



曾都区洛阳镇国际泵道和山地车公园内,网红选手炫技表演。
(湖北日报通讯员 张立 摄)

又逢一年金秋季,短短三个月,正是文旅市场“必争之地”。
小众打卡、网红推荐、此生必去……眼花缭乱的标签中,一座老牌文旅宝藏城突围出来。
中秋假期,随州全市实现旅游综合收入4.65亿元;星级酒店入住率超八成,百万游客争相前来;大型商超销售额同比增长11%,餐饮企业销售额同比增长7.9%。

手握炎帝神农故里、编钟古乐之乡、千年银杏群等“千年名片”,今年秋天,坐拥诸多世界级IP光环的随州,将如何脱颖而出,实现“人生难得几春秋,休闲度假到随州”的理想?
“一系列丰收季活动,三场瞩目盛会,四大巅峰赛事,这个秋天,我们不一样。”随州市文旅局局长解伟介绍,全市通过举办“一季三会四赛”,促进“旅游+体育”“旅游+文化”“旅游+农业”融合发展,构建起金秋时节随州农文旅融合新格局。

炎帝故里这个金秋不一样 “一季三会四赛”让你恋上随州

湖北日报全媒体记者 董凤龙 刘钰杨 通讯员 袁绪军



中秋假期,随州炎帝故里风景区夜间上演灯光秀。(湖北日报通讯员 唐广益 刘星宇 摄)

赛事纷呈 小镇迎来奥运冠军

9月16日,随州市曾都区洛阳镇国际泵道和山地车公园里,2024UCI泵道世锦赛中国区预选赛随州站暨2024中国泵道联赛随州站正式开赛。
“加速加速,注意弯道!”5岁女子组选手哈妮头戴蓝色的头盔,在波浪起伏的泵道中上下翻跃,一举拿下小组冠军。
对哈妮来说,当天还有一件和夺冠一样高兴的事:“邓雅文姐姐抱着我合了张影,她还鼓励我继续努力!”
开赛仪式上,2024年巴黎奥运会自由式小轮车女子公园赛冠军邓雅文作为特邀嘉宾亮相发言。现场,来自全国各地的近300名选手同场竞速,还有来自瑞士的网红车手进行炫技表演。
“没想到银杏还没黄的时候就这么热闹。”山中民宿几乎爆满,旅游公路上车流不息,曾都区洛阳镇镇长尚佳感慨连连。
每年秋天,洛阳镇都会因千年银杏群落而“火”上一把,而银杏金黄时间不过月余,游客“掐点”赶来,时常难以如愿观赏最佳景色。
以赛为媒,曾都区请来国际团队,依托地

形打造国际泵道和山地车公园,包含近6000平方米的泵道公园和技巧乐园,以及一条超过两公里的山地车赛道。
“国际泵道和山地车公园坐落在银杏谷度假区,风景优美宜人,设施配备齐全,日后可供专业运动团队长期训练使用。”赛事主办方 Velosolutions 中国区总裁安迪说。
山谷中,户外探索区域野趣盎然,红色研学基地即将投用,不远处还有民宿集群点缀其间。
“近年来,大乐之野、裸心隐乡、斜阳来筑、既见行旅等民宿头部品牌相继落户,一批小而美的乡村文旅业态精致呈现,这个秋天,我们利用节庆、赛事、演出、市集等多种活动形式,持续营造乡村度假氛围,让文旅热度从秋天走向四季。”曾都区文旅局局长鄂波介绍。
在广水,一桨划开月光海千层碧波。9月7日至8日,湖北省浆板公开赛(广水站)同样吸引了省内外大批游客前来观赏游玩。
62岁的选手张德义来自随州市冬泳协会,进行浆板运动已经两年多时间。在他的

影响和鼓励下,6岁多的孙子也喜欢上这项运动,成为本次赛事中年龄最小的选手。
“月光海周边很适合家庭度假,好几个外地选手带着家人来参赛,都想在这里多待一段时间。”张德义说。
两天时间里,赛事直接带动消费近50万元,明月湾、渔火露营、徐家河湿地公园、高贵三潭等周边景区迎来游客小高峰。广水市共接待游客和观众12000余人次,其中外地游客占比10%。
“户外运动、休闲度假等主题的赛事活动将持续至10月中下旬,可‘接力式’拉动文旅消费再上新高。”随州市文旅局总规划师魏曙光介绍,2024年湖北省户外运动大会、“大洪山杯”2024年中国公路自行车联赛(湖北随州站)、随州半程马拉松即将火热开场。此次马拉松比赛赛道设计匠心别具,巧妙围绕“一河两岸”的旖旎风光,途经白云公园、乐都旋风广场、编钟大桥、神农公园等地标建筑,将随州深厚的人文底蕴与绚丽的自然风光完美融合,让参赛者在奔跑中欣赏并深度体验随州独特的城市魅力。

线路上新 灵活选择“躺平式”度假

“出门玩最头疼的事就是做攻略,现在打开小程序就能看到各种详细线路,我终于在随州实现了‘躺平式’度假。”随县柳林镇“山月随人”明月山度假区负责人宋旭东说,游客王欢在草坪天幕下惬意地喝着下午茶。
和朋友们从武汉出发自驾来随州,她没有像以往出门前焦虑地查找攻略,而是在手机上打开了智慧文旅平台“恋上随州”小程序。
选一条心仪的路线,吃饭住宿、景点介绍一应俱全,还能一键直达预订界面,这帮王欢省去了不少麻烦。“攻略按天分类,一天、两天和多天都有不同的线路选择。”
9月12日至14日,随州市邀请15家媒体和80余家旅行社参加金秋文旅季踩线活动。金秋文旅季,随州上新了10条集“吃、住、行、游、购、娱”于一体的秋游随州精品旅游线路,包含1条综合线路、9条个性化线路,分别是:神韵随州之旅、火山温泉之旅、浩瀚星空之旅、寻根祈福之旅、丰收田园之旅、深

潭瀑布之旅、海誓山盟之旅、中华名关之旅、编钟古乐之旅和千年银杏之旅。
“文旅资源串珠成线,对于本地商家来说是互利共赢的好方法。”“山月随人”明月山度假区负责人宋旭东是从广东招引回乡的文旅行业企业家。回乡考察时,他一眼便看中了柳林镇独特的自然资源和人文底蕴。
“站在这片山头的最高处可俯瞰千年银杏谷全景,驱车至大夏皇帝明玉珍故里不到10分钟。”今年8月,该度假区正式开业。30多间风格各异、极具设计感的客房,加上露营草坪、咖啡厅、洞穴泳池等设施,营造出轻松自在的休闲度假氛围。
客从何处来?柳林镇党委委员唐玉龙负责对接线上文旅项目,宋旭东对他说了自己的愿望:每年韩国明氏后人都会组团来柳林祭祖,除了这类国际旅行团短期入住,如何常态化吸引周边游客入住?
金秋文旅季,“山月随人”明月山度假区被纳入精品线路“丰收田园之旅”,和明玉珍

故里景区、千年银杏谷、大洪山风景名胜等景点串联成线。
“柳林和洛阳两镇相邻、资源互通,可以形成景区+酒店‘打包式’玩法。”唐玉龙介绍,目前,柳林镇正计划进一步将镇内文旅资源整合,推出双人游、家庭游等优惠套餐,一站式解决吃喝玩乐。
推出打包特惠的,还有大洪山风景名胜区周边酒店——林泉山居。林泉山居酒店负责人张曼介绍,一晚住宿加两张大洪山景区门票,这一限时套餐是中秋假期最热门的产品。产品详情介绍中,酒店明确将“中秋不加价”写在醒目位置。
目前,依托“恋上随州”智慧文旅平台,随州市正开展“金秋游随州,度假送门票”活动。活动细则显示,凡在平台上提供优惠度假套餐的商户,用户购买套餐后均可获赠1至2个景区门票,游客可根据自身需求自行选择景区,以此活动来降低游客来随州的出游成本,延长文旅产品消费链。

打卡赠礼 5辆房车免费送游客

“这个原价39块9,今天特价9块9包邮……三、二、一,上链接!”
9月7日上午,随州炎帝故里风景区里热闹非凡,人头攒动,2024年“金秋随州丰收季”启动仪式暨农民丰收节活动在此拉开序幕。
活动现场,随州创新打造农产品直播集市,线上线下同步售卖农产品。随州、恩施以及河南、山东、新疆等省内外50余家农产品企业参展,超百个区域公用品牌及企业品牌名优特产品参与直播促销。
随州市文旅局局长解伟与随县文旅局副局长舒明成为首席带货官,边品尝边介绍各类特产,直播间人气爆棚,在线人数超8万人,开播一小时即登顶抖音音带带货榜首。
“稻谷丰收,今年的新米特别受欢迎。”大自然米业公司负责人陈实告诉湖北日报全媒体记者,开市不到一小时,随州香稻就已经卖出了6000多单。
电商平台汇总数据显示,当日参展的各

大直播间共销售生鲜农产品25万单,总交易金额达到520余万元。其中,随州香稻销售10万余斤,随州香菇销售1万单以上。
来自随州市各乡镇和企业的30多个摊位前,带货主播同台竞技,乡村能人则忙着向线下游客卖力吆喝。
“这是本地银耳,熬出来的银耳汤晶莹剔透。”曾都区九口堰富民蘑菇合作社社长严贤涛现场展示用椴木银耳熬好的红枣银耳汤,引得网友直呼“隔着屏幕流口水”。来自随县新河村的村民吴付兰现场架起烤盘,烙蔬菜饼给游客品尝,摊位前不一会就围满了免费试吃的游客。
“今天景区不收门票,没想到线下氛围这么‘上头’,买正装送各种小袋试吃产品。”河南游客王樊左手牵着女儿,右手抱着一袋刚买的随州香稻,跟在妻子身后忙着“运货”。
随县淮河镇云居生态园展位前,景区负责人熊健热情地给游客倒上一杯景区果园里

的蓝莓酿成的果酒:“游客们尝完都找我询问地址,想要下次亲自去果园体验观光采摘。”
农业遇上文旅,线上线下人气两旺。随州土特产为何自带流量?随州市农业农村局局长黄革道出关键:“擦亮城市文旅品牌,农产品才有更广阔的舞台,农文旅发展未来可期。”
目前,随州市农业农村局正围绕全市“10条精品旅游线路”对沿线周边规模较大、经营规范的茶园、果园、蔬菜、花卉等特色农业基地资源进行普查,并根据季节特色初步绘制了春季、夏季、秋季三类特色农旅精品线路共11条,供游客感受田园乐趣。
除了拉动文旅消费,随州还策划推出打卡赠礼活动,主打“有买有送”。9月7日,“金秋游随州炎帝故里丰收礼”活动正式启动,随州市在线下设置23个景区及住宿打卡点,共有7万份金秋打卡礼,1万份炎帝丰收礼,5辆随州房车礼赠送给参与互动打卡的游客,以增加游客参与感,获得感。

随州 “一季三会四赛” 活动

“一季”
9月至11月举行 “金秋随州丰收季”系列活动

“三会”
随州市第三届运动会
5月至11月在曾都区举办

2024年湖北省户外运动大会
9月25日至29日在随县举办

2024中国休闲度假大会
10月18日至20日在随县举办

“四赛”
2024年湖北省浆板公开赛(广水站)
9月7日至8日在广水市举办

2024UCI泵道世锦赛
中国区预选赛随州站
暨2024中国泵道联赛随州站赛事
9月16日至17日在曾都区举办

“大洪山杯”2024年
中国公路自行车联赛(湖北随州站)
9月25日至29日在随县、曾都区举办

2024随州半程马拉松
10月6日在随州主城区举办

让随州文化更加立体地展现

访谈专家:蔡武进 武汉大学国家文化发展研究院教授 随州文化发展研究中心副主任

问题1:随州拥有多张“千年名片”,炎帝神农、编钟古乐、千年银杏……这些文旅资源在过去已经形成了一系列相对传统的文旅产品。在当下“内卷”的文旅市场上,这些资源应该如何重新“出圈”,从而为随州文旅产业带来新的增长点?
蔡武进:文旅资源“出圈”根本上是文旅资源以更贴近生活的方式获得更广泛的认知和认可。我认为,推动随州丰富的文旅资源“出圈”关键是要从以下几个方面着手:
一是要进一步凝练随州文化品牌、文化标识,擦亮随州核心名片。一个城市要有一个城市的品牌,一个地方要有一个地方的标识。在现代文旅市场,品牌和标识是吸引大众消费兴趣的关键点。随州拥有多张“千年名片”,多是优势,也可能成为掣肘,因为多张名片可能会弱化随州文化标识的表达,分散大众消费的关注度。因此,如何集成现有的“千年名片”,提炼随州的文化标识,进一步擦亮随州文化品牌是随州文旅“出圈”的前提。
二是要加大随州文化品牌、文旅资源的阐释和宣传力度。应当加强与高校、科研院所合作,深入阐释随州厚重的历史文化,弘扬随州地域中华优秀传统文化的时代价值。应当综合运用各种方式和手段,特别是数字信息手段加大随州文化品牌、文化资源的宣传力度。利用短视频、直播等新兴营销手段,运用创意内容、特效等技术手段,展示文化旅游目的地的独特魅力,吸引年轻消费群体关注,拉近城市和大眾之间的距离。
三是要大力推进随州文旅消费场景创新。文旅消费已进入了综合场景消费的全新时代。要通过推动随州文化事业和文化产业的联动,丰富文化消费场景的内涵;通过推动文旅行业与农业、工业等不同产业的融合,打破传统的产业界限区分和消费场景区隔,实现产业间的资源整合和优势互补,推动文旅场景创新、业态创新。
四是要深入推进“科技与文化融合,科创与文创贯通”,进一步丰富随州文旅消费产品,增强随州优秀文化资源的感知性,提升随州文旅产品的市场吸引力和竞争力。
五是要大力推进随州主题文旅活动的举办。围绕随州文化品牌,借助文创、科创方式,策划系列主题文旅活动,吸引更多的群众“打卡”,让随州文化资源、旅游资源以人民群众喜闻乐见的方式走进人民群众的生活。
问题2:今年金秋季,随州打造“一季三会四赛”,国际赛事、网红带货、打卡有礼等新玩法受到游客热捧,中秋假期实现旅游综合收入4.65亿元。您如何看待这种尝试?
蔡武进:我认为,这种方式非常有意义。首先,文化的本质是人化,文化由人民群众创造,以服务群众、滋养人民群众为根本目的。也就是说,随州文化本质上是一种生活文化、大众文化。随州通过打造“一季三会四赛”这种形象具体的活动,有利于让随州丰富、厚重的文化资源更好地被感知、触及、亲近,让它融入人民的生活当中。
其次,随州打造“一季三会四赛”可以让人们身临其境地感知到自己跟随州历史、现实的关联,从而形成更强烈的主体认知和文化使命感。
最后,这些关于随州文化的一些主题活动,有利于加强对随州文化资源的活化利用,通过文旅、科创、生活化的形式,让随州文化更加立体地展现在人们面前。
(湖北日报全媒体记者 刘钰杨 整理)



随州柳林镇“山月随人”明月山度假区内,游客们正在草坪上享用下午茶。(受访者供图)