

创新探索建立文旅融合廉政建设新机制

——记市文广旅局获焦作市廉洁社会治理创新奖

本报记者 王 言

由市委主办，市纪委监委、市委宣传部承办的“一体推进不敢腐不能腐不想腐·创新建设廉洁焦作第二届‘廉洁从家出发’成果展示暨颁奖大会”，1月8日晚在焦作广播电视台一号演播厅举行。市委书记王小平为廉洁社会治理创新奖获得者颁奖，市委副书记、市长徐亚显为廉洁组织管理创新奖获得者颁奖，省纪委监委宣传部长袁勇为廉洁家庭建设创新奖获得者颁奖。市文化广电和旅游局获廉洁社会治理创新奖。大奖的背后，是该局勇闯敢试、创新作为的结果。

探索建立深层次挖掘利用机制

挖掘本土廉政文化资源。常态化开展本土廉政文化资源调研，组织举办“怀川文旅·清风拂面”廉政文化采风活动，力邀各界名人、专家走进县（市）区实地采风，为后续宣传利用打下坚实基础。创编本土廉政文化作品。编辑出版的《清风怀川——焦作地域廉政文化初探》和倾力打造的豫剧《监察御史韩愈》，在省内载誉无



微电影《日记里的爸爸》开拍仪式。

我市新增3家AAA级旅游景区

目前A级以上旅游景区总数达38个

本报讯（记者王爱红）我市A级旅游景区又添新成员！1月8日，市旅游景区质量等级评定委员会发布公告，批准修武县荣盛云台古镇景区、马村区苗成生态农庄景区、沁阳市博物馆景区为国家AAA级旅游景区。目前，我市A级以上旅游景区总数已达38个。

按照文化和旅游部《旅游景区质量等级管理办法》相关要求，依据《旅游景区质量等级的划分与评定》国家标准及评定细则，经有关县（市）区旅游景区质量等级评定机构推荐、市旅游景区质量等级评定委员会组织评定，修武县荣盛云台古镇景区、马村区苗成生态农庄景区、沁阳市博物馆景区达到国家AAA级旅游景区标准要求，批准为国家AAA级旅游景区。

据了解，修武县荣盛云台古镇景区以唐风古建为主要景观，设置有主题广场、艺术设置、人文景点、表演场馆等，具有丰富的旅游资源，实现了将单纯景观景点打造成“南太行文化旅游经济新增长极”的高标准要求，树立了“盛唐文化为基、汉服文化为魂、本土文化为脉、以盛唐汉服小镇主题的3A级景区”的设计方向，批准修武县荣盛云台古镇景区、马村区苗成生态农庄景区、沁阳市博物馆景区通过光伏发电实现工业反哺农业，以光伏设施大棚为载体，实现了园区清洁能源利用、现代农业科技展示、农业创客、精准扶贫、循环农业一二三产联动发展的四位一体的新型农业产业综合体，集订单式农业、采摘、休闲、观光农业于一体，种植体验、养殖体验、生产体验、收获体验、品尝体验等参观游览活动每年吸引32万人次游客前来。

沁阳市博物馆景区是一座地方综合性博物馆，是在始建于隋代的原天宁寺旧址上建立的，以全国重点文物保护单位天宁寺三圣塔为主体，现有馆藏文物5099件（套），自2009年向社会免费开放以来，每年接待游客30余万人次，并常年举办各类临时流动展览，极大地丰富了博物馆的展出内容，满足了人民群众日益增长的精神文化需求。

市文广旅局创新制作发行《焦作市全域旅游促进条例》个性化纪念邮票



《焦作市全域旅游促进条例》个性化纪念邮票。本报记者 王爱红 摄

本报讯（记者王爱红）记者昨日从市文化广电和旅游局获悉，为纪念《焦作市全域旅游促进条例》颁布施行，该局联合市邮政部门创新制作发行《焦作市全域旅游促进条例》个性化纪念邮票。本报记者 王爱红 摄

数。今年又有14部作品亮相舞台，好评如潮。2020年7月，面向社会公开征集306件廉政文化作品，14件优秀作品和5家单位分获个人奖和组织奖，优秀廉政文化作品的示范引领作用持续加大。

增强廉政文化宣传实效。策划拍摄以案促改主题微电影《日记里的爸爸》，录制播出《怀川廉政文化》电视访谈，创新举办“廉洁从家出发·山阳廉政文化故事会”、焦作市优秀廉政文艺节目展演，凸显家风、社风、民风的原创廉政文艺作品在“百姓文化超市”平台上直播，吸引24.5万余人次在线观看。

探索建立高质量融合推进机制

全面开展“廉洁景区”创建。组织引导全市33家A级旅游景区实施讲解词述廉、场馆设施展廉、完善制度践廉、强化内控守廉、标识景观宣廉、编排节目演廉、举办活动颂廉等八大工程，推动景区系统廉政文化建设向深度推进。2020年4月，联合全国精品旅游民宿“云上院子”组织举办“与先贤对话·弘扬廉洁家风”读书会，朗诵先贤廉政诗文，畅谈对廉洁家风的思考和感悟；联手云台山景区创新开展



廉洁从家出发·山阳廉政文化故事会。

云台山景区：创新营销路径 赋能品牌动力

大会共创期间，云台山景区紧紧抓住机遇和平和，精彩IP活动不断，创意传播不停。其中，汉服花朝节和云台山电音节的累计网络曝光率超过7亿次，景区游客人数快速增长，旅游车辆川流不息，餐饮门店座无虚席，民宿客栈一床难求，文旅链条业态迅速回暖；云台山货丰收节、红叶国潮文化节、云台山冰雪嘉年华等活动，焕新旅游产品，释放出新活力。

凭借丰富多彩的IP活动、优质的内容创作、高频的传播声量，同时依托“两微一抖”、头条、快手等新媒体平台矩阵，云台山景区不断营造热点、打造爆款，获得广大网友千万次点赞和亿万次曝光，助力景区品牌影响力持续提升。

根据中国社会科学院中国舆情调查实验室、中国旅游报社和阿里巴巴集团组建的文旅产业指数实验室发布的数据，2020年云台山景区连续数月登上新媒体综合传播力全国前三名。

元旦假期，云台山景区推出特色冰雪节活动以飨游客，引爆冬季旅游热潮，并先后两次登上央视，被百家媒体关注报道，成为假日热点旅游目的地。

元旦之夜，云台山国风音乐跨年盛典暨第二届全球文旅创作者大会闭幕式的举行同样人气爆棚。中西方音乐合奏表演令人耳目一新，20余名汉服达人秀出东方腔调，摇滚“老炮”面孔乐队、摇滚新锐南北战锤翻全场，500架无人机翻腾变幻点亮云台山夜空……这场山水文化与国风汉韵深度融合，汉服、汉乐、汉礼等多重元素交相辉映的跨年大秀，为欢聚在云台山的广大游客带来一场文旅盛宴。

据统计，元旦假期，云台山景区共接待游客6.72万人次，同比翻了十倍，实现新年“开门红”。

以大策划打造大品牌 助力品牌影响力提升

借势发力，以大策划打造大品牌，云台山品牌传播和影响力再提升。

2021年元旦，历时6个多月的第二届全球文旅创作者大会在云台山景区迎来收官之夜。本届大会可谓成果丰硕：总传播量超70亿，搜索引擎收录的大会相关新闻资讯达96万条，老家河南抖音挑战赛话题播放量超55亿，参与视频超46万支，输出原创优质作品超过1.5万件。

隆冬至，旅游俏。数九寒天时节，云台山景区游人如织。太行山水不仅令人惊艳，更绽放出别样的美丽。

接二连三登上央视，元旦假日旅游实现口碑、效益“双丰收”；第二届全球文旅创作者大会70亿+传播量，强势助力品牌声量传播与曝光；40万张惠民年卡销量再创新高，打造景区创意营销新样本……

2021新年伊始，云台山景区以强劲发展之势、欣欣向荣之姿、昂首阔步之态，全力实现从数量增长转向质量提升、从门票经济转向产业经济、从旅游观光型转向休闲度假型的新突破，探索出一条创意营销新路径，提升品牌赋能的内生动力和市场影响力，以优质服务不断满足游客需求。

以大活动创新大营销 元旦假期实现“开门红”

谋而后动，行且益坚。以大活动创新大营销，云台山新年伊始开好局。

“不光能欣赏壮观的冰瀑群，在滑雪场也玩得很尽兴，每次来云台山都有新玩法、新体验！”1月3日，和家人一起畅游云台山的张女士直呼“过瘾”。

以图片形式，生动展示了以云台山、青天河、神农山、陈家沟、嘉应观、云上院子、天河公园、大沙河公园等为代表的焦作全域旅游代表风光。同时，邮册内还印制了《焦作市全域旅游促进条例》文本二维码，您只需扫码，即可在手机客户端浏览相关条例内容。

据了解，《焦作市全域旅游促进条例》是我省第一部全域旅游地方法规，并于2021年1月1日起施行。该条例的制定出台，是我市贯彻落实全域旅游国家战略的具体实践，也是加快建设全面体现新发展理念示范城市、致力打造“精致城市 品质焦作”的重大举措，彰显了我市推动文旅业高质量发展的决心，具有里程碑意义。《焦作市全域旅游促进条例》个性化纪念邮票的制作发行，将进一步促进全社会对该条例的认知和关注，营造全民参与、共建共享、处处都是旅游环境、人人都是旅游形象的良好社会氛围，为条例的全面贯彻实施奠定扎实基础。



焦作市优秀廉政文艺作品展演。

“廉洁从家出发”主题征文赢取云台山夜游门票活动，在旅游推广中宣传廉政文化的成功范例，受到业界赞誉。

深入推进“廉政+红色教育”建设。挖掘梳理红色资源访问点的廉政资源，升级改造示范点，开通红色大巴，增加红色体验，推出红色演出，在讲解词中凸显廉政文化元素，仅2020年七一、十一期间就吸引了来自全市各机关、企事业单位的90多批近4000名党员干部走进红色资源访问点进行实地践学，有效增强了全市各级党员干部的廉洁从政意识。

积极创新“廉政+文旅推介”。创新提升境内外文化旅游推介活动形式，策划举办长三角旅游产品推介会、“乘坐高铁游焦作”焦作（山西）旅游推介会，面向上海、山西等地广大游客宣传推广焦作本土清

廉人物故事和廉政文化资源，打包推出涵盖韩园、嘉应观、许衡陵园、怀朴园等景点的廉政文化线路，不断扩大本土廉政文化知名度

云台山景区：创新营销路径 赋能品牌动力



云台山景区特色冰雪节活动引爆冬季旅游热潮。图为游客在该景区滑雪场开心滑雪。本报记者 王爱红 摄

本报记者 王爱红
本报通讯员 张 兴

元旦假期，云台山景区推出特色冰雪节活动以飨游客，引爆冬季旅游热潮，并先后两次登上央视，被百家媒体关注报道，成为假日热点旅游目的地。

元旦之夜，云台山国风音乐跨年盛典暨第二届全球文旅创作者大会闭幕式的举行同样人气爆棚。中西方音乐合奏表演令人耳目一新，20余名汉服达人秀出东方腔调，摇滚“老炮”面孔乐队、摇滚新锐南北战锤翻全场，500架无人机翻腾变幻点亮云台山夜空……这场山水文化与国风汉韵深度融合，汉服、汉乐、汉礼等多重元素交相辉映的跨年大秀，为欢聚在云台山的广大游客带来一场文旅盛宴。

据统计，元旦假期，云台山景区共接待游客6.72万人次，同比翻了十倍，实现新年“开门红”。

以大策划打造大品牌 助力品牌影响力提升

借势发力，以大策划打造大品牌，云台山品牌传播和影响力再提升。

2021年元旦，历时6个多月的第二届全球文旅创作者大会在云台山景区迎来收官之夜。本届大会可谓成果丰硕：总传播量超70亿，搜索引擎收录的大会相关新闻资讯达96万条，老家河南抖音挑战赛话题播放量超55亿，参与视频超46万支，输出原创优质作品超过1.5万件。

中流击水，奋楫者进。抓实“稳”的举措，保持“进”的步伐，持续激发云台山发展的竞进争先之势、干事创业之势、攻坚拔寨之势、接续奋斗之势，云台山景区在加快转型发展道路上起势成势，努力再次引爆旅游新热潮，再树文旅发展新标杆。



（本组照片均由市文广旅局提供）



廉洁从家出发·山阳廉政文化故事会。

廉人物故事和廉政文化资源，打包推出涵盖韩园、嘉应观、许衡陵园、怀朴园等景点的廉政文化线路，不断扩大本土廉政文化知名度

云台山景区：创新营销路径 赋能品牌动力

大会共创期间，云台山景区紧紧抓住机遇和平和，精彩IP活动不断，创意传播不停。其中，汉服花朝节和云台山电音节的累计网络曝光率超过7亿次，景区游客人数快速增长，旅游车辆川流不息，餐饮门店座无虚席，民宿客栈一床难求，文旅链条业态迅速回暖；云台山货丰收节、红叶国潮文化节、云台山冰雪嘉年华等活动，焕新旅游产品，释放出新活力。

凭借丰富多彩的IP活动、优质的内容创作、高频的传播声量，同时依托“两微一抖”、头条、快手等新媒体平台矩阵，云台山景区不断营造热点、打造爆款，获得广大网友千万次点赞和亿万次曝光，助力景区品牌影响力持续提升。

根据中国社会科学院中国舆情调查实验室、中国旅游报社和阿里巴巴集团组建的文旅产业指数实验室发布的数据，2020年云台山景区连续数月登上新媒体综合传播力全国前三名。

元旦假期，云台山景区推出特色冰雪节活动以飨游客，引爆冬季旅游热潮，并先后两次登上央视，被百家媒体关注报道，成为假日热点旅游目的地。

元旦之夜，云台山国风音乐跨年盛典暨第二届全球文旅创作者大会闭幕式的举行同样人气爆棚。中西方音乐合奏表演令人耳目一新，20余名汉服达人秀出东方腔调，摇滚“老炮”面孔乐队、摇滚新锐南北战锤翻全场，500架无人机翻腾变幻点亮云台山夜空……这场山水文化与国风汉韵深度融合，汉服、汉乐、汉礼等多重元素交相辉映的跨年大秀，为欢聚在云台山的广大游客带来一场文旅盛宴。

据统计，元旦假期，云台山景区共接待游客6.72万人次，同比翻了十倍，实现新年“开门红”。

以大策划打造大品牌 助力品牌影响力提升

借势发力，以大策划打造大品牌，云台山品牌传播和影响力再提升。

2021年元旦，历时6个多月的第二届全球文旅创作者大会在云台山景区迎来收官之夜。本届大会可谓成果丰硕：总传播量超70亿，搜索引擎收录的大会相关新闻资讯达96万条，老家河南抖音挑战赛话题播放量超55亿，参与视频超46万支，输出原创优质作品超过1.5万件。

只要100元，4个景区12个月内可无限次畅游，很划算，我给家人每人办了一张年卡，双休日可以全家一起去旅游。”1月8日，抢购到云台山惠民年卡的市民李先生兴奋不已。

以大视野谋划大格局 40万张年卡回馈游客

“只要100元，4个景区12个月内可无限次畅游，很划算，我给家人每人办了一张年卡，双休日可以全家一起去旅游。”1月8日，抢购到云台山惠民年卡的市民李先生兴奋不已。

以大视野谋划大格局。新年伊始，云台山景区面向全国游客发行2021云台山惠民年卡，在回馈广大游客、通过景区产品创新丰富游客体验的同时，进一步发挥龙头景区带动作用，积极向兄弟景区引流。

据了解，2021云台山惠民年卡可全年不限次数任意游览云台山景区（五一、十一假期除外），同时附加青天河、青龙峡·峰林峡、陈家沟景区的全年门票，一经推出就被旅游爱好者争相抢购，共计销售40万张。

现在，持年卡到云台山赏冰瀑、玩滑雪的游客络绎不绝，重磅打造的云台山冰雪嘉年华更是引爆冬季游热潮。

以大视野谋划大格局 40万张年卡回馈游客

只要100元，4个景区12个月内可无限次畅游，很划算，我给家人每人办了一张年卡，双休日可以全家一起去旅游。”1月8日，抢购到云台山惠民年卡的市民李先生兴奋不已。

以大视野谋划大格局。新年伊始，云台山景区面向全国游客发行2021云台山惠民年卡，在回馈广大游客、通过景区产品创新丰富游客体验的同时，进一步发挥龙头景区带动作用，积极向兄弟景区引流。

据了解，2021云台山惠民年卡可全年不限次数任意游览云台山景区（五一、十一假期除外），同时附加青天河、青龙峡·峰林峡、陈家沟景区的全年门票，一经推出就被旅游爱好者争相抢购，共计销售40万张。

现在，持年卡到云台山赏冰瀑、玩滑雪的游客络绎不绝，重磅打造的云台山冰雪嘉年华更是引爆冬季游热潮。

中流击水，奋楫者进。抓实“稳”的举措，保持“进”的步伐，持续激发云台山发展的竞进争先之势、干事创业之势、攻坚拔寨之势、接续奋斗之势，云台山景区在加快转型发展道路上起势成势，努力再次引爆旅游新热潮，再树文旅发展新标杆。

中流击水，奋楫者进。抓实“稳”的举措，保持“进”的步伐，持续激发云台山发展的竞进争先之势、干事创业之势、攻坚拔寨之势、接续奋斗之势，云台山景区在加快转型发展道路上起势成势，努力再次引爆旅游新热潮，再树文旅发展新标杆。



精心谋划保驾护航 旅游业态强力支撑 焦作旅游新年“开门红”

本报讯（记者王爱红）2021年元旦小长假，3天接待游客34.99万人次，新年伊始，焦作旅游市场喜迎“开门红”。这一良好开局，既离不开精心谋划部署的保驾护航，更得益于多样化旅游业态的强力支撑。

怎样开好局，打好新一年假日旅游市场第一仗？强有力的组织保障必不可少。据了解，为给广大游客提供安全、有序的旅游环境和健康、愉悦的旅游体验，我市上下联动，提前谋划和部署，统筹推进旅游安全、疫情防控、主题活动等各项工作。

市委、市政府主要领导高度重视旅游安全工作，不仅多次作出指示，元旦假期还深入景区检查假日旅游安全情况；为确保元旦之夜第二届全球文旅创作者大会闭幕式在云台山景区顺利举办，市文化广电和旅游局主要负责人奔赴一线检查指导安全和疫情防控工作。

各级文旅部门严格落实24小时值班和领导带班制度，及时处理假日旅游咨询和投诉；市文化市场综合行政执法支队出动执法人员，检查文旅市场经营单位28家次；各景区认真落实预约制度，严格控制游客流量……假日期间，全市文旅部门景区也积极行动，全力保障游客玩得舒心、放心、安心。

为何寒冷天气游客畅游焦作热情不减？多样化旅游业态、异彩纷呈文旅活动的强力支撑，不仅增强了焦作旅游产品吸引力，更让我市元旦假日旅游市场亮点频现。

冬季旅游产品人气爆棚，冰雪游成最大亮点，“白色经济”效益凸显。元旦假期，不管是云台山冰雪节、孟州市老家莫沟景区的林海雪原、中站区府城街道北朱村的“冰雪小镇”，还是修武县当阳峪滑雪场、山阳区享欢乐世界的冰雪活动，都吸引了大批游客争相体验。修武县多家酒店推出的温泉服务，让“泡汤”成为冬季旅游另一股热潮。

丰富多彩的文旅活动，营造浓厚的节日氛围。元旦之夜，云台山国风音乐跨年盛典暨第二届全球文旅创作者大会闭幕式为广大游客奉献了一场山水文化与国风汉韵深度融合的文旅盛宴；到神农山景区拜谒炎帝神农、在千年长寿松下迎新祈福，也吸引了不少游客；修武县云台古镇的“永不落幕的汉服节”汉唐盛世古风电音PA主题活动、焦作影视城的“迎元旦庆新年”游园活动、沁阳市朱载堉纪念馆的“家世生平展”“朱载堉科学艺术成就展”、焦作万达广场的“打铁花”非遗表演等跨年活动，同样为广大市民和游客欢度假期提供了好去处。

乡村旅游红红火火，深受游客青睐。老家莫沟景区游人如织，当地的璞华文宿、何家大院、望舒等乡村民宿成了网红打卡地；到中站区十二会村、西大井1919文旅景区和示范区寨卜昌等感受红色旅游魅力，到马村区华盛太阳能农庄体验“大棚采摘+休闲观光+地锅美食”的游客也是络绎不绝。

太极拳传承热度不减，康养旅游持续升温。太极拳成功申遗、陈家沟成功创建省级旅游度假区，使得元旦假期到陈家沟寻根问祖、拜师学艺、健身养生的游客络绎不绝，当地酒店、民宿入住率达75%，太极拳申遗成功后的社会经济效应也逐步放大。

开新局，谱新篇。正因为强有力的组织保障和冰雪游、乡村游、康养游等多样化旅游业态的双重加持，2021年元旦假期，我市旅游市场呈现出稳中有进、稳中向好的态势。

全省文旅局官方微信公众号排名 “焦作文旅”位居前列

本报记者 王玮莹

近日，记者获悉，据清博大数据追踪2020年后五个月的数据显示，在河南18地市文旅局官方微信公众号排行榜中，“焦作文旅”微信公众号排名稳居前四。其中，2020年11月排名第二，位居18地市行业公众号前列。

“焦作文旅”微信公众号是用新媒体手段展示焦作文旅风采的重要窗口。自创建以来，焦作市文化广电和旅游局紧紧围绕全国、全省文旅融合大势，聚焦全市文旅系统核心工作，全力创优“焦作文旅”微信公众号，积极谋划，精心打造，统筹安排，力创精品佳作，努力用新媒体力量促进焦作文旅事业高质量发展。

2020年，是极不平凡的一年。在疫情影响下，焦作文旅事业受到了巨大冲击。困难面前，焦作文旅人于危机中育新机，敢于突破创新，力挽狂澜，在全省率先实现了旅游人数逆势增长。此时，“焦作文旅”微信公众号积极发挥媒介作用，围绕全市文旅系统抗疫大局，将镜头对准了文旅系统的抗疫先锋，准确、及时、全面地报道了各景区创新营销手段及可喜成绩，为焦作文旅人加油鼓劲。

2020年，“焦作文旅”微信公众号推送文章近2000条，原创数量不断增加，宣传亮点接二连三。2020年11月，《县委书记穿汉服，为修武武汉文化代言！》一文点击率达1.4万人次。

2020年，“焦作文旅”微信公众号围绕黄河文化策划了《加快建设郑焦黄河生态文化旅游廊道》系列报道，推送稿件20余篇；围绕太焦高铁开通策划了“坐着高铁游焦作”系列报道，推送稿件近10篇；围绕太极拳申遗成功，策划推送稿件10余篇；围绕各景区创新营销开发夜经济，连续推送稿件10余篇，掀起一轮又一轮高潮。

通过公众号的强力宣传和持续渗透，“焦作文旅”业内领先，收到了良好的社会宣传效果。