

携程、同程旅行等在线旅游平台发布的五一假期数据显示——

## 洛阳成热门文旅目的地

日前,携程、同程旅行、去哪儿等在线旅游平台发布的五一假期数据显示,今年五一假期,人们出游热情持续高涨,洛阳成为假期热门文旅目的地。

### 携程发布的《2024五一假期旅行总结》显示

五一假期,国内旅游市场在去年同期高位基础上保持稳中有增的态势,与此同时,旅游下沉化趋势更加明显,从携程平台旅游订单同比增长速看,县域市场大于三、四线城市,三、四线城市大于一、二线城市。扬州、洛阳、秦皇岛、威海、桂林、开封、淄博、黄山、泰安、上饶等作为热门目的地,旅游订单平均增长11%。

### 去哪儿数据显示

五一假期,国内热门城市酒店预订量比去年同期增长明显,其中南昌、黄山、上饶、扬州、绍兴、常州、洛阳、太原、台州、泉州成为酒店预订量增长热门城市,平均增幅达七成。

### 飞猪数据显示

五一假期,河南目的地的租车、线路预订量相比去年同期均增长近五成,郑州、洛阳、商丘、信阳、开封是河南省内旅游热门目的地城市。

### 同程旅行发布的《2024五一假期旅游消费报告》显示

五一假期,传统热门旅游城市如重庆、北京、上海、成都和深圳等继续受到游客青睐,酒店预订量保持高位。此外,黄山、阿坝、延边、通化、本溪、洛阳、伊犁、晋城、林芝、威海等具有地方特色和文化底蕴的城市,酒店预订量

增长迅速。同程旅行数据还显示,五一假期,秦始皇帝陵博物院、故宫博物院、广汉三星堆博物馆和洛阳博物馆是假期旅游热度高的博物馆。老君山、武功山、黄山、华山和峨眉山成为国内热门的山岳类景区。

今年五一假期,我市各大景区纷纷推出丰富多彩的文旅活动,让游客在享受美好假期的同时,感受我市深厚的历史文化底蕴。同时,我们还推出一系列暖心举措,用满满的诚意、贴心的服务让游客玩得尽兴游得自在。五一假期,全市累计接待游客683.87万人次,旅游总收入59.57亿元,同比2023年分别增长7.41%和13.71%,同比2019年分别增长70.67%和48.37%。

洛报融媒记者 戚坤华

## “哈啰洛阳 骑游古都”活动圆满落幕 哈啰共享(电)单车用户累计骑行超过800万公里 用绿色方式打卡洛阳 让牡丹“花香”一路随行

“不愧是洛阳,连共享单车的车尾灯上都是牡丹花。”在刚刚过去的五一假期,众多游客骑上哈啰共享电单车畅游洛阳,车尾灯上靓丽的牡丹花投影让牡丹“花香”一路随行,为大家的洛阳之行增添了一抹亮色。

5月5日,由哈啰携手洛报集团掌上洛阳客户端推出的“哈啰洛阳 骑游古都”绿色出行赏花活动圆满落幕。通过全城投放牡丹主题哈啰(电)单车、发布骑行赏花指南等,哈啰为来洛广大游客定制了专属的赏花之旅,送上了贴心的“宠客大礼包”。

活动期间,在洛邑古城、应天门、西工小街、洛阳博物馆、隋唐城遗址植物园等热门骑行地,随处可见骑着哈啰(电)单车的游客。他们或带着精致妆容、身着古色古香的汉服,或一身休闲装,惬意地穿梭在洛阳的大街小巷,感受古都韵味。“用骑行方式打卡古都洛阳,别有一番韵味。”山西游客赵丽丽说,共享(电)单车上随处可见牡丹花元素,这更加突出了洛阳城市特色,自己也切身感受到了哈啰的用心、对游客的关爱。

哈啰大数据平台显示,从4月初活动开始至活动落幕,哈啰共享(电)单车用户累计骑行超过800万公里,共计减少碳排放约1312吨。尤其是五一假期,洛阳用户骑哈啰共享(电)单车出行较节前一周涨幅接近50%,用户累计骑行超过200万公里,累计减少碳排放328吨。

在网络上,#洛阳上新牡丹花主题共享单车#话题持续火热,引发众多网友关注、讨论,该话题一度登上微博本地热搜榜,让哈啰收获了众多网友的一致好评。

洛报融媒记者 孙小蕊

## 付正林:牡丹文化在新时代应有新表达

“牡丹,不仅仅是花,它还寄托着人们对美好生活的向往,是时代精神的象征。”昨日,在洛阳神州牡丹园,牡丹栽培专家、洛阳神州牡丹园艺公司负责人付正林如是说。

不久前,2024中国洛阳首届神州牡丹万花会暨国际牡丹切花园艺会在洛阳神州牡丹园开幕。其间,一架名为“神州牡丹号”的直升机在园区上空盘旋抛撒牡丹花瓣,引得现场游客欢呼不已,相关视频也让广大网友直呼“洛阳太会宠游客了”。

出动直升机空中撒花,正是付正林的点子。此外,他还策划了游客入园簪花仪式、“牡丹仙女”巡游互动等一系列形式独特、内容新颖的活动,让广大游客体验沉浸式游园赏花。

好创意源自付正林对牡丹的热爱。1964年,付正林出生在伊滨区李村街道的一个农民家庭,后来进入原洛阳林科所工作,从此与牡丹结下不解之缘,也为他日后的创业之路埋下伏笔。

1988年,付正林在我市注册了一家园林花卉公司。在做园林绿化的同时,他还多次利用春节假期把盆栽牡丹带到广州销售,不仅在当地叫响了“洛阳催花牡丹”品牌,还赚到了人生第一桶金。

20世纪90年代,一位香港花商来



付正林与牡丹鲜切花

洛考察、洽谈牡丹业务。其间,对方向洛阳牡丹界的专家发出“灵魂拷问”：“洛阳牡丹这么好的资源,在国际市场上为啥比不过日本牡丹?”

“这句话对我的触动很大,因为当时‘洛阳牡丹甲天下’已经深深烙印在大家的脑海里,而现实好像打了咱们的脸。因此我下决心,要围绕洛阳牡丹干一番事业,不是因为这有多赚钱,而是因为做这件事很有意义。”付正林说。

2003年,付正林筹资创办了我市第一家民营牡丹观赏园——洛阳神州

牡丹园;2008年,在他的多方努力下,洛阳牡丹结缘北京奥运,并“走”进钓鱼台国宾馆;2013年,他和创业团队助力洛阳牡丹产业升级,分别在澳大利亚悉尼、巴西圣保罗等地建设“中国牡丹文化展示园”;2014年,他带着神州园艺所研发的反季节牡丹(芍药)鲜切花亮相APEC北京峰会,赢得赞誉……近年来,付正林把主要精力放在牡丹鲜切花上,经过多年技术积累,他生产的牡丹鲜切花已经能够实现全年供应。

时光荏苒,虽然付正林已跟牡丹打了几十年交道,但他对牡丹的热爱丝毫不减,对发展牡丹产业的思路也在与时俱进。

在付正林看来,“洛阳牡丹甲天下”,应当“甲”在科技与文化上。他说,在宋代,得益于当时洛阳“甲天下”的牡丹栽培技术,洛阳牡丹的花型和色系十分丰富,这使得许多文人墨客围绕洛阳牡丹创作了大量诗词歌赋,促进了当时牡丹文化的繁荣兴盛,进而推动了牡丹栽培技术的进步,并形成良性循环。

“当下,洛阳牡丹应该‘甲’在哪里?我觉得还是科技和文化。”付正林说,如今一部分高端牡丹品种仍依赖进口,我们要在牡丹花色、花型、香型培育等方面持续发力,为牡丹文化的繁荣打好技术基础。

付正林认为,进入新时代,牡丹文化应有新表达,如在时尚、音乐、游戏等领域融入牡丹元素,这些融合可以促进牡丹文化的繁荣,让洛阳牡丹“产品”真正加速转化为满足人们生活需求的“商品”,进而推动牡丹产业发展。

“培育优良牡丹品种,讲好洛阳牡丹故事,传承洛阳牡丹文化,为壮大洛阳牡丹产业做出应有的贡献,是我一生的奋斗目标。”付正林说。

洛报融媒记者 刘嘉仪 文/图

## 五一假期 全市市场平稳有序

本报讯(洛报融媒记者 李岚 通讯员 孙怀真 李二帅)记者5日从市市场监管局12315指挥中心获悉,截至5日12时,该中心五一假期共受理消费者诉求3845起,其中投诉、举报1475起,已全部及时分流转办至辖区市场监管部门,为消费者挽回经济损失52.8万元。

具体情况为:受理投诉1125起,主要集中在商品质量、住宿服务、餐饮服务、洗浴服务、食品内有异物、服装质量、食品质量、办卡退费、加油油枪计量、停车收费、通信设备质量、电信业务、订(定)金退还等方面;受理举报350起,主要集中在虚假宣传、经营资质、假冒伪劣、价格违法行为等方面。

五一假期,市市场监管局组成多个督导检查小组,对全市食品安全、特种设备安全、市场价格情况进行重点监管;根据节日市场特点,强化线上线下一体化监管,及时受理、快速处置消费者诉求,做到5分钟响应、半小时处置、24小时办结,全力维护广大消费者的合法权益。

“事事有着落,件件有回音。”市市场监管局相关负责人介绍,五一假期,我市未发生食品安全、特种设备安全等事故,整体市场平稳有序。



家门口的“莫奈花园”

昨日,在洛龙区政康苑社区体育公园,市民穿行在长约150米的缤纷花廊中,如同走进“莫奈花园”。花廊周边,既有童趣十足的卡通座椅,又有颇具文艺范儿的咖啡小屋,为游人提供更多休闲娱乐选择。

去年以来,洛龙区持续推进“北国花城”建设工作,已建成花路、花墙、花廊等34处,形成“城在花中,人在画中”的浪漫景观。

洛报融媒记者 谢娜娜 通讯员 李明凯 摄



体验采摘乐趣 感受田园风情

五一假期,孟津区送庄镇各大果蔬种植园人流如织,游客们走进大棚,沉浸式体验采摘乐趣,感受田园风情。小西瓜、番茄等迎来热销。

近年来,送庄镇大力发展果蔬种植,目前已形成以西瓜、草莓、鲜桃、蔬菜为主的特色果蔬产业集群,全镇果蔬种植面积1.8万亩,其中袖珍西瓜2900余亩。送庄镇相关负责人表示,将进一步加快发展“农业+旅游”“农业+文化”等新业态,以小果蔬写就乡村振兴大文章。

洛报融媒记者 郭云飞 通讯员 王宏灿 摄

## “小剧场+”笑声经济,激发文化消费新活力

4日晚,夜幕降临,涧西区广州市场步行街霓虹闪烁,游人如织。

一家名为笑场喜剧的小剧场内聚光灯亮起,在一阵欢呼和掌声中,一场名为《反正》的专场脱口秀火热开讲。面对父母催婚如何化解?如何霸气又不失优雅地拒绝职场“无效内卷”?……在90分钟的脱口秀演出中,台上演员用一个幽默诙谐的段子,为当代年轻人铺开“生活启示录”,用“笑声疗法”助力台下280名观众现场“拯救不开心”。

“这一晚上,笑得我腰疼疼。”在现场,来洛旅游的厦门游客刘女士,和朋友一起观看了整场演出,“和大家一起整场‘哈哈’的感觉太好了,今晚为我此次的洛阳之行上大分!”

除了外地游客,在洛阳,脱口秀“线上走红+线下剧场”的持续发力,也培育出一大批小剧场“铁粉”。27岁的市民蒋琳琳就是其中之一。

“我喜欢听段子,这对我来说是一种有效的解压方式。”蒋琳琳说,截至目前,她听过的脱口秀演出已超过30场,这一次,她带着父母一起来听,“希望他们也能多开心快乐”。

笑场喜剧相关负责人介绍,如今在我市,乐于走进小剧场、花钱买快乐的人越来越多。以去年为例,笑场喜剧全年共演出378场,可容纳近300人的剧场,单场上座率平均约75%,全年接待观众约15万人次。

不仅演出市场火爆,小剧场产业链的延伸,也带动越来越多的文化消费。

打造消费新业态  
激活消费新动能



应天门景区沉浸式演出(资料图片)

“平时剧场里有演出的时候,我们店里的生意也会比较红火。”在该剧场附近经营一家洛阳特色美食店的李翔说,“在演出开场前或者结束后,总有观众来吃个饭或者买点东西,我们也算跟着沾了光。”

记者走访中看到,小剧场附近街区经营业态丰富,除餐饮外,文创产品、娱乐设施等一应俱全,可“一站式”满足游客文旅需求。

差不多同一时间,在相声新势力应



脱口秀表演 洛报融媒记者 王若馨 摄

天门店,《歌曲人生》《洛阳话》等相声节目轮番登场,引得台下百十名观众拍手叫好。该剧场负责人说,今年五一假期,他们共推出8场相声演出,接待观众超600人次。此外,他们还推出了相声节目周边产品,受到消费者欢迎。

小剧场的兴起是洛阳探索文旅深度融合发展的一个缩影。

近年来,我市着力将剧场故事线升级为旅游线、产品线、消费线,鼓励更多的文化从业者和团体打造更富影

响力的小剧场品牌,音乐剧、舞剧、儿童剧、沉浸式演出等剧场类演出呈现蓬勃发展态势,在丰富洛阳市民文化生活的同时,更让外地游客体验到了洛阳多元文化的魅力。同时,我市以“小剧场+”为中心,提升带动了所在特色街区的人气,激发了文化消费新活力。

洛报融媒记者 王若馨 通讯员 杨夏



沉浸式演出(资料图片)