

# 做好“留客”文章,把“头回客”变为“回头客”

□ 赵怀忠



新论

城市文旅从“网红”走向“长红”,考验的是承接能力、转化能力、产品组织能力和长期运营能力,无锡还需在深耕场景、扩容票根、IP常态化、政策赋能等方面发力,补齐交通接驳、住宿品质、服务标准等短板,把每一位游客的“路过”最大可能转化为“驻留”。

今年暑期,无锡各大景区和网红街区游人如织,特别是中央广播电视总台2026七夕晚会选择拈花湾为主要取景地,央视主持人撒贝宁、歌手李斯丹妮、任贤齐以及网红NPC“王婆”陆续到访无锡,带动无锡文旅热度持续攀升。

近年来,我市围绕“留客”二字持续发力。“票根经济”率先破题,无锡太湖国家旅游度假区推出“一张票根,惠游马山”活动,游客凭灵山、拈花湾门票票根即可在周边商圈享受专属折扣,将景区的“流量入口”转化为商圈的“消费活水”。沉浸式业态渐成气候,“今夜梁宵”江南古运河行浸式光影夜游与惠山古镇“知音映月里”,双双入选省级智慧旅游沉浸式体验新空间优秀案例,让游客从“走马观花”转变为

“身临其境”。消费场景不断上新,前不久开业的万象城西区引入200余家品牌,城市级以上首店占比超60%,以高品质供给激发消费新动能。

成绩固然可喜,但短板同样不容忽视。头部景区“一核独大”,辐射带动仍显不足,拈花湾、灵山固然吸睛,游客“看完就走”的现象依然普遍,“一枝独秀”尚未带出“满园春色”。服务设施“最后一公里”体验欠佳,鼋头渚等景区的接驳交通对老年人和儿童不够友好,部分人造景区被诟病“性价比不高”,细节之处还需要耐心打磨。

城市文旅从“网红”走向“长红”,考验的是承接能力、转化能力、产品组织能力和长期运营能力,这方面我市还有不少提升空间。

他山之石,可以攻玉。西安长安十

二时辰主题街区,将传统商业空间改造为全沉浸式唐风市井,游客换装旅拍、沉浸式游戏等附加消费让人均消费达300至500元,游玩时间拉长至3至5小时,其成功密码在于“文化IP+商业空间+沉浸演艺+多元业态”的系统重构。长沙则把“票根”做成了一篇文章,草莓音乐节期间观众凭票根可在餐饮、住宿等环节享受联动优惠,将单次观演的“瞬时客流”转化为在城市停留消费的“长效客流”。杭州宋城将演艺产品常态化运营,日均可容纳近万名游客,以“一场秀”带火“一座城”。

立足当下,放眼长远,如何让我市文旅热度转变为城市文旅留量,有四条路径值得研究。一是深耕场景,从“打卡地”升级为“沉浸场”。深度挖掘

太湖文化、运河文化、禅意文化的深层价值,借鉴西安经验,将更多传统商业空间、老旧街区改造为沉浸式文旅场景,让游客不再“拍照即走”,而是“入戏其中”,在可感、可玩、可共鸣的体验中自愿延长停留。二是扩容票根,从“单向引流”进化为“消费闭环”。将票根联动从景区门票拓展至赛事票、演出票、交通票、餐饮票,从景区周边延伸至城市核心商圈,让一张票根成为串联“吃住行游购娱”的消费钥匙,把每一位游客的“路过”最大可能转化为“驻留”。三是IP常态化,让“爆款”沉淀为“日常”。今年,在总结“五一”假期后文旅发展思路时,我市提出“春有太湖花会、夏有运河戏韵、秋有江南雅集、冬有暖冬灯会”的四季IP体系,下一步应推动假日爆款向周末常态化演

出转化、临时打卡点向日常社交空间固化,让品质体验“时时可来、次次有新”。四是政策赋能,以“硬支撑”托举“软实力”。我市作为全国“三新”消费试点城市,配套3亿元支持资金,要用好用足政策工具,在夜间消费、沉浸式体验、文旅融合等领域持续突破,同步补齐交通接驳、住宿品质、服务标准等短板,让“头回客”心甘情愿成为“回头客”。

从“客流”到“客留”,一字之差,考验着城市系统施策能力;从“尝鲜”到“常态”,一步之遥,丈量着文旅内涵厚度。“太湖明珠”无锡,当以更开阔的视野、更务实的举措、更长远定力,把文旅能级推向新高度,让每一位到访者由衷感叹“来了不想走,走了还想来”。(作者单位:梁溪区政协机关)



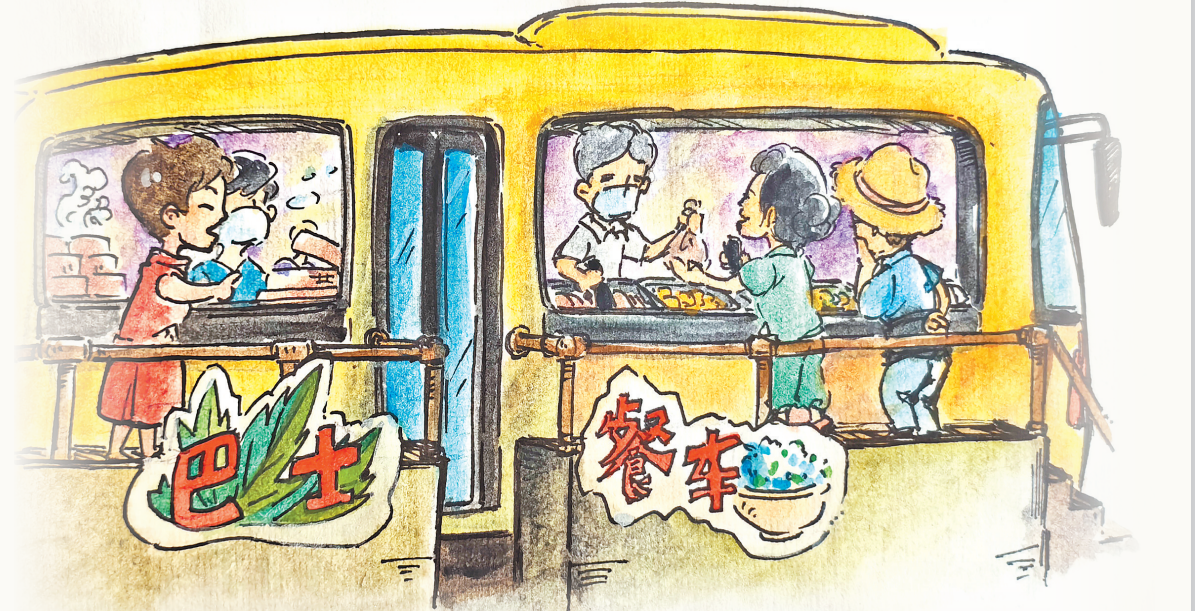
趣图说事

## 巴士变餐车,暖心又便民

菜品美味、食材卫生、价格实惠……近日,“融享”新光巴士餐车在新吴区新光嘉园小区正式启用。经过改造的公交车上,各色热乎的饭菜依次摆放,从家常小炒到特色熟食,餐车每餐至少供应十余种菜品,给附近居民和新就业群体提供了更加便利的就餐体验,让15分钟幸福生活圈越织越密。

巴士变餐车,不仅让退役或闲置的公交车有了新功能,还能破解高龄独居老人做饭不便、新就业群体就餐难等问题。在无锡,这样的社区巴士餐车不止一辆。通过“社区+国企+企业”共建新模式,流动的公交车变成了固定的便民点,守护社区居民的一日三餐,让幸福生活更有滋味、便民服务更具温度。

(陈磊文/何岚作)



世相评说

## 为“探厂”增添更多“智趣”

今年暑期,来自滨湖区胡埭镇南京师范大学九龙湾分校的学生们手持研学地图,走进无锡天智翔智能科技有限公司,开启了一场包含模拟操控、编程试飞等的无人机研学之旅。把“探厂”纳入旅游、研学清单,已成为越来越多人的主动选择。

近年来,人们不仅爱“看风景线”,也热衷“看生产线”,“科技游”和工业旅游热度持续攀升。数据显示,今年暑期,“工厂类”旅行产品的预订热度同比增长超过36%。在无锡,西树食品巧克力工厂等对公众敞开大门,养乐多无锡工厂累计参观人数达20万人次。身处科技飞速发展的时代,人们大多有紧跟时代步伐、触摸前沿技术的愿望。虽然工业旅游自带新奇属性,但专业知识和生产场景难查枯燥晦涩,让更多智能制造工厂在确保安全生产和保密要求的前提下拆掉“围墙”,走向大众,不妨为其增添更多“智趣”。

在体验式消费持续升温的背景下,互动感、参与感变得尤为重要,需增添更多趣味性,让游客从“隔窗看”变为“动手做”。比如,在领克汽车张家口工厂的汽车研学基地,学生们可以拼装模型消防云梯车、用工厂废料制造1:10的车身模具套件,在动手中理解汽车的基本工作原理和轻量化

工艺优势。做优做活“探厂”路线,不仅要有生产场景、专业技术,还要有“可玩”的体验项目,可以结合自身产业特征,推出实景体验、产品定制等项目,还可以创新与本土文化有关的产品,如西树食品巧克力工厂推出的“霞探探”徐霞客IP系列等,从而带动文创产品、本土好物等消费辐射,既聚人气,还能引客流、促消费。

“探厂”的目的,是让参观者不仅知道产品“是什么”,还能理解“为什么”“怎么来的”。面对专业性颇高、颇为复杂的生产流程,运用VR、AR等数字技术及人工智能充当“翻译官”,不仅能提升旅客的参观兴趣,也有助于加深其对“智造”的理解。在南京钢铁股份有限公司打造的未来钢铁智造馆,游客借助空气成像触摸屏便能查看生产流程和运营数据,还能戴上VR眼镜,化身操作人员体验搬运钢材。作为先进制造业基地和产业科创高地,无锡工业经济发达,集聚了一批高新技术企业和智能制造场景,这些都能成为独一无二的城市文旅资源。目前,已有不少文旅场景将现代科技作为吸睛点之一,要用好这一锦上添花的工具,在“探厂”项目中将参数、流程等直观化、可视化,让工业实景更智慧、更易懂,从而更好地将生产线变为“风景线”。(周郁语嫣)



邀你互动

打卡新地标,我来说几句

## 让音乐厅成为超级文化支点

□林之豪

这两天空闲下来就想着去无锡交响音乐厅逛逛,今年年初竣工的这个项目已成为热门打卡地,到无锡交响音乐厅逛一逛已然成为“City Walk菜单”上的优选项。

傍晚6点20分抵达无锡交响音乐厅,黑夜慢慢袭来,沿着净慈西道远远望去,就能看到巨大的银色穹顶在夜色中泛着柔和的光泽,两翼的波浪形结构如琴弦般舒展。由8500块高清超白的玻璃安装而成的玻璃幕墙在夜幕下就像是一轮明月倒映星河,亲眼见到这轮“月亮”远比在网上小视频中看到的更为震撼。

无锡交响音乐厅门前的免费公共空间成了老百姓茶余饭后的散步首选,这里的水景喷泉开启后,水柱与灯

光交织成一场流动的夜色盛宴,孩子们光着脚丫在清凉的水雾中追逐嬉戏,年轻的情侣则牵手漫步于光影交错的步道,老人们摇着蒲扇聚在一起闲聊家常。走进这里就能体会到每一个人的松弛感。这里用“音乐+商业+公园”的复合场景渲染环境,音乐厅周边所配套的太湖音悦城广场汇聚了众多品牌门店与特色地摊,在霓虹与星光交映下,勾勒出城市夜生活的新音符。

一座城市为什么要建一座音乐厅?这个问题看似简单,答案却关乎城市的气质与远见。放眼世界,几乎所有国际大都市都拥有高品质的音乐厅。城市音乐厅都有潜力成为一个超级文化支点,比如完善艺术产

业生态、促进城市更新、撬动文旅经济、提升城市软实力等,成为留给城市数十年乃至上百年的文化资产。有意思的是,无锡交响音乐厅的落成,恰逢无锡被联合国教科文组织评为中国首个“世界音乐之都”。无锡鸿山遗址曾出土了500多件距今约2500年的古代乐器,从古老的乐器到现代的交流,跨越千年的音律在此交汇回响。

相较于国内其他一些知名度较高的城市音乐厅,无锡交响音乐厅还有许多提升空间。深圳音乐厅与上海音乐厅都有“音乐下午茶”的公益品牌,以低廉甚至免费的票价让公众参与音乐;广州星海音乐厅打造“厅厨合一”模式,挖掘更多本土

音乐。无锡拥有丰富的本土音乐资源,如锡剧、江南丝竹、二胡、道教音乐等,无锡交响音乐厅不妨在这些领域进行深度开发,将音乐融入日常消费、休闲、社交,让更多公众爱上音乐,感受音乐魅力,拉长艺术消费链条。

无锡交响音乐厅还有一些细节需要进一步完善。在散场的高峰时段,开阔的广场边缘道路常被私家车、网约车占据,网约车没有专属等候区,容易造成秩序混乱与不安全。建议在广场水景喷泉周边增加提示标识,提醒家长看护好儿童,防止意外滑倒,保障好公共区域的安全。

(作者系江南大学马克思主义学院副教授)



热闻快评

## 让商场“长出”演艺新空间

**新闻回放:**上海第一百货邀请小剧场品牌“星空间”入驻,打造商场类沉浸式集合演艺空间。第一百货的21个中小剧场,平均每天有6部剧目同时上演。如今,这里已成为国内商业体中剧目最多、面积最大的艺术剧场业态之一。小剧场的走红,让老商场抓住了焕新机会,接二连三引入服务业态。“观剧+餐饮+社交”模式形成,年轻客群占比增至35%,零售业绩增长10%,利润两位数增长。

(据《人民日报》) **快评:**在商场看话剧、听音乐剧是种什么体验?如今,上海把剧场搬进了商场,人们可以白天在商圈逛吃,晚上进剧场看戏,在商圈待上一整天也不会腻。这些小剧场每个可容纳30到200人不等的观众,演出剧目多元化,观众与演员能够近距离接触甚至参与剧情互动……小剧场的出现丰富了人们的休闲消费方式,成为商旅文融合的重要实践。让商场“长出”演艺新空间,为城市文化建设和消费升级提供了更多可能性。

新消费时代,消费者尤其是年轻人的消费正从“物质满足”转向“精神愉悦”,他们不再满足于传统商场的购物和娱乐,对文化体验的

需求日益增长。具有沉浸式体验与参与感的小剧场,恰好填补了这一空白,剧场需要观众,商场需要新鲜的内容供给,二者相结合,能产生巨大的流量“聚”场。这种艺术+商业的模式,不仅打破了传统剧场空间的局限,丰富了人们的文娱体验,还能提升商场的文化品位,激发商场消费活力,实现文化与商业的良性互动。

在无锡,商场演艺新空间以另一种方式打开。乘着无锡入选全国首批16个“电影+”消费综合试点城市的东风,各大影院纷纷推出舞台剧、音乐会、亲子互动、科普活动等,让影院成为扎根商圈的文化综合体。以大世界影城圆融店为例,不仅有儿童友好的科学实验秀、童话剧、故事会等演出,也有契合成人喜好情人节音乐会、萨克斯演奏、爵士乐专场、音乐剧等场景,文化消费体验丰富而多元。剧场可以进商场,影院可以化身多元文化场馆,推动商业空间打造演艺新空间,有关部门不妨在政策上予以支持,用制度护航新业态新模式;商业综合体可以结合消费需求进行市场调研,引进并培育一批“小而美”的文化空间,打造差异化竞争力。(陈磊)



“城市精细化管理”  
大家谈

## 把“小而美”贯穿城市更新全过程

□吴仁山

前不久,无锡成功入选2026年度中央财政支持实施城市更新行动城市名单。根据相关要求,入围城市要开展相对集中联片的重点样板片区建设和可持续的城市更新机制建设,进一步突出投资和消费相结合、投资于物和投资于人相结合,促进城市基础设施建设由“有没有”向“好不好”转变,解决人民群众的急难愁盼问题。城市的核心是人,城市更新的落脚点就是增进民生福祉。因此,无锡在推进城市更新过程中,需要把“小而美”的理念贯穿在各个环节,以细节治理切实提升城市宜居质感。

从“小切口”破题,找准民生需求的“最大公约数”。城市更新不是千篇一律的拆旧建新,而是必须根

据市民的“急难愁盼”,将具体而又细微的更新细节体现出来,如老旧小区的电梯能不能装、周围居民停车难题怎样妥善解决、小区绿化环境和功能如何提升等。这些问题直接关系到市民的生活品质,也是城市更新中的着眼之处。高质量推进城市更新,应该从市民真实的生活感受出发,瞄准痛点难点,既努力做好“物的更新”,也牢牢把握住“人的幸福”,让市民在家门口看得见变化、能得到实惠。

用“绣花功”深耕,推动城市更新与民生改善同频共振。城市更新是久久为功的治理实践,在城市更新中稳扎稳打地提升民生温度,需要系统布局、精准施策。在宏观层面,应统筹推进城市功能完善、生态修复、文脉传

承,提升城市整体风貌,为城市生活增添时代活力和人文温度,提高市民的归属感和幸福感;在微观层面,要从每一处设施的质量、每一次安全风险的排查、每一项工程的进度等事实上发力,完善配套设施,优化服务供给,用“微改造”实现“大提升”,让城市更新更合乎民心。

以“共同体”聚力,打造多方共建共享新路径。城市更新为了市民,也必须依靠市民。在此过程中,除了城市规划、城建、城管、生态环境、文保等政府部门统筹协调,还需要居民、社区、企业(商家)等共同参与,一起奏响“大合唱”。通过畅通民意渠道,让更多市民从旁观者变成主动作为的参与者、共建家园的建设者,把市民的“金点子”转化为推动城市更新的“金钥匙”,

形成人人参与、人人共享的新局面。有条件的地方,还可以鼓励和引导社会资本参与城市更新,以多元合作的新平台、新模式,盘活老旧厂房、低效楼宇等城市“存量”,为市民带来幸福生活“增量”。

城市更新改变的是环境,温暖的是民心。目前,我市已出台实施《无锡市城市更新办法》《无锡市城市更新三年行动计划(2025—2027年)》等政策举措,并确立了“1+7+N”的实施体系,计划打造49个连片更新片区,实施7类专项更新项目。相信只要用心用情地把城市更新项目中的每个细节做好,无锡将成为更加宜居、更具韧性、更有智慧的美丽城市。

(作者系无锡市吴文化研究会名誉会长)

《无锡日报》时评版开设多个互动栏目,欢迎机关干部、专家学者、企业界人士及市民读者来稿参与互动。投稿邮箱:wxbdpinglun@163.com,QQ群:227976812(入群请附个人简要信息),本版稿件择优在无锡观察App“观山路”频道和无锡新传媒网“观山路”频道呈现。