2025年7月9日 星期三
本版编辑：唐海鹰 /校对：闫明达/制作：姬 红
辽源日报

岭上兴安 乘势而上

兴安盟加强品牌建设延长文旅产业“保鲜期”

新华每日电讯记者恩浩贝赫

进内蒙古兴安盟，游客可以聆听到悠扬的马头琴声掠过乌兰毛都草原，欣赏到连片的稻田画与民俗歌舞相映成趣，而在有着“避暑旅游目的地”之称的阿尔山，人们更可以感受到暑期平均22摄氏度的清凉。这座镶嵌在大兴安岭南麓的生态之城，正以“歌游内蒙古”品牌建设为引领，以农文旅深度融合为脉络，在广袤的北疆大地勾勒出一幅产业繁荣、乡村秀美、百姓富足的壮美画卷。

逐年递增的数据见证着兴安盟文旅产业发展的蓬勃态势。据兴安盟文化旅游体育局数据显示：2025年上半年，全盟国内旅游人数1708.97万人次，同比增长26.12%，旅游收入151.09亿元，同比增长38.06%。文旅产业的火热，让超3万名农牧民端起“文旅饭碗”，开启了增收致富的新篇章。这份亮眼成绩单的背后，是兴安盟在音乐赋能文旅、农旅融合发展、旅游消费升级等文旅品牌建设领域的积极探索与创新实践。

音符跃动 奏响文旅融合新乐章

在阿尔山氧心森林浴道，阿尔山市启动了“歌游内蒙古·百名导游领跑计划”，导游统一使用“歌游内蒙古”标识的导游帽和导游旗，领唱草原经典歌曲；在乌兰浩特市开往阿尔山市的K7595次列车上，乌兰牧骑队员化身“移动”歌者，马头琴声与嘹亮的歌声交织，乘客和队员们一起合唱经典曲目《草原上升起不落的太阳》，悦耳的和声在车厢内久久回荡，让所有人的旅途一路欢歌一路畅游。这些充满艺术气息的场景，正是兴安盟将音乐元素深度融入文旅产业的生动缩影。

自2024年内蒙古自治区发布《“歌游内蒙古”区域文旅品牌建设行动方案》以来，兴安盟以“政策落地加速度、场景创新无死角、人才培育强支撑”的组合拳，全力构建音乐文旅全产业链生态，在多个领域实现创新突破。

在政策落地方面，兴安盟展现出令人瞩目的“兴安速度”：率先举办全区首场“歌游”主题活动——乌兰毛都草原音乐节，活动当天便吸引2.3万名游客与当地牧民共舞草原，共享音乐盛宴；打造全区首个“歌游疗愈主题酒店”，在建国饭店推出零压床垫搭配定制音乐歌单、疗愈食谱的特色服务，为游客带来独特的音乐疗愈体验；组建千人规模的“歌游内蒙古”人才库，并积极推动人才走进各类景区景点，其中网红歌手吴兰兰、兴安格格等人在2024年冬季的阿尔山雪村大舞台持续奉献精彩演出，为游客带来全新的冬季旅游体验。

此外，兴安盟创新实施的“十个一百”北疆文化建设提升行动成果斐然，仅半年时间就完成百部文艺精品创作、百场乌兰牧骑演出等系统性布局。创作的纪录片《草原上升起不落的太阳》在央视播出，让北疆文化借助音乐旋律传遍大江南北。

场景创新彰显“兴安智慧”，实现文旅体验的全维度渗透。科尔沁右翼前旗（以下简称“科右前旗”）归流河生态公园作为全区首个“歌游内蒙古”旅游街区，集音乐演艺、露营休闲、文创购物、特色美食于一体，自2024年冬季运营以来，已接待游客超30万人次，带动消费2400万元；“歌游内蒙古 梦幻阿尔山”音乐主题列车精心设计装饰了“最炫民族风、东北年味儿、冰雪奇缘、野生动植物乐园”四个主题车厢，充分展现兴安盟地方文化特色，旅客们仿佛置身于一个移动的文化展厅，令人心旷神怡。

该主题列车自2024年11月开行以来，成功举办10场列车音乐会，其间搭载游客6400余人，上座率始终保持100%。同时，兴安盟精心设计“歌游内蒙古”四季主题线路，已发布春、夏两季19条线路，实现景区景点音乐全覆盖，并积极挖掘旅游沿线网红饭店，开发七大类“歌游内蒙古”主题文创产品。目前，草原秘境线路中的草原宿集两家酒店线上预售销售额已创新高，旅游旺季一房难求。

人才矩阵构建“兴安模式”，实现文化传承与市场变现的双向赋能。知名歌手乌兰图雅、呼斯楞等成为“文化村长”，定期深入乡村开展艺术培训，弘扬北疆文化；网红歌手阿古达木通过短视频平台展示兴安盟美景美食，单条视频引流超5万人次。此外，兴安盟与北京大学艺术与健康管理实验室主任金曼团队合作开发“金声曼舞·怡养之旅”产品，将开设能量合唱、自然音乐会、森林瑜伽等特色课程，进一步完善文旅品牌体系。

农旅交融 绘就乡村振兴新图景

行走在兴安盟的广袤田野间，“春种有歌、秋收有市”的繁荣景象正是“农业筑基、文化铸魂、旅游变现”融合发展模式的真实写照。从大棚采摘到草原牧宴，从研学体验到生态循环，兴安盟通过“农文旅”三位一体发展模式，让沉睡的土地资源转化为会讲故事的乡村名片。目前全盟已拥有全国乡村旅游重点镇1个、重点村3个，内蒙古自治区级重点镇村17个，2024年乡村旅游带动农户年均增收2000元，超1.7万户农牧民借助家门口的旅游业增收致富，走出了一条独具特色的乡村振兴之路。

产业融合实现“三级跳”，让传统农牧区焕发新生。在乌兰浩特市神骏湾采摘园，游客亲手采摘的新鲜蔬果可直接送往邻近农家乐烹饪，形成“田间到餐桌”的完整闭环体验；科右前旗平安村番茄公社创新发展“种植+研学+烘焙”业态，树棍面包制作体验项目日均接待30个家庭；科尔沁右翼中旗（以下简称“科右中旗”）巴彦敖包嘎查依托丰富的旅游资源，打造集农业观光、农耕科普、采摘体验、文化传承、生态旅游于一体的综合性旅游度假村，每年可带来200多万元的经济收入，带动嘎查83户群众就业增收。

走进巴彦敖包嘎查，每家每户的农家小院都规划得整整齐齐，西红柿、黄瓜、茄子等在竹架间舒展枝丫，颇有一番田园野趣。景区内打造了水上乐园、露营帐篷、特色民宿、农家乐等旅游业态。景区依托特色餐饮、住宿为当地农牧业赋能，自运营以来，年均接待游客30万人次。“巴彦敖包嘎查探索走出了一条符合嘎查实际的强村富民之路，持续夯实嘎查集体经济家底，不断撑鼓老百姓的‘钱袋子’。”科右中旗文化旅游体育局党组书记、局长巴达拉胡说。

民俗活化成为“破圈术”，让传统文化变身旅游引流密码。乌兰浩特市在三合村建设民俗风情步行街，游客既能欣赏原汁原味的朝鲜族农乐舞表演，体验精致的特色民族服饰变装，又能品尝地道的朝鲜族美食，成为周边游的热门打卡地，仅“五一”假期单日接待量就突破8000人。

在今年“5·19中国旅游日”兴安盟分会场活动中，“兴安好物·杜鹃集”主题市集汇聚六个旗县市的非遗文创与特色物产，打造集展示、体验、消费于一体的文旅消费新场景，单日吸引游客2.23万人次。这种“文化展示+体验消费”的模式，让北疆文化走进大众生活，成为旅游发展的强大吸引力。

生态价值转化搭建桥梁，打通绿水青山向金山银山转化的路径。近年来，阿尔山市西口村借助清华大学的艺术资源，打造20处公共艺术景观，完成7个院落艺术化改造，用艺术激活乡村旅游“留”量密码；扎赉特旗好力保稻谷景区将万亩稻田化作“大地艺术”画布，配套举办插秧节、音乐节等活动，实现从卖稻谷到卖“风景”的转变，帮助农民每亩地增收超2000元。

兴安盟文化旅游体育局党组书记、局长王天凤表示，“艺术介入+生态溢价”的创新路径，让兴安盟的乡村自然资源通过文旅创意实现价值倍增。

提质升级 打造多元化文旅消费新场景

2024年，持续33天的兴安盟那达慕盛会吸引了八方游客。在广袤的草原上，游客们尽情狂欢、露营，深度体验草原文化的独特魅力。牧民春喜在草原深处经营了一家牧家乐，他通过短视频平台吸引了6万余名粉丝。为提升游客体验，春喜创新推出传统“牧家菜”，原生态的手把肉、香浓的羊汤等美食深受游客喜爱。许多游客专程前来，品尝美食的同时还可以在牧场体验骑马、射箭等特色项目。

“起初我心里也没底，但是短视频平台上的粉丝一直在鼓励我，并来到我的牧场游玩，让我看到了草原游的发展潜力。”春喜感慨道，“牧家菜”推出后大受欢迎，常常需要加桌招待客人。2024年草原旅游旺季期间，春喜家共接待了1000多名游客，旅游创收达到8万元。

“科右前旗已有上百家牧家乐通过‘线下体验+线上销售’模式，将草原美味送至全国餐桌。这一幕折射出兴安盟‘以旅游聚人气、以人气带消费、以消费促产业’的发展逻辑。”王天凤说，2024年，全盟农畜产品通过文旅渠道供销两旺，众多农牧民专业合作社成功实现“接二连三”的产业转型。

农畜产品的文旅包装完成价值跃迁。兴安盟羊肉凭借“兴安产 安心选”品牌优势，在景区设立品鉴摊位，开展手把肉品尝活动，同时推出“草地羊认领”模式，游客在乌兰毛都草原认养羔羊，通过手机溯源系统实时观看羔羊成长视频，屠宰后可选择冷链配送或到牧场现场烹饪，新的销售模式也促成了农旅融合发展的双赢局面。

“这次来乌兰毛都草原体验了草原风情，当地牧民为我们准备的手把肉真好吃，我也借此机会认领了一只羊。”广西游客陈发绪说。这种“从草原到餐桌”的沉浸式消费模式，将科右前旗的羊肉销售网络拓展至全国，为传统产业注入新活力。

科右前旗委常委、政府副旗长杨乌兰说：“在科右前旗乌兰毛都草原举办的2024兴安盟那达慕季，旅游人数达到了120万人次，旅游收入实现12.2亿元，带动就业1.3万余人。仅2024年7月17日那达慕季启动式和8月8日传统那达慕开幕式当天，现场旅游人数分别突破12万人次和17.8万人次，旅游收入分别突破1.2亿元和1.7亿元。”

来自北京的游客李文雯正在阿尔山氧心森林浴道游览，时隔6年再次来到兴安盟，她感慨道：“兴安盟的风景是与众不同的存在，不同旗县市的四季美景都各有千秋，每次来都觉得不虚此行。”

为了给游客提供一个舒适的旅游体验，阿尔山各景区景点联动，设计了森林徒步、露营体验、文化研学等活动，让游客在赏景之余还能增知健体。阿尔山也通过不断延伸四季旅游产业链条，将旅游旺季拓展至全年。

冬季，持续100天的冬季那达慕季让兴安盟的“冷资源”释放“热效应”，为旅游经济增长注入强劲动力。在阿尔山经营冰煮羊火锅店的张孝生对此深有感触：“往年冬天店里冷冷清清，今年初的冬季那达慕期间，店里几乎天天爆满，生意好得出乎意料，让我对阿尔山的旅游发展前景充满信心。”

傍晚余晖将阿尔山的巍巍大山、滔滔林海披上金装，小城里尖角屋顶的灯光次第亮起……近年来，阿尔山依托得天独厚的自然风光和城市建筑，在升级文旅体验方面下足功夫，致力于将这里打造成游客梦想中的“童话世界”。

“我们在线上和线下联动发力，加大了针对年轻人的市场活动，让阿尔山变成真正的‘童话世界’。”王志野是阿尔山冬季文旅活动的策划人，去年冬季，他的团队在网络上招募了全国多地的“角色扮演爱好者”来到阿尔山，他们装扮成“王子、公主、精灵”，跟着彩灯花车在街头巡游表演、互动合影，满足游客们的冰雪童话梦。

巧抓“凉”机 避暑康养渐成金名片

炎炎夏日，寻觅一处能抚平燥热、安放身心的绿意秘境，成了许多人的向往。静卧在大兴安岭西南山麓的阿尔山，森林覆盖率高达81.2%，年均负氧离子含量达每立方厘米2.3万个，使这里成为炎炎夏日里名副其实的“天然空调房”。

天然避暑优势是当地塑造文旅品牌的一个重要抓手。阿尔山将气候资源转化为康养品牌内核。阿尔山旅游度假区管理委员会主任邢天宇说，在品牌打造中，当地积极探索“资源融合+体验创新”的发展方式，将自然音乐会、民族舞蹈工坊与温泉疗愈结合，为人们提供深度康养体验。

全国最大功能型矿泉群就坐落在阿尔山，这里被系统开发为温泉疗养、矿泉浴等特色项目，让游客在火山岩地貌间享受含矿物质的泉疗体验。负氧离子“空气维生素”，通过氧心森林浴道、森林牧场等场景，让人们实现身心疗愈。

阿尔山市文化旅游体育局党组书记韩福乾介绍，以往游客来阿尔山平均停留时长约1.6天，如今随着旅游产业多元发展，森林康养、研学旅行、露营度假、特色演艺等深度体验产品的持续推出，游客停留时间延长到2.5天。“现在阿尔山的旅游消费结构也迎来转变，景区门票、基础住宿等消费占比逐年下降，而温泉疗愈、森林SPA、特色民宿等新兴场景消费正在快速增长，推动旅游从‘流量’向‘留量’转变，从‘观光游’向‘深度体验游’升级。”

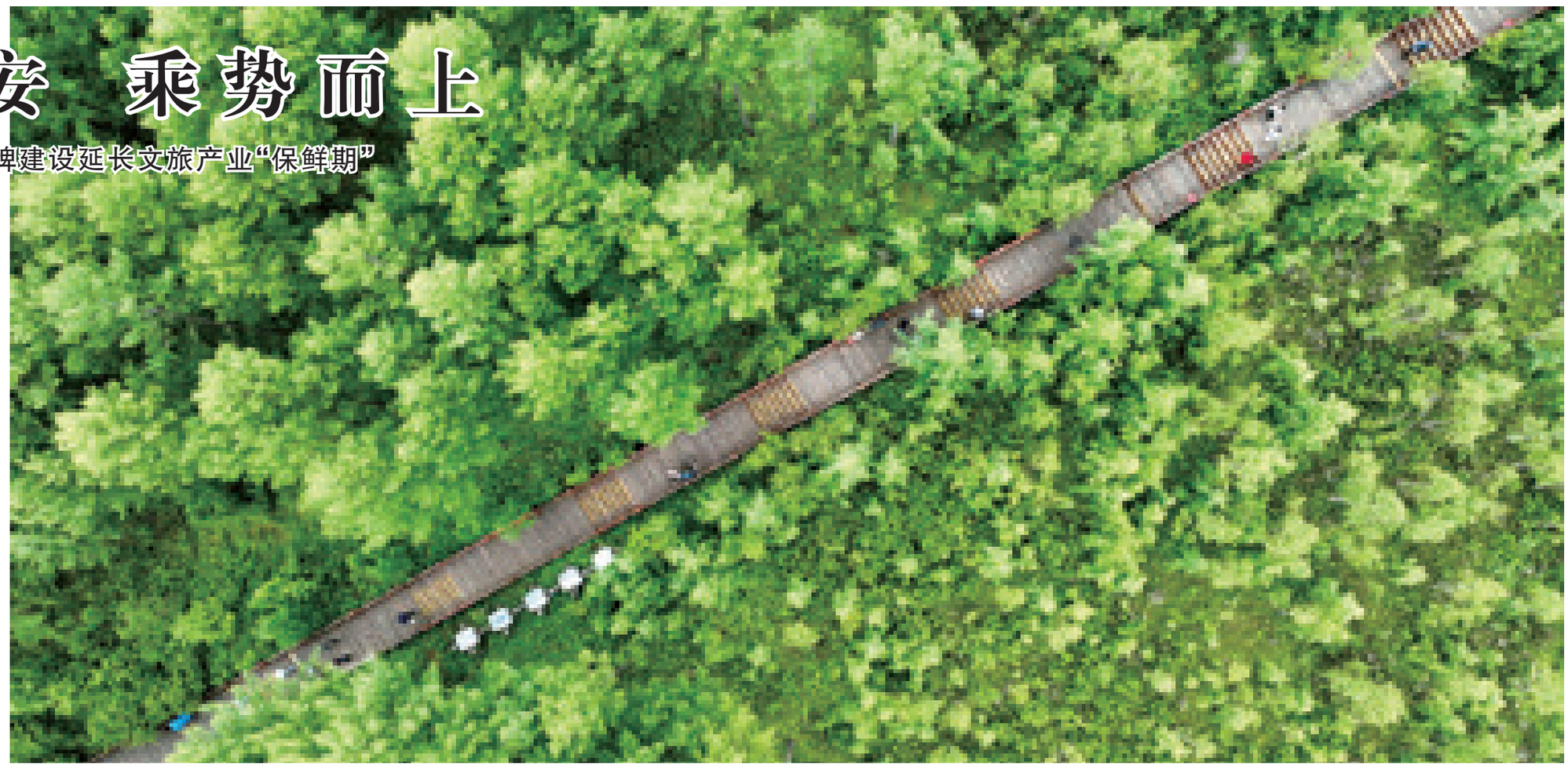
据了解，未来，阿尔山还将引入智能健康监测设备，提升康养服务的专业性和精准度，瞄准京津冀、长三角等经济发达地区的康养需求客群，建设“气候康养旅居基地”，提供长期康养服务。同时，这里还将进一步布局完善温泉康养、冰雪疗愈等特色业态，让“气候康养”从夏季延伸到四季。

阿尔山市副市长白峰表示，当地在发展文旅产业时严守生态红线，对所有旅游项目严格把关，限定开发规模，采用生态建材，确保项目建设不破坏森林、矿泉等生态资源。同时，当地还积极推广绿色旅游设施，全面推广使用环保建材，最大限度降低旅游活动对环境造成的污染。

“这些举措，让我们的气候康养品牌有底气、有人气，让好生态成为持久的竞争力，让阿尔山持续擦亮‘绿水青山就是金山银山’的金字招牌。”白峰说。

在兴安岭上，从草原音乐节的激昂旋律到稻田民宿的袅袅炊烟，从主题列车的悠扬歌声到牧民直播的火热场景，音乐与山水共鸣，农业与文旅共振，兴安盟正以创新为笔、以融合为墨，在北疆大地上书写着产业兴旺、百姓富足、文化繁荣的时代答卷，向着文旅高质量发展的新蓝海奋勇前行。

（转自《新华每日电讯》）



7月5日，游客在内蒙古阿尔山国家森林公园游玩。 新华每日电讯记者贝赫摄

◀4月19日，学生在科尔沁右翼前旗番茄公社参加研学活动。 （兴安盟融媒体中心供图）

▶7月4日，游客在科尔沁右翼前旗乌兰毛都草原上的草原宿集游玩。 新华每日电讯记者贝赫摄

◀7月4日，游客在阿尔山市游玩。

▶7月4日，牧民春喜在科尔沁右翼前旗拍摄短视频。 新华每日电讯记者贝赫摄

◀7月5日拍摄的阿尔山市夏日风光。

▶7月5日在阿尔山市白狼鹿园拍摄的梅花鹿。 新华每日电讯记者贝赫摄

发行：辽源日报发行总站 印刷：长春市长报印刷有限公司 地址：长春市仙台大街1851号 新闻热线：6662211 日报部电话：6662166 广告部电话：3226506 发行部电话：3229788 广告发布登记号：2204001030680 零售价：每份2.00元