

圆桌谈

银川文旅如何走得长远?

刘薇 周志翔 吴戈

今年春节,银川接待国内游客、实现旅游总花费两项核心指标高速增长,见证着游客在银川从“过路”到“过夜”、从“看景”到“体验”的文旅转型,也印证了银川近年来商文旅农体酒多业态融合发展的成效。良好开局之下,我们更需思考下一步的发展方向:如何从短期应景式活动转向长期运营思维,如何在同质化竞争中找准自身坐标,以及如何全方位提升服务软实力,构建可持续的长期竞争力。

观点①

告别“节日限定”把文旅当事业运营

游客消费增长远高于人次增长,意味着游客在银川停留时间更长、消费更多元,这也标志着银川文旅真正进入精细化运营、靠智慧盈利的新阶段。

过去做文旅,尤其是节假日期间,多以举办应景活动、发放消费券为主,热度来得快,去得也快,难以形成持续的产业拉动力。而今年春节,银川将文旅真正当作城市核心产业深耕细作,以乐购、畅游、悦动、微醺、妙选五大品牌IP为核心抓手,将商文旅农体酒多业态融合从春节专属模式,逐步转化为常态化发展路径,让各业态之间相互赋能、彼此引流。

文旅产业需要这种常态化、长期主义的经营模式,它能够沉淀品牌资产,避免资源重复浪费。近年来,银川大力推进商文旅农体酒多业态融合,整合商圈消费、景区游览、农业采摘、体育赛事、酒庄体验等多元业态,无论是本地居民的周末休闲,还是外地游客的深度体验,都能在这些常态化模式中找到适配的场景。因此,未来发展中,这一策略仍需长期坚持。

要实现这种长期主义,关键在于重视运营——这绝非简单的日常管理,而是要建立专业化的运营体系与长效机制,包括整合全业态资源、构建跨行业跨部门的常态化协同工作机制和专项运营团队、建立动态产品供给体系等。在此基础上,持续推进常态化多业态融合,将文旅消费融入城市日常肌理,让人们在不同季节、不同时段、不同区域,都能找到适配的消费场景,从而摆脱对节日短期刺激的依赖,为文旅产业形成稳定的支撑。

观点②

找准坐标系,让游客“知道来银川玩什么”

游客量与消费额的双增长,正推动银川文旅产业进入新一轮目标升级阶段。要真正将银川打造成为具有持续吸引力的旅游目的地城市,必须高度重视其独特性与市场辨识度的构建。当前,银川虽拥有丰富多元的旅游资源——从深厚的历史文化底蕴到独特的西北自然风貌,但仍存在旅游定位不够清晰、核心形象不突出等问题,导致部分游客对银川的认知较为模糊,旅行体验缺乏明确导向。

因此,银川首先需回答一个根本性问题:“我是谁?”——即明确城市核心旅游形象,解决游客“为什么要来银川”“来了能做什么”的疑惑,从而显著降低游客的出行决策成本。为实现这一目标,应加强对本地特色文旅资源的系统梳理与科学归类,既要突出历史民俗、塞上风情、黄河文化等传统优势,也要深度挖掘葡萄酒旅游、生态观光、研学体验等新业态潜力。

在此基础上,需结合四季更替策划多样化核心项目:春季推出生态郊游与传统庆典,夏季侧重夜间消费场景打造,秋季借助葡萄酒园丰收季构建特色品鉴体验,冬季创设温泉与冰雪主题活动。同时,针对家庭亲子、年轻群体、文化爱好者、户外探险者等不同客群,输出结构清晰、内容精准的旅行攻略和体验场景,借助数字平台和营销工具进行定向传播,让游客在出行前就能明确计划,清楚“来银川玩什么、体验什么”,进而提升游客满意度和重游意愿,进一步强化银川作为优质旅游目的地的属性与地位。

观点③

文旅拼到最后,拼的是细节和服务

决定文旅产业竞争最终结果的,不在于节日期间的精准发力、实现短时间内消费数量与质量的飞跃,更在于日常文旅产业的持续发力。唯有久久为功、长期坚持,让文旅产业在假期与平时都能充分释放活力,才能真正彰显其在经济发展中的重要作用。而长期做好游客服务体验升级,正是银川文旅实现全面发展、在行业竞争中脱颖而出的关键。

随着银川文旅产业的快速发展,越来越多游客将银川设为旅游目的地,游客规模持续扩大,随之而来的是服务压力的不断增加。市场主体的服务能力、政务服务与市场监管水平,直接影响游客的游玩体验,甚至决定游客对这座城市的整体印象。由此可见,提升服务能力对文旅产业发展至关重要,而要提高

服务能力,需从人才培育与市场规范两端协同发力。

从宏观层面来看,需提前谋划、规范市场秩序,通过正向引导与反向约束,杜绝各类消费陷阱。例如,加强对酒店、餐饮、交通等领域的监督管理,在保障商家合法权益的前提下,最大限度让利游客,杜绝“一锤子买卖”式的宰客行为;另一方面,要补齐服务人员短板,探索职业教育与文旅产业的深度对接,推动本地职业高校深耕酒店管理、旅游服务等相关专业,培养更多符合市场需求、适配产业发展的专业人才,为银川文旅产业发展注入新动能。当整个城市的服务水平跟上产业发展的步伐,银川文旅才能真正实现“游客来了不想走、走了还想来”的良性发展。

持续提升商文旅农体酒融合质效

周志翔

金凤区以商文旅农体酒多业态融合为抓手,促进消费升级。2026年春节假期,金凤区辖区六大商业综合体消费市场非常火爆。流量品牌与本土新锐同台竞技,有效拉动夜间消费与停留经济,让商圈从购物地升级为生活方式目的地。

金凤区的做法也是银川市今年消费市场的一个缩影。在消费升级与产业转型的双重驱动下,商文旅农体酒深度融合正成为激活内需潜力、推动城高质量发展的关键路径。这一模式突破了传统产业边界,通过要素重组与价值共创,构建起协同效应,其价值不仅体现在经济数据的增长上,更能推动城

乡发展迈向新的方向。商文旅农体酒的融合,通过商业场景的沉浸化、文旅产品的体验化、农业价值的品牌化,将分散的消费需求转化为系统性产业动能。例如,商业综合体嵌入体育赛事、农业基地开发文旅项目,既延伸了产业链条,又创造了新的消费增长点,这种“需求牵引供给、供给创造需求”的动态平衡,正是经济高质量发展的核心逻辑。

商文旅农体酒深度融合打通了从消费到生产,进而带动就业的良性循环。商业作为连接器,将农业的初级产品转化为高附加值的旅游商品、文化IP衍生品,同时通过体

育赛事、酒旅体验等场景延伸消费链条。这种场景化消费不仅提升了各产业的经济效益,更通过“首店经济”“票根经济”等创新模式,将消费流量转化为长期复购力。

融合模式重构了城乡资源配置逻辑。农业从单一生产功能向复合功能转型,为城市居民提供了田园疗愈空间,为农村居民创造了就业机会。文化与旅游的深度绑定,则让乡村非遗、传统技艺等“沉睡资源”转化为可体验、可消费的文化产品,既增强了文化认同感,又通过文化变现反哺乡村建设。这种双向流动打破了城乡二元结构,在城乡双向奔赴中实现共同富裕。

当然,商文旅农体酒融合模式的推进需警惕形式化拼盘与同质化竞争。真正的融合不是简单活动堆砌和营销炒作,而忽视对产业逻辑的梳理与文化内核的挖掘,最终陷入热闹一时、难以为继的境地。真正的融合仍要坚持“内容为王”,以农业的可持续性、文化的独特性、商业的创新性为根基,构建真正的核心竞争力。

持续推动商文旅农体酒的深度融合,不仅是顺应提振消费的重要行动,更是产业升级的路径选择。以系统思维推进要素整合,以创新理念激活内生动力,方能让融合模式更加顺畅,从而为经济高质量发展注入持久动能。



制图:苗晨(AI辅助生成)

精准服务让民生更有温度

吴戈

今年,西夏区残联聚焦残疾人实际需求,扎实推进居家托养服务,通过政府购买服务方式,委托专业机构为符合条件的残疾人提供常态化上门照护,既有效缓解了家庭照护压力,又提升了残疾人生活质量。根据残疾人个体情况,制定个性化“一人一策”服务方案,确保服务贴心、实用。

“一人一策”意味着对每项服务都要根据每个人的实际情况进行调整,每一分钱都要用在刀刃上。西夏区的做法不是大水漫灌式地撒钱,而是通过“镇街摸排—残联核验—机构服务”的流程,精准锁定服务对象,有针对性地精心定制服务,提供涵盖生活照料、康复护理、心理慰藉等38项内容的常态化服务。同时还建立了满意度追踪机制,确保服务质量,这种以绣花功夫开展工作的态度和方式,正是当前基层治理中最需要的。

更难能可贵的是,西夏区在发展“托养”的基础上,通过进一步探索打造出“托养+就业”融合模式。组织残疾人开展枸杞分拣、物流打包等适配型就业岗位,这让“托养”在解决照护需求的基础上,还培育出特殊群体自我造血的能力,形成了有钱花、能挣钱的闭环,让社区“托养”可持续发展。

当然,精准服务需要付出更多心血。它要求工作人员深入基层、走进群众家里,摸清每一户的实际状况;要求建立科学的评估机制和监督体系,确保服务不走场;要求根据反馈不断调整优化,让服务越来越贴心。

民生无小事,枝叶总关情。西夏区的“一人一策”托养服务,不仅在一个地方顺利运行,更是形成了一套大家可借鉴、能复制的模式,让更多地方能用同样的模式让民生产业更温暖,只有如此,民生工作才能做到群众心坎上,让每一个需要帮助的人,都能感受到温暖。

漫话湖城

元宵佳节共团圆

元宵节将近,湖城年味正浓。鼓楼街头花灯璀璨,阅海岸边光影流转,一盏盏彩灯点亮银川的夜色,映着市民的笑容。一碗软糯汤圆,甜香裹着团圆;一家常问候,温暖藏在心间。花灯映湖城,汤圆暖人心,这便是银川人最质朴的浪漫,也是藏在烟火里的团圆。



苗晨/作

银川花灯本土造

刘薇

乡土价值看得见

春节去看灯了吗?银川今年灯会可不少,银川花博园、海宝公园、宝湖公园等处都在办灯会。往年这些花灯基本靠外地订购,而今年,两家扎根乡村的花灯厂,用“银川造”撑起了本地年味。

据报道,宝湖公园灯会上,一座5.5米高的哪吒花灯出自西夏花灯坊。而这花灯坊,是西夏区怀远路街道富宁村借助帮扶就业创业基地二期项目建成的,让村民无需外出务工,就能在家门口实现年均约3万元的增收。另一边,海宝公园举办的银川老城第二届海宝福灯会上,不少花灯由兴庆区掌政镇强家庙村花灯厂提供,该厂厂房由村集体闲置库房改造而成。

这两家灯厂扎根乡村,让沉睡的集体资产“活”了起来。无需大拆大建,就为乡村产业找到了“文化”这一新切入点,可谓低成本、高适配。事实上,产业形态创新只是一个方面,更重要的是发展理念的转变。在区域协调发展中,乡村未必只能做城市的后花园、小作坊,它们也可以是孕育特色产业沃土。制花灯,不就是一个生动的例子?花灯作为中华优秀传统文化的载体之一,让它在乡村落地生根,既传承了千年匠心,又赋予其时代温度。

产地就在身边,定制需求更易得到满足。所以,从城乡发展的角度看,这更是一件双赢的好事。以往外地花灯运抵本地,不仅成本偏高,还欠缺本土韵味;而本地花灯厂能精准贴合银川的民俗特色,融入马年元素、塞上风情,让灯会更具本土气息。同时,乡村生产、城市消费的模式,既让传统手艺接上了现代市场的脉搏,又让乡土价值在都市目光中被重新看见。

从另一个角度来说,乡村花灯产业的兴起,为村民带来了实实在在的获得感。无论是兴庆区掌政镇强家庙村的“指尖巧娘”,还是西夏区怀远路街道富宁村一家三口同台务工的家庭,大家不用背井离乡,既能照顾老人和孩子,又能学到手艺、拿到稳定工资,年均增收两三万元。这份踏实的幸福,比什么都珍贵。

当然,本土花灯产业的发展才刚刚起步,未来还需要更多政策扶持,帮助这些花灯厂扩大规模、拓展业态,破解季节性生产的难题,让小小的花灯获得更多市场认可,逐步形成特色品牌,映照出更多贴合实际、特色鲜明、富有活力的乡村产业新路径。