

文旅热冷思考④

传统景区再

非遗体验游、户外探索游、工厂研学游……这几年，旅游消费需求越来越多元了。那些曾经依赖“门票+观光”模式的传统景区，还跟得上市场的脚步吗？在拼资源的时代，景区只要建好入口，游客自然涌入；但如今比拼的是情感互动、人性服务，是可参与、可传播的沉浸式体验。面对旅游市场的新变化、新趋势，传统景区通过深刻的革新、积极的转型，证明自己依旧是文旅产业最坚实的“压舱石”。

今夏烈日灼灼，但依旧挡不住游客的出行热情：北京八达岭长城日均接待游客超5万人次；杭州西湖上，断桥成“人桥”……然而，并非所有景区都热度不减。避暑胜地内蒙古乌兰布统草原游去年入住率同比下降20%至50%；河北黄帝故里景区去年游客量从高峰期的10万人次，降至目前约6万人次。

同样是传统旅游景区，为何有的人潮依旧，有的却不复往日盛况？那些长盛不衰的传统景区，究竟做对了什么？近日，记者深入湖南等多地调查采访。

提升供给品质

传统景区目前尚无明确定义，业内普遍共识是指那些依托自然或人文资源，开发历史较早，以观光游览为主要功能的旅游目的地。“这些景区或有山水风光，或有人文古迹，或两者兼有，是相对近些年来出现的主题乐园、人造古镇、沉浸式文旅街区等新业态而言的概念。”湖南师范大学旅游学院教授、旅游管理系主任罗文斌说。

“高辨识度+强观光性”曾是老牌景区最坚固的“护城河”。凭借得天独厚的自然禀赋或历史文化资源，它们原本不需太多经营创新，就能吸引大量游客。但当游客不再满足于浅层次的看风景，开始转向求知、求成长的深度体验，“护城河”便变成了“天花板”。

有草原民宿老板在社交平台怅然发问：“草原在等着，游客去哪了？”叹息声后，是不少传统景区面临的共同困局——

固守资源“吃老本”。功能业态单一，偏重资源展示，忽视游客体验，内容空心化导致“有景观无故事、有名胜无体验”。传统“进入—观赏—拍照—离开”的观光模式，已难以满足游客复合出游需求。

路径依赖同质化。当“我在XXX很想你”的网红标语成为景区标配，仿古街巷贩卖着雷同的小吃和饰品，失去特色的景区就如同流水线上

的复制品，游客产生审美疲劳在所难免。走出舒适圈，成为摆在传统景区面前的一道必答题。

“Amazing! Amazing! Amazing!”烟雨朦胧中，西班牙游客安东尼奥站在张家界国家森林公园的观景台上，对着云雾间劈开群峰的砂岩峰林连连赞叹。他兴奋地挥舞着手臂告诉记者，这已是 he 连续第3年来到湖南张家界，电影《阿凡达》里的“悬浮山”，每次看都不一样。

今年前7个月，张家界市接待来自195个国家和地区的入境游客86.07万人，同比增长19.01%；全市旅游外汇收入9851.83万美元，同比增长40.52%。

张家界凭什么吸引越来越多海外游客远渡重洋、一来再来？“这里的石英砂岩峰林地貌全球独有，难寻竞品。”张家界武陵源风景名胜区和国家森林公园管理局党委委员、副局长毛坚坚给出了答案。此外，当地还针对不同客群，持续优化观光线路、升级开放多条特色徒步线路，并通过大数据科学配比索道、天梯上下山客流，尽力让每位游客乘兴而来、尽兴而归。

坐拥独一无二的风光资源，并不意味着可以一劳永逸。如何立足现有资源实现品质跃升？

让资源会讲故事——暮色四合，张家界天门山峡谷里，《天门·狐仙》实景演出准时开场。舞台依峭壁而建，五光十色的灯光流转间，湖南经典民间传说“刘海砍樵”被重新演绎。贵州游客孙先生原本兴致寥寥。“以为就是固定的常规项目，没什么意思，没想到……”他话没说完，人已入了戏。

在湖南衡阳，作为神话里火神祝融的驻地，衡山将千年火文化深度融入山水骨架。山脚下的祝融探火太空体验馆里，孩子们正围着火星探测器模型兴奋地提问。“我们锚定年轻人与亲子研学群体，让火神故里的文化根脉生发出更具想象力的表达。”湖南国华星空总经理冯立说。

在甘肃敦煌，游客戴上VR眼镜，莫高窟的千年壁画在眼前层层铺开，飞天衣袂飘飘，仿佛一伸手就能抓

住盛唐的风……

“当山水有故事、石窟可穿越，游客便不再只是旁观者，而是故事的参与者。”华侨大学旅游学院教授孙盼盼说。

让体验各得其所——

观光客偏爱精品游览线路，摄影发烧友追逐最佳拍摄点，户外爱好者钟情于惊险刺激的极限运动……张家界敏锐捕捉到这种分化，通过分层线路设计，让游客从中找到属于自己的快乐。

“我们借助《阿凡达》《西游记》等知名影视作品，将奇峰异石与影视叙事深度绑定，不断强化‘人间仙境’品牌认知，吸引游客前来。”毛坚坚说。

张家界市文化旅游广电体育局党组成员、副局长田洪曼介绍：“我们深耕翼装飞行世锦赛、自行车挑战赛等国际赛事IP，凭借独特地形打造‘极限运动圣地’，精准锚定高净值户外爱好者群体，在国际旅游市场中开辟出独具辨识度的细分赛道。”

离祝融探火太空体验馆不远处，以国家级非遗“南岳庙会”为内核的美食文化街区南岳里，则给游客带来另一番体验。南岳文旅集团产业发展部运营主管王文霞介绍，在南岳里，游客在吃逛之余，还能欣赏皮影戏、打铁花、岳北山歌表演，体验竹编、木雕、手工制香等传统工艺。

让服务提质增效——

得益于景区的系统化培训，张家界国家森林公园里的很多摊主都能用英语、韩语等语种交流。澳大利亚游客奥利弗竖起大拇指：“没想到在山上买东西，沟通比在城里还顺畅。”

景区内部推行的“五员一体”创新模式，更将一人多岗的效率与细节宠客的温度融为一体。张家界武陵源风景名胜区和国家森林公园管理局市场经营部主任庾级明介绍，一线人员既是保洁员、宣传员，也是讲解员、救助员、安全员。他们捡拾垃圾、为游客规划路线、应对突发状况，还会提醒摄影爱好者哪个机位最佳、几点光线最好……正是这种全方位、有温度的服务，让外国游客慕名而来，并在社交媒体上成为景区新的“代言人”。

服务升级还在继续。今年7月，湖南印发《湖南省旅游景区（点）“强基焕新”行动实施意见》，将进一步推动景区服务走向标准化与精细化。

深耕在地文化

“什么内容只有在这里才能观赏到、体验到，是传统景区应认真思考的问题。”孙盼盼说。

衡山脚下，南岳里在夜幕笼罩下化作山水剧场：远处，衡山若隐若现；湖边，金色的铁花如星星坠落；古风街区里，木楼临水而立，桥上蜿蜒的小河上，木船载着汉服姑娘悠悠划过。来自湖南邵阳的游客向女士忍不住感慨：“这里随手一拍就是古风大片，是别处拍不出来的。”

南岳里把衡山当舞台，将延续千年的祈福传统、民俗等本土文化，一点点铺展成可供游客走进、触摸、参与的市井烟火。开业一年来，南岳里累计接待游客超600万人次，带动营业总收入近1亿元，夜间客流占比超75%。

原本计划爬完衡山便返程的广东游客李佳洪，被南岳里“留”了下来。“上山祈福，山下寻味，两者互为补充，不知不觉又多待了一天。”李佳洪说。

衡阳市南岳区文化旅游广电体育局党组书记、局长阳帆介绍：“南岳里通过‘自然框景+人文展演’的组合，以‘文化沉浸+互动体验’模式，有效打破了传统文化与年轻群体的隔阂。”

文化活力的释放带动了新业态成长。截至2025年上半年，南岳区新增服装租赁、化妆造型等旅拍业态150余家，旅拍相关产业营业收入同比增长近70%，古风街区、非遗场景成为年轻游客喜爱的打卡项目。

2025年，南岳区的湖南省外游客数、境外游客数和过夜游客数均实现两位数增长。而增长的答案，就藏在“在地”二字里。

“传统景区转型发展的关键，在于讲好自己的在地故事。”罗文斌认为，地方性知识是根植于特定地理环境、历史积淀与社群实践中形成的不可移植的认知体系与文化编码，是解锁景区独特性资源的核心密码。

在张家界，“在地”探索也在展开。“张家界并不缺乏世界级的旅游资源，但资源布局相对分散。”田洪曼说，如何构建一个既能统领全域、面向市场，又便于传播的城市文化体系，是亟需破解的重要命题。

以张家界大鲵为原型的“慢生活推广大使”倪曼曼、以2.4亿年前芙蓉龙化石为灵感的“地质学家”小

文化和旅游部公布的数据显示

国家5A级旅游景区共有 358家

国家级旅游度假区共有 85家



骨董、以猕猴桃为原型的“少寨主”侯大王、承载土家族白虎文化的张二虎，以红白鼯鼠连接山地运动的大飞哥——这些IP对应着生态保护、地质文化、民族文化、山地运动等城市基因，将抽象的资源禀赋具象为有性格、有故事、有情绪的人格化入口。“通过城市IP，让游客记住的不只是风景，更是张家界的文化。”张家界市委宣传部的副部长尚军荣说。

更多传统景区深耕“在地”IP，积极发展多元业态。山东台儿庄古城通过“沉浸体验+业态融合+场景搭建”商业模式，培育古城内河摇橹船夜游等品牌。陕西大唐不夜城依托盛唐文化IP，游客穿汉服、游唐街、购唐品，形成完整消费闭环。湖南韶山以红色研学为牵引，串联周边农文旅资源，推动红色旅游与乡村振兴深度对接。韶山思政教育实践中心副主任毛斗介绍，每逢春耕之际，游客可来韶山参与农事，秋收时节，再来收获自己亲手种植的水稻并带走。

这些实践指向同一个方向：将深植于山水、地质、生态、民族文化中的地方性知识，转化为可感知、可消费、可传播的场景和符号。“真正吸引人的是有效的体验延伸，它不是业态简单嫁接或数量堆叠，而是体验深度的层层递进。”孙盼盼认为，发展多元业态不是看别人有什么、自己就做什么，而是要与当地文化基因和空间特质建立起内在、清晰的逻辑关联。

实现全域协同

在长沙岳麓山爱晚亭前，记者见到一群刚爬完山的游客，他们兴奋地说要去大学城吃糖油粑粑和臭豆腐。长沙岳麓山风景名胜区橘子洲景区管理处办公室副主任冯叶说：“现在游客爬完岳麓山不会急着赶去下一个景点，而是顺路走进大学城，逛逛美食街、咖啡馆或书店。”

游客脚步的延伸，改变着景区的定义——景区不仅是旅游目的地，更成为城市生活的一部分。这背后，是传统景区转型发展的更高层次，即跳出景区看景区，打破自我经营的景点思维，将传统景区置于城市发展的大棋盘上，与城市发展深度融合，实现全域协同。

“景区服务不再局限于景区围墙之内，而是由整个城市的功能体系来支撑；当景区与区域联动，游客获得的不再是单一的观光产品，而是多层次、可组合的深度体验。”罗文斌说，这既是空间的拓展，也是价值的倍增。

空间破界，景区融入城市肌理。在长沙，山、水、洲、城之间不再有清晰的边界。岳麓山、橘子洲、天心阁，这些曾经各自孤立的风景，如今成为嵌入城市生活肌理的文化地标。游客登完岳麓山可漫步大学城浸润书香，游完橘子洲、天心阁可去五一广场品味市井烟火。冯叶介绍，岳麓山、橘子洲旅游区整体年

游客量突破3000万人次，稳居中国5A级景区影响力百强榜单前列。庞大的客流背后，城市已有的商业与公共服务体系自然承接了游客的多元需求，也有效缓解了传统景区的服务压力。

景城共生，城市功能为景区赋能。

张家界的发展历程本身就是“景城共生”的生动样本，从深山林场到世界旅游目的地，张家界坚持景城一体、城乡融合，从景区独秀迈向全域美丽。“张家界是一个整体，既代表景区，也代表城市。”张家界市文化旅游广电体育局市场营销科科长秦晋介绍，张家界是因旅游而设的地级市，全市拥有武陵源、天门山2家5A级景区，13家4A级景区和21家3A级景区。当整座城市以服务景区为核心来构建保障体系，景区与城市便不再是各自独立运行的两套系统，而是相互支撑、彼此成就的有机整体。

格局重塑，全域联动满足多元需求。今年1月，湖南省通过《张家界国际旅游区建设行动方案》，覆盖张家界、湘西、怀化全域及邵阳、常德部分区域共38个县市区，构建“一核一地两轴三山四极五线”布局。“张家界正从‘单打独斗’迈向‘多点支撑、全域联动’。”尚军荣说。

景区与城市深度共生之后，溢出效应进一步向周边区域扩散，完成从单一目的地到区域引力场的格局重塑。以凤凰古城为例，这里承接了大量从张家界出发的旅游团，山水风光与古城人文民俗实现互补，游客停留时间显著拉长，古城旅游正从传统观光游向沉浸式深度游转变。

“不同区域间的资源互补，使游客可选择的体验维度大幅扩展。”田洪曼说，传统景区由此成为辐射周边、串联区域、撬动全域旅游的起点，承担着引流、辐射和带动的功能。

在罗文斌看来，上述功能恰恰是传统景区的核心价值所在，是其在新时代语境下不可被替代的底色，更是旅游强国建设中盘活存量资源、激发全域活力的重要支点。

回望来路，传统景区之所以能在我国旅游版图中长期担当“压舱石”之责，靠的是那份不可复制的自然馈赠与历史积淀。面向未来，旅游强国建设的根基，是一批兼具资源禀赋、服务品质与体验口碑的优质景区。而历经时光淬炼的传统景区，以其文化厚度与持续焕新的服务能力，依然是整个体系中最坚实的支撑。

调查手记

打破“一亩三分地”思维定式

李 苑

在张家界这个传统景区，记者见到了一群不那么传统的运营者，他们打破“围山收票”的路径依赖，创新管理运营方式，重新激活山水价值。

“游客期盼的，就是我们要干的。”运营者的话，意味着景区与游客站在了同一条山径上。于是，这里有了全年全时常态化限流分流，有了打破索道、电梯观光路径的沉浸式徒步山林动线，有了用“徒步专属门票”引导游客用脚步丈量峰林的机制创新。在大多数景区还在比谁的索道更快、谁的电梯更高时，他们选择了一条反其道而行之的路，让游客慢下来、走进去。

不传统，首先体现在务实与担当上。今年4月，文化和旅游部点名通报一批问题多发的5A级景区，张家界天门山—武陵源在列。没有顶流景区的“高高在上”，当地迅速整改、闭环落实……随之而来的“五一”假期，客流高峰平稳运行，游客口碑回暖，景区交出了一份务实答卷。

不传统，生发于国际视野下的文化自

信里。早在20世纪90年代，张家界便打开了韩国市场，以“孝行之旅”撬动情感共鸣，子女送父母到张家界旅行，成为韩国社会的孝道风尚。随着中俄互免签证政策落地，张家界迅速将目光投向俄罗斯市场，策划了“艺行之旅”等特色活动，精准发力。今年一季度，俄罗斯游客数量同比增长438.09%。

不传统，还体现在思维理念的创新中。当不少景区还在比拼门票收入时，他们已在谋划夜间经济、会展经济、赛事经济的全域联动，力争将每一处公共空间都变成沉浸式场景，实现从“景点吸引游客”到“场景留住游客”的转变，不仅把人引进来，更让人留下来、走了还想来。

传统景区真正的天花板，从来不在资源禀赋，而在管理者的认知半径。张家界这群不传统的人，用实践印证了一条朴素道理，山水本有边界，但人的认知可以无限拓展。当传统景区跳出“一亩三分地”，转向主动满足需求的更高运营境界，也就稳住了长久发展的基本盘。

图① 位于湖南衡山的南岳里，古风NPC上演鹊桥相会。

柯 茂摄

图② 张家界国家森林公园风光。

刘 雯摄