

《四渡》观影人次超560万

5万余名外省游客申领景区免票权益

据《贵州日报》报道 7月5日,安顺黄果树瀑布景区游人如织,游客服务中心内,不少游客通过“跟着《四渡》游贵州”票根联动政策免门票入场。游客提前在“一码游贵州”小程序预约,刷脸就能免费入园打卡世界级山水奇观。“凭电影票就省下了门票钱,贵州的山好、水好,电影也好!”北京游客阮玲顺利兑换免票后连连称赞。

重大革命历史题材影片《四渡》于6月26日起登陆全国院线,贵州推出“跟着《四渡》游贵州”影旅联动惠民系列举措,以一张电影票根打通观影、出游、线下消费全链条。省外持非52开头身份证游客,凭票根可免费游览省内任意一家国有A级景区(不含特许经营项目);省内外所有游客均可凭票根领取500元专属消费券,覆盖餐饮、商超、加油、住宿等生活场景,消费直接享8折优惠;此外,票根还可抵扣贵州长征文化数字艺术馆



(红飘带)门票100元,红色文化体验再添实惠。

猫眼专业版数据显示,截至7月5日19时,《四渡》观影人次超560万,拿下场均人次

单日冠军。截至7月4日,仅黄果树景区已有超1.5万名游客凭电影票根免票入园;“一码游贵州平台”统计,影片上映至今,累计超5万人领取景区免票权益,3.5万人申领消费券,直接带动线下消费1600余万元;黄果树、荔波小七孔、梵净山等景区成为游客首选。

依托影片IP,遵义会议会址、习水县土城镇、娄山关景区等红色旅游目的地游客量显著增长。遵义娄山关景区凭借真实的战地场景、西风台、雁鸣塔、长空桥等“娄山十景”,成为红色打卡热门地,今年以来,景区接待游客量已突破16万人次。

影片还带火了周边文创产品。在越界影城售票处,冰箱贴、定制钛杯等《四渡》系列文创产品整齐陈列,吸引不少观影观众驻足挑选。“《四渡》电影的文创产品卖得很好,顾客观影时凭电影票还可以免费领取一份电影海报。”越界影城店员说。

深耕票根经济赛道 构建长效引流生态 青岩古镇多维联动激发文旅新活力

本报讯 7月4日,记者从贵阳青岩古镇景区管理有限公司获悉,今年以来,青岩古镇多维联动、多措并举,充分利用票根联动机制,激发文旅新活力,吸引省内外游客纷至沓来。

“票根联动打破了传统景区单一观光、客源局限的发展瓶颈,让静态门票变成动态引流、留客工具。”贵阳青岩古镇景区管理市场部副总经理张雷说。

依托贵阳常态化票根经济发展体系,青岩古镇持续深化跨区域联动、商商融合、业态升级,以一张小小票根为纽带,串联景区游览、文化体验、市井消费、跨城出游多元场景,有效拓宽客源市场、拉长消费链条、激活文旅增量。

一方面,景区深化跨区域协同。自2024年2月起,青岩古镇与罗甸县落地双向票根互通政策,整合两地优质文旅资源,以票根折扣降低跨区域出游成本,实现客源互导、

资源共享、市场共拓,有效盘活贵阳、罗甸两地淡季、周末文旅市场,构建跨区域文旅联动新格局。

另一方面,在景区消费场景内,青岩古镇持续做实商商联动,让票根红利直达游客、赋能商户。今年以来,景区积极联动周边餐饮、旅拍、文创店铺及贵阳青岩科举文化博物馆等8家特色业态,全面推出票根专属福利。游客凭古镇票根,即可在合作门店享受专属折扣,实现“逛古镇、品美食、拍旅拍、购文创、学文化”一站式优惠体验,推动单一门票消费向沉浸式复合消费转变。

7月10日,贵州省首家以科举文化为主题的专题博物馆——贵阳青岩科举文化博物馆提升改造后将开馆,增加梦回贡院参观体验及青岩赶考沉浸式体验。“景区票根权益同步升级,游客凭青岩古镇票根,可享梦回贡院体验5折、青岩赶考沉浸式体验8折优惠。同时,延续跨城互通政策,持罗甸合作

景区票根的游客,同样可享受同等专属福利,双向拉动两地文旅消费升温。”该博物馆运营经理谢文玉说。

此外,青岩古镇还积极与省、市各级赛事、演艺、活动等联动,有效拉长游客停留时长、激活二次消费,持续拓宽省外、跨市客源市场。最近电影《四渡》上映,持《四渡》票根进入景区的游客已超300人,核销量稳步增长,红色主题和青岩红色文化高度契合,带动景区红色业态、古镇夜游持续升温。

立足现有联动成效,青岩古镇将持续深耕票根经济赛道,构建长效惠民、长效引流的文旅生态。张雷表示,下一步,将持续深耕票根经济,扩容民宿、旅拍、研学商户矩阵,丰富优惠场景、创新联动形式。同时,持续深化与罗甸县的常态化合作,结合各类节庆推出惠民活动,将短期联动打造为长效文旅惠民项目。

(贵阳日报融媒体记者 庭静)

累计接待游客超3万人次、暑期预订超1万人次…… 《战青岩》文旅项目掀起红色旅游热

本报讯 运营仅4个月,已累计接待游客超3万人次;暑期预订累计超1万人次,来自北京、浙江、广东等地的订单仍在持续增长……连日来,红色文旅项目《战青岩》以沉浸式体验吸引游客纷至沓来,掀起一场红色旅游热潮。

记者7月5日下午看到,青岩古镇在经历艳阳高照后又细雨纷飞,《战青岩》沉浸式体验现场“炮火”正酣:泥泞战壕中,机枪手俯身冲锋;密林掩体间,医务员穿梭救护;滚滚硝烟里,物资小队弯腰突进……百余名参与者在真实风雨与声光爆破中,切身感受长征路上的艰难与荣光。

刚刚结束一个半小时机枪手体验的游客李先生浑身被汗水和雨水浸透,他感叹道:“在草地上奔跑,在树林里穿梭,在‘炮火硝烟’中冲锋,我真切体会到了当年红军的不易。而我们经历的,远不及长征万难中的一小部分。”

另一边,贵州某公司的40余名员工也刚刚走出“战场”,来体验实景烽烟战火的红色文化洗礼。该公司副总经理深有感触:“这种

场景和天气环境,高度还原了革命年代的艰苦条件,尤其是现场的浓烟、烈火与爆破,氛围感拉满。我们的员工大多是年轻人,这种沉浸式体验学习,让人有感悟、有收获。”

《战青岩》是以1935年青岩狮子山阻击战真实历史为蓝本的红色文旅项目,2026年1月由贵阳青岩古镇景区管理有限公司与贵州创新文化旅游开发有限公司合力打造。项目落地于青岩古镇定广湖畔,利用真实山地地形规划三大实景战场区域,配套完整场景布局。游客通过扮演侦察兵、医务员、担架手、机枪手、士兵和物资小队等不同角色,穿越山地小道、经历战场救护、枪林弹雨等紧张环节,在行进式、沉浸式体验中走进历史现场。

项目负责人姚帝华介绍,团队深耕红色旅游行业20余年,2005年起涉足红色文旅领域,经历了从静态展览到动态演绎、从参观到参与体验的三次模式迭代。团队参与《娄山关大捷》实景演出项目已有10年历史,年接待游客约40万人次。“作为省会,贵阳具有独特的地理和资源优势,青岩古镇也具备综合文旅优势。《战青岩》融合红色文化与自然景观、古

人文,可实现多业态协同发展。”姚帝华说。

数据统计,项目自4月29日全面运营以来,市场反响热烈,累计接待游客超3万人次,其中亲子家庭客流占比55%,省内游客占65%,省外游客占33%,境外游客占2%。

项目对周边居民的带动作用也开始显现。项目共提供20余个就业岗位,月薪3000至5000元不等,吸引不少本地居民应聘。在青岩古镇南门游客中心,等候区域被打造成小型展厅,展示青岩红军文化历史,使红色教育与文旅体验深度融合。

青岩本地人陈晓春如今在《战青岩》中扮演团长角色,同时也经营民宿。他说:“小时候我们总是去给红军扫墓,却不知道他们为什么而来,也不知道这里曾经历过这么激烈的战斗。让更多人通过这场实景体验了解这段历史,我觉得很有意义。”

“项目以真实历史为框架,通过实景体验、文化互动、旁白解说传递红色文化,让每一位参与者真正走进历史、感悟精神、触动心灵。”姚帝华说。

(贵阳日报融媒体记者 董容语)

阳雀湖贵安基地 今年首批辣椒启运

本报讯 7月3日,位于贵安新区平寨村的贵州阳雀湖高山特色辣椒全产业链项目基地一派繁忙景象,工人们分工协作,有序完成辣椒分拣、装箱与装车作业,顺利发出今年首批辣椒。

“这是基地今年首次装箱外运的辣椒,总量达1.25万公斤,将先转运至湖南总仓,再配送至沃尔玛、盒马鲜生等大型商超及连锁餐饮企业,保障各类合作订单的供应。”阳雀湖辣椒基地负责人譙刚介绍,眼下基地的辣椒全面进入采收旺季,若天气晴好,每三天可开展一轮集中采摘,单次采收量约1.5万公斤。

阳雀湖辣椒基地总占地57.8公顷,分露天种植区与大棚种植区,现有标准化大棚15个,大棚种植面积达8公顷,规模化、标准化的种植布局为农产品稳定产出打下坚实基础。同时,基地依托中国工程院院院士邹学校团队全程技术赋能,贯穿品种选育、栽培管护、产品研发全链条。目前,基地优选本土优质辣椒种质资源,针对性培育适配贵州辣子鸡烹制需求的专用辣椒品种。

在做好高标准种植的同时,基地把联农带农、带动周边群众增收作为发展重点,通过采用“公司+基地+农户”运营模式,为农户提供优质种苗、技术指导 and 保底收购。当前,基地辣椒进入集中采收高峰期,向周边村民提供种苗管护、枝条修剪、藤蔓牵引、辣椒采摘等多个务工岗位。

(贵阳日报融媒体记者 田甜)

开阳县花梨镇 千亩蜂糖李迎丰收

本报讯 近日,开阳县花梨镇翁昭村水洞林蜂糖李种植基地进入最佳采摘期。

记者在基地看到,果农正忙着采摘、分拣、装箱、搬运,收购商同步验货、称重、装车,现场一派产销两旺的热闹景象。

据介绍,该基地于2023年实现大面积投产。今年风调雨顺,管护到位,基地的蜂糖李挂果均匀、果形端正、品质上乘,迎来丰收,预计总产量达25万公斤。

除翁昭村外,清江村、新山村的蜂糖李也将陆续成熟上市。这三个村作为花梨镇的蜂糖李主要种植区,种植总面积超200公顷,预计总产量超300万公斤。

(王玲 贵阳日报融媒体记者 顾林吟)