

机票大跳水、景区免门票、属马有福利 节后错峰游迎来“黄金窗口期”

随着春节假期收官，旅游市场迅速从“一房难求、一票难求”的火爆局面，切换至高性价比模式，错峰游“黄金窗口期”正式开启。同时，多地景区推出3月免门票、属马人群专属福利等举措，让“淡季不淡”成为文旅消费新亮点。

错峰出游性价比拉满

同程旅行数据显示，春节假期过后，国内机票均价快速回落，与假期峰值相比几乎减半，部分热门航线降幅高达80%—90%，甚至低于高铁票价，成为错峰游的“核心福利”。记者查询各大购票平台发现，无锡出发至揭阳、昆明、广州、西安、重庆等多条热门航线，目前均有330元左右的低价机票在售，部分早班、晚班航班甚至低至280元，为市民错峰出行提供了极具吸引力的实惠选择。“春节期间如果一家三口去三亚，机票加酒店要一万多元，节后测算下来能节省一半。”从事摄影工作的李旭说，自己刚结束三亚旅行落地无锡，感觉错峰游非常划算。无锡万达国旅副总经理邓云岗表示，节后错峰游预订量较往年大幅提升，昆明、南京等春日赏花花地热度飙升，无锡本地旅行社也推出多条错峰游线路，涵盖短途周边、国内长线，满足家庭、青年、银发族等不同人群需求。

与此同时，多地景区同步发力，推出3月免门票政策，其中庐山风景区3月免收门票，无锡每天有多趟直达庐山的高铁，仅需4个多小时即可抵达；此外多地景区针对属马、姓马或名字带“马”的游客实行免门票政策，进一步降低出游门槛。本周恰逢国际劳动妇女节，无锡各大景区推出多重优惠，拈花湾女性专属门票38元，灵山胜境女性单人票80元，宜兴善卷洞、竹海等景区推出女性特惠套票，马年出生的女性凭身份证可免费游览善卷洞。

多赢模式激活淡季市场

“免门票、优惠票价的核心是吸引人流，将景区从单纯的观景点，转变为激活整座城市消费的流量引擎和体验平台。”旅游资深专家王洁平表示，这一模式的落地，需要依托景区自身的核心吸引力、成熟的文旅生态、精细化的运营管理，缺一不可。他举例称，河南万岁山景区推

出“80元3日通票”“100元年卡”等超值定价，吸引大量游客入园，仅春节后一周就接待游客超10万人次。

值得注意的是，错峰游的主力人群正在不断拓展，从传统的退休老人、大学生，延伸至自由职业者、职场白领等群体。邓云岗表示，他们更注重出游体验，愿意避开人流

高峰，深度感受当地的人文与自然魅力，对旅游产品的个性化、品质化要求更高。这也使得不少景区出现“淡季不淡”的热闹景象，记者在采访中获悉，鼋头渚景区早樱初开，已出现了客流小高峰，“一部分游客是来看樱花，更多的游客是为了赶上最后一波看红嘴鸥的机会。”

春日文旅场景持续升级

以错峰游为契机，无锡正不断丰富文旅产品供给、优化服务体验，多措并举推动“淡季不淡”成为常态。当前，无锡的春日文旅场景正持续升级，梅园万株梅花次第绽放，南园、北园赏梅游线各具风情，鼋头渚红嘴鸥进入最后观赏期，多个景区樱花、玉兰也到了观赏期。

同时，无锡旅行社针对错峰游

人群需求，优化产品设计，推出“春日赏花游”“古镇深度游”“周边短途游”等特色线路，搭配专业导游讲解、专属接送等贴心服务，提升游客体验感。针对银发族，推出节奏舒缓、注重康养的线路，串联宜兴竹海、善卷洞等生态景区；针对青年群体，推出“闺蜜打卡游”“摄影采风游”，结合拈花湾夜景、东林

书院玉兰等特色场景，满足个性化需求。

错峰游热度持续攀升，预计这一黄金窗口期将延续至3月底。即将到来的鼋头渚樱花节、无锡马拉松等活动，将进一步激活旅游市场，让更多游客在错峰出行中感受无锡的山水之美。

(记者 璿璐/文 受访者供图)

随着元宵节的落幕，中国人的年度非遗盛宴也告一段落。春节期间，无锡以非遗为纽带，精心策划多场非遗主题活动，入选携程旅行春节“十大黑马目的地”。在无锡的非遗盛宴中，位于中国泥人博物馆的无锡市工艺美术家协会首届精品展暨“锡作”工美展销会格外引人注目。日前，这场展会圆满收官，宜兴紫砂、惠山泥人、无锡精微绣、二胡、青瓷等20大类、250余件非遗精品集体走向市场，令广大消费者眼前一亮。这场展会向外界传递出了一个关键性的信号：无锡已开始系统性打造“锡作”品牌，推动无锡工艺美术行业从技艺集合向城市文化品牌突围。

“锡作”有底气也有短板

提起江南的工艺水准，人们往往会联想到“苏作”。“苏州有‘苏作’，无锡有这么多能工巧匠，又拥有这么多手工技艺类非遗项目，我们为什么不能推出‘锡作’？”“这个行业现在基本上还是各自为战，应该由政府部门统一谋划，行业协会也要担起责任，抱团发展、主动出击，打出无锡工美的品牌。”长期以来，无锡工艺美术行业的从业者们都拥有着这样的期盼。

打出“锡作”品牌，无锡有底气。截至目前，无锡拥有各级非遗代表性

无锡非遗技艺“组团”突围 “锡作”品牌，该如何打响？

项目400余项，其中，手工技艺类非遗项目占比52%，紫砂、泥人、精微绣、竹刻等拥有完整的技艺谱系；“百匠千品”非遗传承创新工程、“传承人+主理人+达人”的非遗协作机制，为无锡工艺美术行业发展筑起政策与生态底座；江南大学、无锡旅游商贸高等职业技术学校、无锡工艺职业技术学院等院校也搭建起人才培养平台，推动“大师带徒、院校育人、青年创业”梯队成形。

然而，无锡工艺美术行业的短板同样清晰：品牌辨识度不足，缺乏统一的“锡作”标识；市场转化不畅，线上线下渠道碎片化；产业协同不够，大师、工坊、企业、渠道各自为战，难以形成合力。

统揽品牌让“锡作”可识

转机出现了。由无锡市工艺美术家协会与市文旅集团联合主办的“锡作”工美展销会从去年12月底持续到今年2月底，通过“展、演、销、创、研”一体化的综合设计，构建起一个连接传统与现代、艺术与产业、创

作者与市场的重要平台。春节期间，人们观展、体验、消费的热度持续走高。“很多家长带着孩子来参观、选购，泥人、锡绣、剪纸，包括小众的缠花还有各类文创，卖得都非常好。”展会相关负责人告诉记者，展览期间，日均客流量达上千人次。

“举办协会首届精品展的重要目的，就是打响‘锡作’品牌。”无锡市工艺美术家协会会长龚育才表示，优秀的工艺美术，既要在博物馆中被珍视，在学术上被研究，也要在生活中被使用，在情感上被共鸣，在市场中赢得一席，协会希望构建一个能呼吸、能生长、能连接的“工美生态场”，让“锡作”的整体品牌形象更清晰。

“这次展览是市文旅集团与市工艺美术家协会深化合作的新起点。”市文旅集团相关负责人表示，双方将共筑平台，支持“锡作”品牌建设，为“锡作”产品提供更广阔的展销空间。双方将共育生态，探索“工艺美术+旅游、研学、数字科技”等模式，推动大师工作室、非遗工坊与旅游线路、研学课程、文创开发深度融合。

从城市品牌到城市名片

传统工艺的生命力在于活态传承与当代转化。“锡作”产品也应从城市伴手礼走向更广泛的生活美学与收藏投资领域。宜兴紫砂结合区块链、数字身份认证等技术，成为数字化转型的先行者；惠山泥人厂与多个知名品牌展开跨界联名合作，一次次以新模样走向新空间；无锡精微绣国家级非遗代表性传承人赵红育开设个人视频号传播推广锡绣技艺，让老手艺变成了新网红……当前，我市工艺美术行业正在积极探索与文化旅游、创意设计、数字科技等领域的深度融合。“锡作”工美展销会的收官，正是“锡作”品牌化的起步。

记者获悉，今年，无锡市文广旅游局将系统化打造“锡作江南”品牌，整合无锡非遗、工美、文创资源，以匠心铸品质，以品牌兴产业，以文化润城市。当“锡作”成为可识别的城市IP、可体验的文旅场景、可消费的生活好物，无锡也将拥有一张崭新的城市名片，为江南文化传承与城市高质量发展注入持久动能。(张月)