

安吉绿水青山悦心处，文旅融合“绣”春风

陈潇奕 王静 王思艺

在中国式现代化进程中
绣出文旅融合新篇章



余村

于精微处，致广大。自2021年入选全省旅游业“微改造、精提升”试点以来，安吉聚焦旅游业高质量发展，按照“引领品质生活、引领全域美丽、引领旅游消费、引领文旅融合”的原则，坚持“山水共治、上下联动、点面结合、软硬并施、内外兼修、主客共享”，积极探索旅游业助力乡村振兴的创新路径。

在“微改精提”这一“绣花针”的飞针走线之下，安吉持续加重微改造政策支持“砝码”，加快示范点提质增色，通过“微链接”构建全域共进大格局，发展溪龙梅溪浙北秘境示范带、浪漫山川山地休闲示范带等5条精品示范带；以“微创意”推动旅游产业链大提升，加大新元素与旅游产业融合，打造更多时尚旅游新场景；以“微开发”撬动乡村经济效益，有效实现荒地变公园、旧房变乡宿、农民变股东，巧用“绣花”功夫织密织细“金山银山”锦绣新图景。

从“吸睛”到“吸金” ——精耕延展旅游全产业链

“我在安吉很想你”“我们如此热爱安吉”“想你的风吹到了安吉”……漫游安吉山川乡野，老街路转角、网红咖啡店门口或是民宿庭院边，我们总能不经意间看到诸如此类的蓝底白字路标，这些小而美的精致打卡点装置，点亮了一个个微空间，传达出这座城市的热情与暖意。

做好“微改精提”的后半篇文章，关键在于提升“微改精提”的含金量，延展旅游全产业链，以旅游业全流程视角，于精微处提升游客的获得感。为此，安吉以微创意做叠加，加大艺术、科技、体育、工业等新元素与旅游产业融合，跨界融合中打造更多时尚旅游新场景，更好地承载旅游新消费，有效实现从“吸睛”到“吸金”的跃迁变化。

夜幕下，走进剑山村蔓塘里自然村，伴随着空灵梦幻的音乐，数万盏灯光随地形山势闪耀变幻，描绘出一幅“亦诗亦画”的灯光水墨画，将游客带入一个如梦如幻的世界。自引进“大地之光”项目后，这个小山村点亮乡村艺术夜经济，将蔓塘里乡村独特的人文、地貌、景观呈现给游客。游客到，则景区闹，在灯光项目的带动下，全村建起了民宿群、餐饮店、小吃街，土特产实现线上线下销售，美丽经济发展迅猛。

“大地之光”项目利用原有的乡村空间，通过灯光造景等微改造，注入新的旅游业态，同时还激发了村民致富的内生动力。”灵峰街道相关负责人说，艺术在乡村演绎，艺术融入乡村，艺术经济的交融在蔓塘里变成了现实。

不难发现，在微改妙笔下，安吉曾经的清丽山水越发衍生出新的生态价值，而以此为基础延展出的旅游新业态、新形态，更是催生出了新的文旅消费场景，拓宽了文旅促共富的新路径。

无独有偶，安吉还刮起了一股露营微度假风，野外露营正成为时尚的旅游新体验和生活新方式。安吉全面实施“百村万帐计划”，引领露营产业化、规范化发展，以微改造驱动露营微度假模式，为“微改精提”注入更多活力，露营的“微介入”也为乡村旅游带来更多活力，奏响“一顶帐篷富了一个村”的致富进行曲。



深蓝计划



宅门咖啡



鄞吴古建

从“入眼”到“入心” ——文化赋能促内涵式跃迁

置身安吉，目之所及皆是风景。在文旅融合高质量发展的时代背景下，安吉旅游已经从最初的“卖资源”“卖服务”阶段升级进阶到“卖文化”“卖生活”“卖体验”层面，让旅游成为一个地方文化展示的窗口。

在激发微创意的过程中，安吉着重以文化为解法，支撑起微改造的思路框架，不断汲取创意源泉，以文化为牵引加速文旅空间重塑、功能叠加，挖掘更多文旅融合新载体，让文旅体验空间更鲜活、更生动，也更具备辨识度和竞争力。

据悉，安吉已出台产业政策，对单独的文旅空间、非遗手工体验坊都有相应奖励，同时还大力招引、鼓励更多的乡旅人才“牵手”民宿，挖掘文化内涵，开发文创产品，共同推动民宿产业向稳向好发展。

譬如，孝丰晓筑民宿自制“品品安安、尝尝酒酒”伴手礼，

将自家茶园的安吉白茶茶礼和自酿的梅子酒进行组合，吸人眼球；读一间民宿“藏”在群山隐匿的深溪林中，超大落地窗外是一片广袤竹林，民宿业主童磊俊受其灵感启发，开发了“湖笔”文创产品；还有那杭垓竹宿民宿的高级时尚竹面女包，鄞吴不须归民宿的竹扇等，都凝聚着民宿主人独特的创意。“民宿+文化”，小小的叠加，让民宿这一空间载体更显隽永，也更能凸显民宿主人独有的气质与魅力。

与此同时，微改造之后的空间在汲取了当地文化之后，更能增强游客的体验感、参与感、代入感。在鄞吴镇归仁里老街内，有一处藤萝老屋焕新重生，别有洞天，老宅门头上尽显岁月痕迹，缀满了风车茉莉经年累月厚厚的藤蔓，如今正吐着新芽。穿过走廊，豁然开朗，一个有着上海调调的威士忌酒廊——鄞吴·拾月映入眼帘，新与

旧在这里交融、碰撞。沿街漫步，两侧的手制扇馆、里仁书屋、幸福邻里中心、乡贤馆、老茶馆等依次排列，游客既可观摩制扇工艺，也可动手创作书画，还可以休憩品茗，翻书了解古鄞历史……氤氲着浓郁文化味的归仁里老街，仿佛让时空静止，让每一个来到这里的人都能在俯仰间获得滋养，内心充盈。

正如鄞吴镇相关负责人介绍：“我们的旅游业‘微改造、精提升’工作始终坚持融入文化因子，让各式各样的业态都成为文化输出的渠道之一，让‘微改精提’留有余味。”

不仅如此，安吉还以文旅节庆活动为载体，小切口融入小创意，借助当地特色文化，进行场景布置、氛围营造，让来往游客在这里感受到自然风物之外的活动气氛，沉浸式体验一个个文旅新空间。



鄞吴·拾月

从“流量”到“留量” ——运营力驱动文旅生命力

高质量的文旅资源和优质服务才是比拼“留量”的制胜法宝。如何把流量变为“留量”，既引得来，又留得住，让更多“回头客”成为“回头客”，这才是真正的考验。

在草长莺飞的季节，安吉山禾稻农场推出“春季团建一日营”方案，里

面包含了跟着园长走、咖啡拉花体验、飞盘体验、创意糖葫芦、自制无患子有机皂、窑烤体验、长桌野宴、营地自助烧烤、年轮自然绘等一系列好玩有趣的活动。“应时而作”的主题活动，让平平无奇的田园有了更多新鲜的玩法，通过研学课程打造、时物手工体验等方式，让农场“四季常青”，永葆新鲜感和成长性，以此迎来了一波波的回头客。

“没有‘强运营’就无法让农文旅产品拥有持久的生命力，我们之所以策划推出多种主题活动，就是想让游客与这片农场可以产生更为亲密的关系，譬如制作无患子有机皂，邀请游客去春天的田野河边亲手采收无患子果实，再熬煮成汁、与皂基融合、静待凝固……每一个环节都是一种新鲜的体验，都是一场奔赴田野的仪式感之旅。”山禾稻运营总监韩植芸说：“我们就是想通过运营实现‘有限的空间、无限的可能’。”

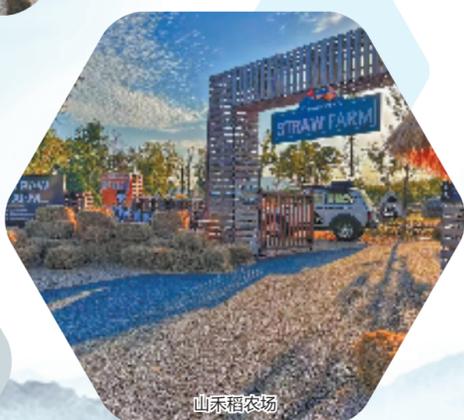
再有安吉古城考古遗址公园，由第三方公司市场化运作、经营，推出系

列考古主题旅游产品，打造文博旅游IP，打造“博物馆旅游”的热门目的地，提供了充足的客源保障，大力带动当地旅游经济。

“蹭着研学旅游的热度，我们整合起春秋游、劳动课、实践课，精心策划运营，实现研中有学、游中带学、寓教于乐的课程设计，打造孩子喜爱的‘第二课堂’，成为文旅消费市场的新增长点。”安吉古城遗址博物馆相关负责人说。

有着“安吉小冰岛”之称的深蓝计划，则是以当地山水库独有的风景打造出的一个多场景的网红拍照打卡点，并多点位放置户外露营桌椅，慕名而来的游客购买门票即可享受一杯咖啡和无边风景。凭售票根，游客第二次来还可以直接进场且咖啡半价。也正是“美景+福利”的双重优势叠加，让深蓝计划成为了一个“来了还想再来”的地方，即便是工作日也流量惊人。

一个个强运营的手法，让安吉文旅在后疫情时代持续升温回暖，不断激活消费复苏新动能。



山禾稻农场