

# 打造长三角最佳赏花旅游目的地

## ——2019奉化水蜜桃文化节赏花季回顾

### 品牌引领，打响文化知名度

今年是区级层面举办的第四届水蜜桃文化节，我们通过全区联动，加强节庆和文化、体育、农业和旅游等的跨界融合，打造和推介水蜜桃文化节品牌，引领奉化水蜜桃的知名度和影响力不断提升。3月14日，“春满桃源·花开东方”奉化、安图、琿春三地旅游情定上海滩暨2019奉化水蜜桃文化节发布会在上海举行，将在那桃花盛开的地方，上善奉化最人文、最生态、最休闲、最魅力的一面展示给了上海旅游界和市民。3月25日，“2019美丽中国行·走进桃花盛开的地方”采风暨“中国休闲30人”和名作家奉化品鉴行活动，邀请了一批名作家深入奉化采风和调研，发现、总结和传播奉化旅游发展经验、亮点产品。3月28日，溪口桃园之春系列活动之首个城市超级IP暨3D大型动画巨作《神

又是一年桃花红，满城烟霞醉春风。3月20日，2019奉化水蜜桃文化节开园仪式隆重举行，拉开了今年水蜜桃文化节的帷幕。文化旅游、体育赛事、商贸美食三大板块的各项活动精彩纷呈，市民游客踊跃参与，各大媒体竞相宣传，引爆蓬勃的“美丽经济”。2019年，3月20日—4月6日，全区共接待乡村旅游游客180.89万人次，实现旅游收入2.71亿元，同比增长8.95%和12.45%。其中溪口镇接待游客105.6万人次，桃花主赏地林家村和新建村日均接待游客1.22万人次和0.85万人次，桃园总游客约127.13万人次，纳入统计的26家旅游住宿单位经营收入692.91万元。

奇布袋小子》发布会，推出全国首个祈福IP“布袋弥勒”，打造动漫全产业链。奉化水蜜桃品牌形象LOGO创意设计宣传口号征集活动将进一步提升奉化水蜜桃形象，促进品牌传播。

### 惠民利民，增强群众获得感

水蜜桃文化节的大部分活动不设门槛，以节俭惠民的模式破除了旅游“门票经济”壁垒，推进了产

业转型升级，把文化节带来的旅游人次转化成更多效益，使水蜜桃文化节真正成为老百姓的节日、全民的盛会。桃花马拉松吸引了来自美国、英国、西班牙等20个国家以及30多个省、直辖市、自治区的选手参赛，共有8400余名运动员，其中企业、高校高层次高品质跑团达109个。桃源赶集、桃花笔会、桃园之春等活动，展示了舞龙、书法、诗歌、风筝、旗袍等传统文化和牛肉干面、桃胶、生煎包

子等奉化传统老底子美食，让市民置身花海、品尝奉化美食、感受传统文化，踏春意赏美景，增强文化自信，提升幸福指数。

### 媒体聚焦，提升城市美誉度

节庆的影响在宣传，文化节期间，包括新华社图文通稿、央视四套“海峡两岸”以及中新社、央广网、人民网等媒体对桃花马拉松、桃花美景和其他桃文化节相关活动进行了详细报道，近40家媒体平台刊播相关主题稿件130余篇，其中主流媒体8篇。此外，联合网易、禹派、掌上奉化等平台直播桃花马拉松、四季花香风景线及奉化美食，参与人数超过235万人次，相关微博话题阅读量达到6215万人次，反响热烈，有效提升了“看桃花来奉化、品蜜桃爱奉化”的城市美誉度和影响力。

### 2019水蜜桃文化节开园仪式



2019水蜜桃文化节开园仪式



女子乐坊桃园演奏



人面桃花相映红



奉化、安图、琿春三地旅游情定上海滩暨2019奉化水蜜桃文化节发布会



美丽中国行 走进桃花盛开的地方

### 桃花马拉松



起跑



奔跑在桃林间的选手们



桃源赶集

### 桃园之春



游人如织



桃花源读书会



十里红妆



桃乡小舞台



神奇布袋小子发布会暨动漫产业论坛



中国梦