

西湖：守正创新 保护第一 把西湖的世界遗产价值传承好



为进一步做深做透“山明水秀”的文章，对“水下森林”进一步扩繁和复壮，西湖风景区加强水草的品种研究，提升水草的自我繁殖能力；进一步优化西湖的鱼类种群。同时，做好山林的文章，利用华东种质资源库的优势，加强西湖群山的彩化和生物多样性保护，让市民游客有更多的获得感和幸福感。

下一步，西湖景区将一如既往地认真做好保护、管理、研究、利用、民生“五篇文章”，更好惠及广大市民游客，为浙江“两个先行”作出景区贡献。

文化为核 深入挖掘西湖历史文化内涵

来到杭州，“打卡”西湖是必选项。一湖千年，西湖文化景观，以千年文化为内核，多的是讲不完的故事。

西湖风景区一直以来坚持“守正创新”，把保护放在第一位，传承好西湖的世界遗产价值，重点聚焦精神富有、文化共富，打好遗产、宋韵、爱情、展示“四张牌”。

第一张“遗产牌”：近几年，西湖风景区持续对保俶塔、岳王庙、于谦祠等一大批重点文物进行保护，牵头成立长三角世界遗产保护联盟，与国内敦煌、北京、国外意大利维罗纳古城、法国阿维尼翁断桥等世界遗产地之间开展交流。当前，正在实施神尼塔、烟霞洞等考古，利

“从1982年‘千岛湖1号’第一艘58个客位的游船开出……一个瞬间书写，一次次尝试创新，一点一点画布添彩，千岛湖旅游40年，初心砥砺，守正创新，勇毅前行。一张蓝图绘到底，从首创尝试到全面提升，从观光游览到休闲度假，从‘旅游强县’到‘全域旅游’，千岛湖旅游凝结着淳安社会各界的心血与努力，也铸就了千岛湖全域开花的图景。”淳安县政府相关负责人说。

千岛湖早已经不仅仅是一个湖。在坚持“共抓大保护、不搞大开发”的大背景下，千岛湖旅游业在体制机制、发展战略、发展理念中不断创新，以聚力融合发展、模式创新和品牌培育，加快构建高质量经典旅游项目、高品质精彩旅游体验、高水平融合旅游经济相得益彰的发展格局，力争创成国家全域旅游示范区，使旅游业成为淳安乡村振兴的重要载体。

2022年，淳安县政府与中国旅游研究院共同调研起草《淳安县旅游产业的贡献度深层分析研究》，在全国开创性地构建国内生产总值、生态系统生产总值、国民幸福指数为核心的指标体系，探索实现“产业富裕、精神富有”的生动实践之路。

创新引领 塑造富民产业体系

新时代的旅游发展，跟文化结合才有创意、有深度，而跟科技结合，产品迭代更新才会更及时，与产业融合才能规模化、纵深发展。千岛湖旅游一直在改革探索中前进，自2011年启动实施全县景区化、全域旅游战略以来，淳安以“湖”为核心向岸上、乡村全

1982年，我国正式开启了风景名胜名区建设发展的序幕。同年，雁荡山风景名胜名区被国务院首批命名为国家级风景名胜名区。

历经40年斗转星移，依托得天独厚的自然资源和文优势，如今的雁荡山风景名胜名区发生了翻天覆地的变化，一代又一代旅游人坚持风景名胜名区“科学规划，统一管理，严格保护，永续利用”的原则，在雁荡山这片山水间同心戮力、开拓进取，取得了一项又一项喜人的成绩，书写了保护、规划、管理、建设和发展的崭新篇章。

雁荡山相继荣获国家级“卫生山、安全山、文明山”“国家文明风景名胜名区”“国家AAAAA级旅游景区”“全国文明风景旅游区示范点”“世界地质公园”等称号，已然发展成为引领温州旅游产业的排头兵，成为温州全域旅游大图景里的一颗璀璨明珠。

焕新力：持续创新 加速重塑旅游新空间

雁荡山风景名胜名区，不只有奇山秀水的自然造物。依托生态优势和地理空间，雁荡山管委会充分发挥区域景观联动性，整合全域旅游资源，开发打造出一个个串珠成链的子项目，多层次、多业态丰富提升了雁荡山景区的旅游体验，开启了“景区+”新模式的创新探索。

项目建设是推动景区转型发展，产业升级的强大引擎。雁荡山管委会以雁荡山文化旅游度假建设为契机，加大招商引资力度，积极对接头部文旅企业，目前已引进西安曲江文旅、荆山文旅等头部企业，



西湖风景名胜名区 周免英 摄

用三维扫描等新技术进行文物的数字化保护和阐释世界遗产的时代价值和内涵。

第二张“宋韵牌”：西湖风景区启动南宋皇城遗址核心区区块的考古勘探，并对“后花园”的圣果寺遗址进行保护提升，对苏东坡纪念馆、钱王祠等也进行了提升；集中梳理飞来峰石窟等宋韵文化的摩崖石刻，推出中秋拜月、八卦田皇家籍田礼祭等宋韵主题活动。同时，在西湖周边打造浓郁的

宋韵氛围，下一步还将打造宋韵文化展示中心。

第三张“爱情牌”：西湖风景区牵头与意大利维罗纳开展文化交流和“中意”爱情文化周活动，推动打造世界爱情文化公园，目前已完成“爱情诗路”区域提升、长桥公园和万松书院相亲广场提升改造，还有杭师大玉皇山校区及长桥溪提升改造项目正在有序推进中。西湖爱情文化正逐步成为杭州文化输出和对外文化交流的重要阵地。

第四张“展示牌”：这几年，西湖风景区建设了杭州铁路知青纪念馆、杭州文史馆，全面提升了中国茶叶博物馆等博物馆，每年推出不少于30个精品展览，今年还推出了宋六陵考古成果、“宋韵千年”等主题展览。西湖博物馆总馆和中国茶叶博物馆升格为国家一级博物馆。此外，景区还以当代人的新视角讲好历史故事，比如刚推出的《飞来峰故事·我来说》等，进一步丰富市民游客的精神生活。

四十年匠心绘千岛

徐子胭



淳安界首金山坪小镇（图片由淳安县文化和广电旅游体育局提供）

域拓展，从一湖观光发展为湖区观光、城区休闲、乡村度假“三位一体”的全域旅游格局。

制度上，从景点革命到湖区“统一接待、统一结算、统一调度、统一船价、统一标准、统一考核”六统一管理、股份制改革、联合审批、旅游高风险项目监管，持续在产业政策和营销政策上加强引导。

业态上，实施“8+1”景点改造、未来景区改革，推出千岛湖100种玩法、“月光之恋”夜游等，变“白天游”为“白天夜晚皆可游”，同时体育、文化、餐饮等与旅游融合的产品不断推陈出新，健康养生、运动制造等业态方兴未艾。

项目上，建立县领导联系旅游重大项目制度，结合千岛湖论坛、淳商大会，支持鼓励龙头企业、淳商返乡创业，搭建一对一的公共服务平台。

产业上，千岛湖以杭州亚运会为契机，借助环千岛湖自行车赛、千岛湖马拉松等大型精品赛事，着力打造“春毅行、夏游泳、秋骑行、冬跑马”的赛事经济。每年举办马拉松、自行车、铁人三项等大型运动赛事20余场，吸引赛事爱好者10万人次以上，实现赛事旅游收入1亿元以上，形成“一日比赛、多日停留，一人参赛、多人旅游”的赛事经济模式，辐射带动全域发展。

在创新引领下，千岛湖通过大力推动旅游与文化、体育、农业、工业、商贸等相关产业融合发展，以旅游业为龙头的富民产业体系加速形成。2022年，淳安旅游产业增加值占地区生产总值比重达12.81%，在全省山区26县以及杭州市均位列第一。

抱团发展 推动片区共富模式

全域旅游发展的最终目标就是要让更多的人有幸福感、获得感。在全域旅游发展过程中，既鼓励本地居民

生态治理 共享人与自然和谐共生的保护成果

西湖是杭州的“根”和“魂”，如何保护好这颗珍贵的明珠，让西湖的保护利用成果更好地融入人们的生活，杭州下足了功夫。

近年来，西湖西溪景区立足优势平台和专业力量，开展了六大类生物多样性系统调查，累计开展调查225次，共调查西湖景区陆生高等植物1223种、陆生脊椎动物238种、水生生物250种、大型真菌77种、昆虫1353种，西溪湿地陆生高等植物770种、陆生脊椎动物161种、大型真菌41种、昆虫1044种，为生物多样性的保护和研究提供科学依据。依托杭州植物园等科研平台，持续进行珍稀濒危动、植物引种、科研和繁殖工作，先后引种40多种珍稀濒危植物，繁育了各类珍稀濒危植物近6000株。

在西溪湿地，成功开展了朱鹮等珍稀濒危动物保护回归试验，带动全省珍稀濒危鸟类野外种群重建。目前，已收集保存的珍稀濒危植物达到了186种。

来到茅家埠，清晰见底的湖水中，苦草、狐尾藻、黑藻、金鱼藻和范草等繁茂成片、欣荣摇曳，小鱼儿穿游，一派生机勃勃的景象。这就是大名鼎鼎的西湖“水下森林”。景区运用工程化手段，将各种动、植物和微生物优化组合，通过创造适宜的条件，让它们在大自然的

规律下演化，恢复健康天然的生态系统，这就是西湖生态修复的“秘诀”。

目前，西湖“水下森林”面积超过了三十万平方米。2022年，在茅家埠、长桥等湖域扩繁了苦草等沉水植物近一万平方米，西湖的“水下森林”越来越繁茂。

西湖“水下森林”不仅能固定住湖底的淤泥，还能吸收湖水中的富营养物质，提高水体溶解氧和透明度，给水中生长的各种生物提供栖息场所。目前西湖水质达到Ⅲ类，水体平均透明度从约40厘米提高到当前的85厘米，在小南湖等区域甚至达到200厘米。

下一步，该景区将对照更高的标准和最新的要求，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展，持续打造好“水下森林”，做好周边污染管控，在绿色低碳出行上做足文章，保持西湖水质稳定性，打造全国城市类湖泊治理的标杆；加强生物多样性保护的研究及运用，营造环境优美、生态稳定的栖息地，让市民游客身处西湖，在不同季节都能感受到别样的生态之美，有一种诗意栖居的幸福感。

更重要的是，传承西湖“天人合一”理念，做好文化自信的深度传播，使西湖成为提升百姓素养的平台。同时，景区将进一步丰富共建共享平台，让更多市民游客全过程参与西湖的保护与高质量发展，让西湖这颗“人间明珠”始终光彩夺目，普世共享。

（杭州西湖风景名胜名区管委会党委书记、主任 翁文杰）

到农业基地、休闲园区、乡村景区、民宿等涉旅企业就业，又鼓励农民在自家农地为涉旅企业提供农产品配套服务、开展电商销售，还鼓励农民将土地和闲置房屋承租给专业人士打造精品民宿、主题酒店和休闲园区，并通过强化培训，让农民变成乡村导游，形成本地居民参与旅游致富新模式。

比如，下姜村携手周边20余个行政村组建大下姜联合体，创新乡村经济发展模式，加强区域内资源、品牌、产品、市场、人才等整合，实现旅游经济的抱团发展，以旅游产业发展助力区域一体化发展。2021年，大下姜村接待游客160.15万人次、住宿游客8.03万人次，实现旅游收入1.21亿元，分别同比增长3.8%、5.9%和70.8%，成效显著。

今年7月，“中共淳安县淳西南联合委员会”揭牌运行，以实体化专班全面推动淳安西南片区旅游特色产业联动发展。联合体实体化专班运行后，从旅游、文化、体育全方位深层次构建融合发展新格局，打造具有“淳西南”特色的高质量发展新模式，旅游产业已成为助力推动全县共同富裕的重要支撑力量。

近日，省文旅厅、省交通厅联合发布浙江省文旅融合发展试点名单，淳安县名列其中。文旅融合发展试点工作，是浙江省贯彻落实《浙江省交通运输与旅游融合高质量发展规划》，推动交通强省和现代化旅游经济强省建设，加快打造交通与旅游融合发展标志性成果的一项具体抓手工程。

自发展旅游以来，淳安就把交通作为旅游的生命线来抓，结合自身优势，积极探索文旅融合新路径，不断释放“交通+旅游”叠加能量，成功入选浙江省交通与旅游融合发展首批试点县，走出了一条以交促旅的特色之路。良好的基础设施、优越的地理位置、丰富的旅游产品为文旅融合发展提供了良好的基础条件和潜在优势，以交促旅初见成效。

例如，通过亚运赛道的提升改造，整合一些旅游产品和旅游线路，促进“交通+旅游+文化”融合发展，精心挖掘整合革命老区、历史文化名镇(村)、传统古村落、红色资源点等遗址和档案，规划建设若干条有历史底蕴、有红色基因、有游览场景的红色文化旅游产品和旅游线路，推出《红色淳安作品集》等精品文化产品。

成为全省文旅融合试点县后，淳安县将做深做透文旅融合文章，创新“旅游+交通”模式，实现“一路节五园”（节：全国领先的开放式服务区；五园：果园、菜园、茶园、田园、产业园），探索发展“共享经济”“片区经济”“营地经济”，拉动百姓就业，促进乡村振兴，努力实现从“风景路”到“共富路”转变。

文旅融合 看好风景走致富路

近日，省文旅厅、省交通厅联合发布浙江省文旅融合发展试点名单，淳安县名列其中。

雁荡山：人间胜景无数 只此山水奇秀

注入源头活水，有效带动雁荡山北部旅游经济实现新发展。

雁荡山还与浙江荆山文旅集团达成合作，5年内计划总投资72亿元，建设内容包括雁荡山大堂度假社区、双溪书院艺术村、南垟露营地、北阁文化古村、南阁水森林、龙西三岩、石斛大街、飞泉寺景区等8个子项目。

整合雁荡山全域资源、增加功能区块，是实现雁荡山大景区建设的必由之路。目前，雁荡山管委会以雁荡山景区为核心，拉开了“一核两区双翼”的战略规划，通过不同区域的功能开发，推动旅游与各产业项目的深度融合，以更好地满足大雁荡旅游目的地的“吃、住、行、游、购、娱、商、养、学、闲、情、奇”等不同特色产品布局，辐射带动周边功能区乡镇迈向景镇融合，推进乡村振兴。

与此同时，雁荡山管委会以曲江文旅“四个一”项目为主体，进一步推动雁荡山旅游业态新提升。该项目计划投资20亿元，内容包括加速推进一个景区、一个酒店群、一台演艺秀、一批业态提升，从文旅、演艺、影视等多维度继续深入挖掘雁荡文化，有力促进雁荡山景区管理、品牌建设、旅游业态的不断提升。

除了在旅游产品上持续创新迭代外，雁荡山风景名胜名区也在加速数字化转型步伐，以数字化改革为总抓手，通过“一个平台管雁荡”“一个屏幕看雁荡”“一部手机游雁荡”进行多维布局、场景植入，推进



奇秀雁荡山 万影田 摄

数字化改革向景区延伸。目前，核心景区内全面覆盖移动5G网络，成为全国首个“5A+5G”智慧景区。

运营力：品牌赋能 跨界融合打造新优势

“游客为什么一定要来？景区核心卖点在哪里？景区的定位与具体策划是否

匹配？”……怀揣这些问题，雁荡山风景名胜名区以人为尺度，深度思考消费者和市场需求，以精准化运营为钥匙，为旅游景区的可持续发展赋能加码。

主动适应客源市场分众化、差异化拓展趋势，雁荡山管委会紧紧围绕“文化旅游深度融合”的总体思路，以雁荡山文化为根脉，深入挖掘文化个性，借助新的表达形式和渠道平台，全

力实施品牌营销、IP营销、事件营销，不断加大对外宣传推介力度，努力打造雁荡山旅游品牌，提升雁荡山景区的知名度和影响力，实现从“流量”到“留量”的转化。

在旅游景区同质化极为严重的困境下，景区更是要深入挖掘自身文化特色，将雁荡山文化梳理出来、传播出去，实现再创造，借助更新的营销手段，以创意赋

能更新景区相关的活动内容和企划项目，不断吸引新的消费人群，实现精准营销、精准对接。

文化植入是灵魂，媒介传播是手段。雁荡山管委会联合央视CCTV-10拍摄并播放《跟着书本去旅行》“雁荡寻奇”系列地质科普节目；与央视《诗画中国》栏目组合作，拍摄《雁荡山图》《锵锵行天下》等宣传片，展示雁荡山风光；联合凤凰网制作以雁荡山诗词为主题的第三季《浙江诗词大会》，多角度全面地展示雁荡山的文旅资源；依托书画美术平台，“雁荡的山”美术研究作品展在杭州最葵园艺术中心开幕，以美术的力量呈现雁荡山水精神……聚焦独有的文化积淀，利用好名人故里、历史典故、山水文章，雁荡山一次次惊艳亮相，实现文旅活动从景观消费到情感体验、从景区观光到文化熏陶的跃升。

如果说文化是景区的灵魂，品牌IP是传播景区文化的载体，那渠道就代表着景区营销的整体发力方向。2016年至今，雁荡山管委会相继开通了微博、微信公众号、抖音等宣传账号，实现景区新闻资讯和活动信息的精准发布，进一步拓展新媒体营销，提高自我发声的“音量”。随着乐清雁荡山马拉松、雁荡山水上嘉年华系列活动等诸多雁荡山主题品牌赛事的举办，越来越多的人来到了这里，纵情山水，趣味游玩，让这里的奇山秀水更显“金”价。

（温州市雁荡山风景旅游管理委员会党委委员、副主任 黄升良）