



重慶來福士：山城標志性地標

3000年江州城、800年重慶府、100年解放碑。作為重慶「母城」，每當世界的目光聚焦重慶時，渝中總能憑借其厚重的歷史底蘊、多彩的人文風情，成為「爆款」。今年除夕夜，渝中區驚艷亮相央視春晚，掀起「跟着春晚遊渝中」的熱潮。春節期間，渝中區累計接待遊客1036.4萬人次，遊客花費99.13億元，實現人氣財氣雙豐收。

如今，越來越多的人走進渝中，探尋重慶的「根」和「源」，感受重慶作為山城、江城、不夜城的多重魅力，感知「老重慶底片、新重慶客廳」的獨特吸引力。「老重慶」巴渝韻、「最重慶」山城味、「新重慶」國際範……不僅成為具象渝中城市風格的關鍵詞，也助力渝中加快打造成為世界知名文化旅遊目的地核心區！

重慶渝中

融巴渝韻山城味 展國際範新作為

春滿山城催生文旅新貌

火樹銀花徹夜燃，笙歌鼎沸滿人間。伴隨闔家歡樂的爆竹聲、歡笑聲，一年一度的春晚營造起團聚的氛圍，也帶來了流量的熱潮。數據顯示，央視春晚重慶分會場實時收視率超35%，海內外全媒體累計觸達超260億人次。伴隨「春晚效應」釋放，春節期間，重慶市接待遊客3316.16萬人，位居全國城市第一。

值得關注的是，作為重慶分會場的重要選點之一，解放碑、朝天門、洪崖洞、十八梯、千廂門、來福士、環球金融中心、陸海國際中心等渝中區標誌性地標悉數亮相，全景式呈現了渝中山環水繞、立體魔幻、璀璨繁華的現代化國際大都市風貌，帶動渝中文旅實現新發展。攜程數據顯示，春節期間，渝中線上旅遊人次、消費均位居重慶市第一，全區過夜遊客總量同比增長44%，渝中文旅不僅「出圈」，更「吸粉」。

亮眼的數據後，潑天的流量是契機，渝中的「顏值」「內涵」更是推動渝中文旅實現爆發性增長的

根本。渝中地處長江、嘉陵江交匯處，兩江環抱、形似半島；23.24平方公里土地上，日均流動百萬人口。這裏是巴渝歷史傳承、生長生發的「文化中心」，積澱了巴渝文化、抗戰文化、紅岩精神等，濃縮了山城、江城、不夜城的精華，集中展示了重慶8D魔幻之都的風貌，是重慶歷史文脈傳承最完整、文化資源最富集的地區，榮膺國家文化和旅遊消費示範城市、國家全域旅游示範區等金字招牌。

同時，渝中還有着「老重慶底片、新重慶客廳」的定位，是重慶對外交往、形象展示的「開放高地」。作為中西部國際交往中心核心區，渝中集聚143家世界500強企業、420餘個國際知名品牌、全部駐渝領事機構，匯集千億現代服務產業規模，自貿試驗區制度創新、中新合作項目推進、服務業擴大開放走在重慶市前列，是外資外企來渝投資第一站、首選地、大本營。

歷史和現代的同頻共振，過去和未來的融合發

展，擊畫出渝中獨一無二的城市特質。如今，來自海內外的遊客，穿梭在渝中的大街小巷，尋找一段傳統與創新交織的傳奇，開啓一場國際與時尚的探秘之旅。

走進解放碑商圈，這裏有中國唯一一座紀念中華民族抗日戰爭勝利的紀念碑，無數家商業體環繞四周，共同構成了「十字金街」的繁華圖景，創造出重慶首個千億級商圈的傳奇。駐足朝天門，這裏可以俯瞰山城立體交通——長江索道穿樓而過，來福士水晶連廊橫貫雲霄，展現出山城魔幻和現代文明的完美融合。漫步十八梯，蜿蜒曲折的青石板路，錯落有致的吊腳樓，盡顯老重慶的煙火氣息。仰望陸海國際中心，458米高度刷新山城天際線，獨特的玻璃與金屬構件勾勒出輕盈優雅的現代美學……

渝中，既保留着老重慶山水柔情，又矗立在重慶開放的前沿，不斷用山城韻、江城魂、不夜情書寫出重慶文旅的渝中篇章！

共享機遇 同繪發展藍圖

如今，渝中文旅已穩居重慶市第一方陣。未來，渝中還準備了怎樣的「驚喜」？從今年2月舉行的渝中區文化旅遊發展大會上，或許可以窺得一二。大會上，渝中通報表揚了一批渝中區文化旅遊高質量發展示範單位；組建了渝中區2025—2027年度文旅高質量發展智庫；簽約了一批涉及巴蜀文旅走廊打造、文化旅遊發展高地建設的項目。

期間，推動文旅協同，成為渝中文旅高質量發展的重點。渝中要推動文旅體協同發展更有知名度、影響力，當好川渝協同發展排頭兵，積極融入全國統一大市場，深化國際文旅交流合作。推動文旅體產品供給更有辨識度、吸引力，構建彰顯國際範、巴渝韻、重慶味的精品線路，爭創更多全國影響力的優質文藝作品，煥新升級打造高能級旅遊景點，加快發展新型特色文旅體消費場景。推動文旅體業態能級更有關注度、引爆力，加快促進雲計算、物聯網、人工智能等在文旅產業轉化應用，搶灘引領人工智能內容生成、遊戲動漫等新興產業。

同時，渝中還要推動文旅體企業培育更有活躍度、競爭力，大力招引領軍型骨幹型文旅體企業，着力以企業集聚打造特色產業集群，培育壯大市場經營主體，搭建好企業服務平台，激發文旅體企業創新創造活力。要推動文旅體營銷推介更有曝光度、衝擊力，打造文旅體品牌矩陣，開發標識化文旅產品，精心策劃城市營銷，持續提升渝中文旅體知名度、美譽度。要推動文旅體服務更有滿意度、親和力，織密「快旅慢遊」交通網絡，做優「近悅遠來」市場環境，升級「主客共享」服務體系，築牢「平急結合」安全保障，讓旅遊質態更優、遊客體驗更好。

值得一提的是，渝中正以開放包容的姿態誠邀全球投資者共謀文旅發展大計。今年，渝中推出涵蓋產業招商、文博利用、投資合作等領域的多個重點文旅項目，包括即將於10月投入運營的朝天門廣場及其內部空間運營項目、5.2萬平方米的挑花廠數字文創產業園、6.84公頃的大田灣—文化宮文體文創產業園、廣電教育藝術培訓基地、交通銀行學校1號樓，以及化龍橋國際數字視聽園區、重慶電影數字產業園等新興產業載體。

三千年江州城的風霜、八百年重慶府的煙火，歷久彌新，源遠流長……渝中誠邀名企、英才，共享母城文化價值與市場機遇，共同繪出「老重慶巴渝韻、最重慶山城味、新重慶國際範」的文旅新藍圖！



洪崖洞：展現傳統吊腳樓與現代商業的融合之美。



人流湧動的十八梯傳統風貌區。

以文塑旅做活消費文章

當一些城市還在為流量熱潮終會退去而擔憂時，渝中卻早已開始了細緻、有效的布局：堅持以文塑旅、以旅彰文，讓「老重慶」巴渝韻、「最重慶」山城味、「新重慶」國際範，成為渝中文旅發展的強勁內生動力，着力打造世界知名文化旅遊目的地，培育成為國際消費中心城市核心承載區，加速實現從「流量網紅」到「消費高地」的躍遷。

文化是城市的靈魂，當文化深度和消費熱度實現共振，就能對文旅產業產生巨大的拉動力。作為重慶的「根」和「源」，渝中依託深厚的非遺文化底蘊，推動民俗文化與文旅產業的深度融合。以傳統節日為契機，渝中區精心打造特色文旅IP，開展「我們的節日·春節」新春主題文旅實踐活動。其

中，十八梯「打燈籠步步高」活動以登十八梯點亮新春祈福之燈為起點，巧妙地將傳統民俗與現代文旅相結合，刻畫了極具母城特色的文旅「符號」。該活動連續兩年獲得中央關注，繼2023年首登央視的春節新聞直播間，2024年也成功入選中宣部「我們的節日·歡樂中國年」展播展演，成功躋身全國地方特色文化活動行列。

在推動文商旅融合方面，渝中區積極開展各類群眾性歷史文化傳承活動，結合傳統佳節，舉行「溪光雅韻 禮遇中秋」「湖廣會館 禹王祭祀」等活動。其中，湖廣會館的春節禹王廟會，更是作為宣傳畫面收錄至2024年聯合國官網的中國春節申遺視頻中。同時，渝中豐富文化生活，持續舉辦解放碑CBD周末音樂會583場、通遠門城牆故事會40場，創新打造「音動珊瑚」巴蜀中學交響音樂會、「樂響渝中」音樂會等文化品牌活動，成功舉辦渝中區第六屆書畫攝影作品展等，亮點多多。

渝中還不斷開啓場景煥新，依託「江崖街洞天」的立體城市特色，構建起立體、多元的「消費場景生態鏈」。在城市高空，渝中打造全新的消費地標，把消費場景搬上「大氣層」。在解放碑一朝天門商圈的雲端，渝中打造了「天台131城市空中樂園」和重慶來福士探索艙·雲端樂園，並推出音樂會、雲端觀景體驗等活

動，廣受好評，僅今年春節假期客流量就突破5萬人次，銷售額更是翻番。

在城市肌理處，渝中讓從前不起眼的城市角落，變成時尚與文化融合的消費新熱點。如渝中區的魯祖廟傳統風貌區就引進20多家城市首店和主理人品牌，加上非遗民俗活動的加持，鄧公·傳承川菜、北平機器銷售額較平日分別增長超60%、40%；戴家巷「崖邊的小店」舉辦童趣花燈展，客流量同比增長30%。

就算是在地面看不到的地方，渝中也有着自己的「小巧思」。抗戰期間，重慶建設了大量防空洞，其中不少都位於渝中區。如今，這些防空洞正變身成人們喜聞樂見的消費新場景。比如，渝中將神仙洞、山城巷防空洞改造成文化演繹平台，通過沉浸式VR互動、非遺市集等體驗，把重慶的「魔幻基因」變成了實實在在的消費吸引力。

如今，伴隨消費場景的不斷更新，「體驗經濟」的不斷深化，「以人為中心」的服務創新，有望成為文旅競爭力的終極密碼。今年春節期間，渝中創新探索重點景區景點志願服務，金牌導遊志願者、文明旅遊之星們、「洪崖棉花糖」、白象居居民志願者480多人定崗定員定責，新增志願者130人，新增路面標牌20塊、舉牌14個，為遊客提供解答諮詢、道路指引、安全提醒、文明提示、應急處置、人文關懷等服務，節日期間共計服務超120萬人次，治理「帶路黨」等頑症痼疾闢新路。

渝中以文化為魂、旅遊為媒、消費為鏈，編織出一張山城獨有的魅力網絡，讓「流量」變「留量」，從「旅遊目的地」升級為「生活方式體驗地」，做活消費大文章！



解放碑十字金街。