

◀ 上接02版



◀ 旅游展迎来众多观展者。



◀ 观展市民正在体验文旅装备。

### 3 “提质升级”展现桂林新形象

本届旅游展在新启用的桂林“城市会客厅”——桂林国际会展中心举行，在展出规模和展出内容上都实现了创新性升级。

这次展览的总面积达到5万平方米，创历史新高。共设国内文化旅游展区、文化遗产旅游展区、文化旅游装备展区、国际旅游商品展区、旅游消费展区、广西文化旅游展区和境外文化旅游展区7大展区，展出规模为历届之最。

桂林国际会展中心项目是自治区和桂林市的重点项目，也是桂林打造世界级旅游城市的新地标。该会展中心是按“全球视野、国际标准、中国特色、桂林风韵”理念打造的现代化展馆，总建筑面积达31万平方米，集多功能展览中心、会议中心、星级酒店于一体，可承办各类国际国内会议、展览和赛事等活动。

本届旅游展发挥新展馆设施优势、服务优势和空间优势，参展展区空间更大，分布、规划更科学，观展体验更优越。旅游展举办了盛大的开幕式，体现展会的高规格和国际视野。开幕式后，主要参会领导及中外贵宾对展会场馆进行巡视，现场感受旅游展的全新面貌，展示桂林打造世界级旅游城市的新成果、新形象。

本届旅游展参展业态丰富。除了涵盖文旅形象、智慧旅游、文旅消费等文旅业态外，还特别增加文旅装备、体育旅游、乡村旅游、气象旅游、文化遗产旅游等新业态，体现了展会的前瞻性和专业性。同时，展会充分发挥平台和辐射作用，结合文旅发展新趋势，举办中国—东盟旅游休闲发展与融合创新论坛、首届文化遗产旅游大会、全国气象生态旅游品牌推介会、文旅赋能乡村振兴发展大会、“非住不可”住宿夜活动、会展旅游专题推介会、桂林打造世界级旅游城市产业招商大会等10余场专题活动，围绕国际国内旅游行业热点，特邀专家学者和企业代表共聚一堂，进一步促进行业交流，为推动建设文旅融合互促、共同发展的良好格局献智献策，助力桂林打造世界级旅游城市。

### 4 “文旅消费”新体验提升实效

本届旅游展积极响应文化和旅游部关于“恢复扩大文化和旅游消费”的号召，注重旅游交易和经贸实效。东盟国家旅游推介、国内省市文旅推介、酒店景区旅行社等旅游产品推介等活动，加速了国内外各地旅游资源的展示交流，为共享旅游合作商机和旅游发展成果提供绿色通道。

为精准提升买卖双方供需契合度，有效促成合作意向达成或签约，本届旅游展还在现场规划设置贸易洽谈区，并有序组织开展多场买卖家一对一专业洽谈会。经组委会初步统计，本届旅游展达成合作意向金额约22.6亿元人民币，各类订单总量超过预期。

同时，旅游展着力打造国际旅游商品展区和旅游消费展区，有效拉动文旅消费。文化旅游装备展区为首次设置，布展面积近10000平方米，共有45家国内外知名文旅装备经销商、文旅活动运营商和文旅投资集团等企业特装参展。广西文旅装备展区和桂林文旅装备展区两大精品版块，集中展示广西本地最新的旅游装备产品、技术和服务。通过故宫博物院等文博机构的参展、非遗代表性项目展销等进一步拓展文旅消费新场景、上新文旅消费新业态、培育国潮消费新风尚。

继续采取“线下实体展、线上云展览”相结合的形式，采用同步直播、云照片等形式打造主办方、参展商、采购商等多方面联动的展览展示平台，将旅游展展出盛况传播至更多地区，线上线下，境内外旅行商、文旅企业及游客实现实时交流和互动，有效扩大了旅游展传播范畴，助力采购洽谈、贸易成交显著提升。

➡ 旅游展上精彩的表演活动。

2、3版图片为记者李凯 滕嘉 摄

### 5 展会影响力达到新高度

本届旅游展吸引了境外主流媒体和中央、自治区新闻媒体等各大媒体高度关注，展会影响力进一步提升。

围绕本届旅游展，境内外各大媒体纷纷通过报刊、网络、电视、新媒体平台等多种渠道进行聚焦，推出了“线上线下互动、国内国外同步”立体式、全方位报道，真切反映出中国与东盟文旅合作的深度和热度。

据统计，有100余家主流媒体及其他网络媒体、自媒体参与了本届旅游展的采访，全方位、深层次、多角度地在海内外进行多渠道深度报道、立体化传播。特别是桂林国际融媒体中心海外账号、新华社海外平台实现多语种传播。市属主要新闻单位网络媒体和自媒体对旅游展开幕式和主论坛进行全程直播，并进行逛展直播，浏览量超百万，网络传播端涌现出多个与旅游展相关的爆款产品，进一步提升旅游展的知名度与美誉度，唱响携手发展主旋律，发出合作共赢好声音。

主办方表示，立足中国与东盟合作新起点，今后旅游展将继续加快升级发展，打造高能级、高水平区域旅游合作平台，在更大范围、更深层次、更宽领域深化中国—东盟文化旅游交流合作，为构建更为紧密的中国—东盟命运共同体，助力桂林打造世界级旅游城市作出新的更大贡献。

在本次展会期间，各参展单位工作积极主动，组织协调有力，使本届旅游展的整体水平有了较大提升，成为一届高规格、高水平、高质量的国际旅游盛会。

记者马翔

