



主题活动成消费热点·古建游迎来“打卡热”·新场景新体验不断涌现……

中秋假期，山西文旅市场火“出圈”

本报记者 栗美霞

三晋聚焦



(扫描二维码看视频)

今年中秋小长假期间，秋高气爽，秋景迷人，人们纷纷利用假期，品民俗、赏美景、尝美食、看演出，感受中华优秀传统文化的魅力和浓浓的节日氛围。

记者了解到，今年中秋假期，我省文旅消费市场持续升温，“热”力十足，跟着《黑神话：悟空》来山西打卡游戏取景地的游客络绎不绝。与此同时，我省不少景区争相推出与中秋传统文化相关的赏月、游园、灯会等活动，营造了浓郁佳节氛围，丰富了游客假期出游体验，省内旅游市场异常火爆。

中秋主题活动备受游客青睐

中秋佳节，云丘山、忻州古城、张壁古堡等景区推出的中秋主题活动，赢得了游客们的一致好评与喜爱。

“这个中秋节，我们全家人在云丘山参加了奇妙游园会活动，赏传统民俗表演，玩‘中秋灯谜会’脑力大比拼……”来自河北的游客李泽林说，今年云丘山举办的“金丘好去处、月满云丘山”主题活动，让他们全家在山水之间度过了一个难忘的假期。

忻州古城推出“情聚中秋、月满忻州”主题活动，不少游客在泰山茶楼戏台与“元好问”对诗，在《遇见秀容》剧场门口偶遇“貂蝉”，在秀容巷找到“悟空”猜拳，并获得专属章和礼品奖励，收获满满。此外，祭月大典、貂蝉拜月、抛绣球招亲等特色表演让观众大饱眼福。

张壁古堡景区推出的“堡里团圆、张壁中秋游园会”主题活动，特别设置了多个赏月平台，让游客近距离体验“传灯拜月”这一古老而庄重的仪式。为了让游客更加深入地体验中秋文化，景区还策划了汉服巡游、婚俗展演、张府招婿等一系列互动性强的活动，让群众尽享假日。

太原古县城推出“晋阳古韵、诗上中秋”活动。游客在鼓楼旁常平巷学习月饼制作方法，参与投壶、射箭、对诗等游戏，寻找《黑神话：悟空》机甲并参与互动，好不热闹。

皇城相府也推出了中秋系列活动，御书楼广场的《迎圣驾》、小姐院的《豆蔻年华》、藏兵洞的《盛世八音》、麒麟院的《编钟乐曲》、大型实景融入演出《再回相府》等好戏纷纷登场，丰富了游客的假日生活。

山西古建游迎来“打卡热”

今年中秋假期，是《黑神话：悟空》爆火之后的首个小长假，山西古建游迎来“打卡热”。假日期间，小西天、玉皇庙、铁佛寺、广胜寺等《黑神话：悟空》取景地游客众多，热度前所未有。

河南游客陈先生是一名《黑神话：悟空》玩家，他利用中秋假期前往小西天游览，还领取了“通关文牒”。

“一直以来，我都对古建筑很感兴趣，这次看到游戏中的场景，就决定来山西看看。广胜寺给我的感觉是非常宁静和庄严，这里的每一处建筑都蕴含着丰富的历史故事。《黑神话：悟空》让更多人了解到了临汾的这些宝藏景点。”9月16日，利用中秋假期来山西旅游的浙江游客秦女士激动地说。

来自北京的游客张先生同样表达了喜悦之情：“这里是《西游记》‘扫塔辨奇冤’的取景地，我来这儿看着塔，童年看电视剧时唐僧扫塔的画面瞬间浮现在眼前，一种奇妙的情感涌上心头，真是不虚此行。”

中秋假期，乔家大院景区推出“跟着悟空游山西”之“支线任务·与悟空

月夕而战”互动活动。景区推出的“游院话谜”中秋大闯关、“吉祥纳福”拜月兔儿爷活动、“天命人集合”跟着悟空玩转乔家活动等，吸引了很多游客踊跃参与，极大地增强了游客的参与感和体验感。

为方便游客到《黑神话：悟空》取景地打卡，省文旅厅专门推出了“跟着悟空游山西”主题线路，还通过社交平台公布了最新的“宠客”措施——中秋假期，各领取点“通关文牒”全部加量，以吸引更多游客带着对山西、对古建的热爱，继续深度游山西。

多元消费新场景丰富假日市场

今年中秋假期，我省各地不断丰富文旅产品供给，积极打造旅游新亮点，涌现出一批新产品、新业态，为游

客提供了众多新玩法、新体验，让旅游目的地形象变得更加多元。

太原方特各类精彩活动不断。小朋友在家长的帮助下体验手工DIY制作，开启一场亲子互动艺术之旅。中秋限定的传统非遗“水上打铁花”、绚丽烟花秀、主题演艺等丰富的夜场活动，为游客带来游园新体验，让传统节日氛围更加浓厚。

山西田森番茄小镇开展了以“十分有趣、八方来福”为主题的中秋活动，从“吃、喝、玩、乐”四大元素丰富消费者的游玩体验，融合了民俗体验、国风舞蹈、乐器演奏、互动表演、篝火晚会、小型烟火、星空电影等多种元素，为市民游客打造了一场视觉与文化交融的盛宴。一名游客表示：“这里不仅有美景美食，更好玩的

的。露营烧烤，绿草茵茵。乡味小厨，高雅安静。草坪音乐嘉年华中的小丑表演、萨克斯演奏、歌舞表演让人目不暇接。”

此外，假日期间，临汾市多地开放直升机飞行营地，不少游客选择坐上直升机俯瞰黄河壶口瀑布、洪洞大槐树、永和乾坤湾等景区，开启一次乘坐直升机低空观光之旅，从高空视角领略山西大美风光。很多游客体验后纷纷表示：“美极了！”“不一样的体验！”“高空俯瞰，让人心旷神怡”……

同程旅行数据显示，今年中秋假期，我省景区预订热度同比增长135%，其中太原、临汾、大同、运城等城市景区预订热度增长明显，热门景区主要为太原动物园、晋祠博物馆、广胜寺、云冈石窟、悬空寺等。



中秋假期，张壁古堡推出的长桌茶花宴形式新颖，将节日氛围感拉满。 本报记者 王昕 摄

太原：文物景区文博场馆广受追捧

本报太原9月18日讯(记者 王媛)

今年中秋假期，太原文物景区、文博场馆接待游客24.58万人次，实现门票收入268.74万元。其中，太原市文物局直属文物景区、文博场馆接待游客18.93万人次，比2023年同期增加8.15万人次，增长75.50%；实现门票收入265.59万元，比2023年同期增加142.83万元，增长116.35%。

9月15日至17日的三天假期里，太原市对外开放的文物景区景点有21处。该市文物局在节前统筹安排、周密部署，节日期间加强督导、精心指导，各文博场馆开放总体呈现繁荣、祥和、安全、有序的态势。

中秋假期，太原市文博场馆推出多种形式的展览、活动，迎接来自全国各地的游客，先后推出的94项线下活动、展览以及100项线上活

动、云展云游备受各界好评。

晋祠博物馆以第五届晋祠国风盛典系列文化活动为主题，推出《戏舞宋韵》《古今潮音》《中秋和韵》《“曲径通幽”——邂逅亭中乐》等系列演出。同时，馆区内举办的投壶、射箭、蹴鞠等游艺活动，全方位展现史文化之丰厚，让游客切身感受中华传统文化的魅力。太山博物馆将馆内文博资源与园林景观相结合，以表演、游戏的方式展现文物故事，传达古风意境，收获太山风光，演出的西游系列皮影戏，受到不少游客青睐。晋商博物院打造欢聚中秋节系列活动，在快节奏的现代生活中，引导大家走进博物院，感受传统文化魅力，增进游客与博物院的互动与情感。

此外，晋祠博物馆、晋商博物院、

太山博物馆、双塔博物馆等文博场所的VR云游和直播云游，通过沉浸式数字影院、数字洞窟、全息影像等表现形式，为市民游客提供了“博物馆到家服务”，送上了足不出户、身临其境的全新体验。

据了解，今年以来，太原文博游始终热度不减。截至目前，该市各文物景区、文博场馆接待游客905.26万人次，实现门票收入1.08亿元，分别比2023年同期增加266.72万人次和4338.72万元，同比增长41.77%和67.02%。特别是随着游戏《黑神话：悟空》的爆火，山西古建游热度持续走高，8月21日以来，该市各文物景区、文博场馆接待游客120.07万人次，实现门票收入1618.68万元，分别比2023年同期增加25.57万人次和380.66万元，同比增长83.39%和96.19%。

大同：文艺演出旅游线路精彩纷呈

本报大同9月18日讯(记者 翁剑)

今年中秋假期，大同市凭借创新独特的文旅策略，精心打造了一系列新颖的场景与体验，全方位提升游客的沉浸感与参与度，让游客感受到了大同作为历史文化名城的独特韵味与现代活力。

中秋假期，大同市各大文艺院团的演员每日下午在古城上演多场情景演绎与文艺演出，向八方来客奉上一场场高水准的文化盛宴。在鼓楼东街，有《吕布戏貂蝉》《凤临阁》《梁祝》等经典剧目片段演出；在鼓楼西街，有

《老妖过府》《猪八戒背媳妇》等情景演绎和经典传统折子戏演出；在古城东南邑有器乐演奏、歌舞表演和魔术表演等。丰富多彩的文艺表演点亮了古城节日文化氛围，让游客流连忘返。

随着《黑神话：悟空》游戏的爆火，大同市推出“跟着悟空去旅行”主题线路，引领游客深度探寻“悟空”在大同的足迹，云冈石窟、恒山悬空寺、华严寺、善化寺等景区热度持续攀升。为满足游客游玩体验，云冈石窟景区提前1小时开门迎客，恒山景区全面升级基础设施和服务

设施，优化游客中心服务功能，配套完善景区标识、标牌等。多家景区上线了悟空相关的明信片、文创雪糕等文创产品，设置了游客体验区，众多游客在游览途中参与印章打卡，领取通关信物等文创礼物，进一步丰富了出游体验。

假日期间，该市文化场馆推出一系列活动和展览，市民游客入馆品味书香、品读历史、欣赏展览，出现了人流如织的场面。丰富的文化产品供给让市民游客大饱眼福，愉快地度过了中秋假期。

本报太原9月18日讯(记者 马永亮)培育乡村e镇是省委省政府贯彻落实乡村振兴战略的创新之举。经过2年的建设培育，全省已经建成100个乡村e镇。为充分发挥乡村e镇带动作用，推进县域产业与电商融合发展，促进农副产品网络销售，切实助力乡村振兴，近日，省商务厅、省财政厅、省农业农村厅制定出台了《推进乡村e镇可持续发展高质量行动计划》(以下简称《计划》)。

《计划》确定的工作目标是：全面提升我省县域电子商务发展水平，不断完善电商公共服务体系，构建“技术支持+培训孵化+产品对接+品牌建设+网络推广”的全方位服务模式。2024年年底前，全省70%的乡村e镇达到优秀水平；2025年年底前，每个市至少打造1—2个先进示范乡村e镇；2026年年底前，每个市先进示范乡村e镇数量占比达到30%，70%的乡村e镇至少打造2—3款主打产品，促进本地产品网络零售额年均增长10%。

《计划》制定了25项重点任务：实施“一把手”工程；健全乡村e镇领导小组工作机制；完善电商公共服务综合功能；推动产品展示体验中心实现多元化功能；强化直播中心管理与运营；加强解化平台建设；完善大数据中心功能；推动主导产业提质升级；推动乡村e镇与专业镇协同发展；发挥县域商业建设支撑作用；打造网络畅销产品；开展系列直播营销活动；积极组织参加展览展示会；加强本地产品特色馆运营管理；主动对接头部网络营销平台；强化县级物流配送中心功能；因地制宜完善冷链设施；提升物流配送中心智慧化水平；开展电商知识送上门服务；开展电商人才专业技能培训；开展项目审计与验收工作；严格资产后续管理；加强县级财政资金支持；积极发挥财政资金作用；积极落实农产品上行快件补贴政策。

以“轻轻联动 智绘山河”为主题

第二届高校数字经济大赛·AIGC创意赛开赛

本报太原9月18日讯(记者 栗美霞)

近日，第二届高校数字经济大赛·AIGC创意赛在我省启动。大赛以“轻轻联动、智绘山河”为主题，旨在充分发挥“数据要素×文化旅游”的乘数作用，积极探索AIGC技术在文旅领域的创新应用，有效激发高校学子在数字文旅领域的创新活力，着力培育年轻人对山西传统文化和旅游特色的认同感、自豪感。此次大赛也是省内首个专注于AIGC技术在文旅领域应用的专业赛事。

今年以来，AIGC所代表的通用人工智能(AGI)技术成为引领数字经济新时代的重要力量。本届大赛紧跟时代发展趋势，并结合《黑神话：悟空》中山西古建的火爆“出圈”，聚焦文旅赛道，升级举办AIGC创意赛，鼓励高校学子应用AIGC技术，创作出更多展现山西文旅魅力的前沿数字技术作品。

大赛面向全国高校在校

学生，鼓励不同专业背景的学生组队参赛，以促进跨学科的交流与合作。参赛团队需运用AIGC技术，围绕山西古建筑、特色景区、人文风情等文旅融合主题创作短视频，充分展现山西的历史文化底蕴、自然风光和现代城市魅力。

从9月13日起至10月31日，参赛者可在抖音平台发布使用AIGC技术创作的内容，添加话题#AIGC绘山河，并@山西文旅@山西数据流量谷，即可完成参赛。大赛分为初赛(9月13日—10月20日)和决赛(10月21日—10月31日)阶段，并设置了多个奖项，包括一等奖、二等奖、三等奖和推广应用创新奖。最终获奖团队，将有机会获得4090显卡(或高性能笔记本电脑)、电脑绘画板、山西文旅一卡通、山西文旅文创产品等，获奖作品还有机会在全省多家媒体、省文旅厅及大赛主办方等多个抖音官方账号上推广展示。

图片新闻



苹果挂满枝 果农笑颜开

9月18日，在长治市上党区庄子河村禾丰农业有限公司的种植园内，鲜红的苹果挂满枝头，果农们忙着采摘、分拣、销售，脸上洋溢着丰收的喜悦。

据了解，禾丰农业有限公司在种植园内种植了苹果、梨、杏、李子、樱桃等各种水果100余亩。该公司将种植与采摘相结合、科技观光与休闲旅游相配套，给企业带来经济效益的同时，促进了村民就业增收。 本报记者 冯毅松 通讯员 赵彦杰 摄