龄、全业的陶瓷文旅消费生态体系。


三是探索在城乡结合部的交通交汇处设立游客集散中心。采取政府、景点、旅游企业等多方联动机制，在城乡结合部交通便利的人流入口，设立现代化智慧化游客聚集区，作为游客集中、服务和分流的重要平台。

（四）强化多维传播推动旅游人气持续升级

数字信息化时代，景德镇要紧跟时代潮流，把握流量脉搏，充分利用多种宣传媒介引流流量，推动本地文旅精品持续“出圈出彩”。

一是宣传主体要多样化。凝聚文旅部门、网络大V、本地市民、外地游客等多方力量，共同做好景德镇旅游宣传，可通过大量真实且热情的互动内容，推动形成网络上良性互动，不断扩大景德镇旅游的对外影响力，进一步提升景德镇文旅热度。

二是宣传平台要全覆盖。目前，抖音、小红书成为文旅相关主要舆论场，充分借助新型社交媒体做好文旅产品的宣传推广。

三是宣传内容要多样化。宣传内容不仅要包含美食美景等传统文旅内容，景德镇丰富的文化业态、真诚的人文关怀和周到的服务保障也是宣传的主要内容。充分利用各种宣传媒介做好宣传推广，持续抢占“流量”高地，并推动景德镇由“网红”变“长红”，引“流量”为“留量”，努力“把‘千年瓷都’这张靓丽的名片擦得更亮”。

参考文献

- [1]王嘉晨、张瑞瑶：《全媒体时代网红打卡地对塑造城市的影响力探究》，载《上海商业》，2023（6）。
- [2]王莹、顾克勇：《滤镜下的媒介景观：“网红打卡地”的生产、消费及反思》，载《新媒体研究》，2022，8（09）。
- [3]《关于文化创意产业地方旅游业融合的探析——景德镇为例》，<https://www.yixuelunwen.com/lunwendaquan/00181164.html>，2020。

作者简介

郝 焱 中共景德镇市委党校讲师，研究方向为管理学

王春梅 中共景德镇市委党校副教授，研究方向为法学