

云和：奏响和美乡村新乐章

周素羽 李俊新

浙西南莽莽群山中，丽水市云和梯田被雨雾笼罩着，若隐若现，宛如仙境。

作为华东地区最大的梯田群，云和梯田始建于唐初，延续至今已有1000多年历史。这里，跨越高山、丘陵、谷地三个地质景观带，拥有梯田、云海、山村、竹海、溪流、瀑布、雾凇等自然景观，被誉为“中国农耕文明的立体史册”“大地色彩的诗歌”。

今年2月6日，云和梯田景区入选国家5A级旅游景区，打破全国梯田类型的国家5A级旅游景区的“零”记录。这背后，云和梯田的底气何在？

绘一幅梯田美景

如果说得天独厚的自然资源和绵延不绝的历史文化让云和梯田拿下“4A”，那么“5A”的创建便是云和“七年磨一剑”的不懈努力。

早在2017年，云和首次提出将梯田景区创建为5A级景区的目标，全年一般公共预算收入仅5.18亿元的云和，却毅然投资5亿元改造提升梯田大道风貌整治。2018年，云和牵手杭州商旅集团，签订总投资13.5亿元的全面合作开发协议，不仅突破开发瓶颈，更创下了“同年签约、同年落地、同年建设”的“梯田5A速度”。至此，云和县梯田管理发展中心（筹）挂牌成立，全县资金、人员第一时间、第一顺位向

项目倾斜。“举全县之力创建梯田5A级景区，绝不是一句空话。”云和县文广旅体局主要负责人说。

云和用“不破楼兰终不还”的决心，创下了一组数据：15天，复兴路及后交线沿线提升工程15个子项目全面落实；45天，完成后交线沿线风貌提升项目（一期）；3个月，崇头镇10余年历史遗留问题得以破解；6个月，“脏乱差”的重河村整治成为通景路上的一道风景线；1年，九曲云环游客中心、日出云海观景平台提升、归野营火营地、共富工坊等重点项目全面完工，智慧景区、停车系统、导览体系、慢行系统、保洁保安体系等重点事项全面提升……

2020年，云和梯田景区通过国家5A级旅游景区景观质量评审，顺利拿下5A创建“入场券”；2022年，云和梯



云和梯田 刘丽莉摄

田作为“中国山水工程”典型案例亮相联合国COP15大会；2023年，云和梯田景区旅游收入突破2亿元，同比增长近两倍。

只要功夫深，铁杵磨成针。如今，步入“5A”的梯田景区满足了游客从“看景”到“入景”的沉浸式体验、多元化服务，逐步成为云和文旅产业与乡村致富事业的坚实倚仗。

富一方百姓

云和梯田之美，不仅在得天独厚的自然资源，更在蕴藏着天人合一的人类创造和绵延不绝的历史文化中。放眼云和梯田，田埂棱角分明，梯级层次清晰，如同一部中国农耕文明的立体史册。

6月5日，随着一声嘹亮的开山号子响起，云和梯田迎来创建国家5A级旅游景区后的首个开犁盛会，为八方游客带来了一场沉浸式文旅体验。

芒种开犁节，习俗由来已久，至今已有800多年历史。每年芒种时节，云和梅源一带头戴斗笠、身披蓑衣的农人在梯田里扶犁赶牛、耕田播种，以

传统的方式拉开夏种的序幕。

人与自然和谐共处的动人诗篇，让云和梯田跳出了“山窝窝”，吸引了四面八方的游客。数据统计，至6月，云和梯田景区累计接待游客64.8万人次，同比增长22.1%；实现旅游综合收入2.1亿元，同比增长29.7%。

日常运营之外，云和梯田持续践行“市场化运作、品牌化打造”理念，启动春季踏青万人游活动、梯田毅行赛等“旅游+”活动10余场，依托文化生态资源筹办非遗四季季、大环山山地马拉松挑战赛等全年节庆活动与赛事20余场，实现“月月有活动、季季有特色”。

云和梯田的蝶变，也让越来越多的年轻群体看到了奔头，他们走进云和梯田，施展才能，牛栏咖啡、猪舍茶室、灰寮酒吧，各种“脑洞大开”的新空间在云和梯田接连出现，古老的梯田在“新血液”的浇灌下历久弥新。

截至目前，云和梯田景区已建成了农家乐民宿集聚带，拥有床位2620张，餐饮服务企业130余家，直接带动就业5000余人，景区村民房租水平平均为县城的3倍，周边农民人均可支配收

入年均保持15%以上的增长，突破3万元。

美一座城市

从曾经籍籍无名的深山景点，到如今成了5A级景区的“网红”地标，云和梯田在保护、可持续发展中，当了一次“优等生”。

如何开启后“5A”时代，云和永不止步。

今年3月，1800余条“特殊”的短信从云和梯田景区发往全国各地，而收信人，正是此前游览完云和梯田景区，并对景区提出意见建议的“找茬者”。

“为全面提升景区环境和服务质量，加快景区发展步伐，去年7月，我们发起云和梯田邀您来找‘茬’活动，诚邀社会各界人士对梯田景区现场‘找茬’‘挑刺’。”云和县文广旅体局相关负责人说。

在“云和文旅”公众号看到“找茬”活动后，云和人胡先生特地去这个家门口的梯田景区逛了一趟，“我注意到九曲云环护栏的麻绳有些许破损。看

起来问题不大，但日复一日总是存在安全隐患。”抱着试试看的态度，胡先生将揪出来的“茬”留在了“云和文旅”建议栏上。

意外收到景区发来的致谢短信后，胡先生再次来到梯田景区，“那根麻绳已经换上新的了。”胡先生感受至深，“政府能虚心采纳，让景区变得更好，我们对项目建设也越来越有信心。”

如今的梯田，景区提质工程建设如火如荼，设施“硬件”和服务“软件”逐步提升。云和梯田景区管委会相关负责人表示，“多亏了这些‘找茬者’，景区软硬件设施优化提升才能更精准，现在景区的生态环境越来越好，我们对项目建设也越来越有信心。”

“接下来，我们将加快山地轨道车建设，打造星空露营、梯田滑雪等新爆点，推动全域旅游建设，文旅深度融合进一步走深走实，努力在景区转型升级、文化实践、双招双引上实现新突破。”云和县文化和广电旅游体育局相关负责人说道。

（图片由云和县文广旅体局提供）



云和梯田毅行活动

浙江“县域游”持续走红 文旅深度融合释放发展新动能

郭海峰 孔也 邵文敏

日前，“2024年全国县域旅游综合实力百强县”名单发布，其中，浙江占35席，总量居全国第一。浙江的县域旅游为什么强，“列队”并进的底气在哪儿？

2004年，省委、省政府明确提出建设旅游经济强省的目标。此后，浙江启动“十百千”工程，创建10个旅游经济强县、重点培育100个旅游强镇和1000个特色旅游村。2021年，浙江作为文旅促进共同富裕的全国唯一试点省，在推动县域旅游发展上加速发力，不仅创新实施万村景区化工程，还通过文旅深度融合工程将25个县（市、区）列入省文旅产业融合试验区，并着眼区域协调发展推进26个山区县旅游高质量发展。

站上C位 县域渐成文旅流量“主力军”

今年“五一”“端午”假期，不少人“逃离”人潮涌动的大城市、著名景区，深入浙江版图上的“毛细血管”。

更小众的旅行目的地，更独特的住宿体验，更有趣的旅行方式……如今，到县里去，不再是退而求其次的选择，那里具备了度假的天然条件：在一个可以“放轻松”的地方，既能体会现代生活方式的便利，又能享受得天独厚的自然环境。

去年，舟山市普陀区旅游人次首次



温岭石塘半岛 温岭市文化和广电旅游体育局供图

突破1000万。近年来，普陀区培育一批具有独特视觉体验的最美民宿、网红打卡地，打造一批如“梅岑福集”“彩虹街”等现代“潮”街和文创线上众创空间；开设“海岛环飞”俯瞰东极岛等文旅项目；举办国际海岛旅游大会、千人斋等大型节庆活动，不仅扩大了普陀山海洋文化的国际影响力，也让文化变得亲近，让旅游有了灵魂。

一些热门县域文旅目的地着力开发新区域、新模式，提升游览体验。

台州市温岭石塘半岛依托得天独

厚的自然和山海民俗人文资源优势，创新发展“民宿+”产业，依托民宿打造户外婚庆、文化艺术、会务会展等融合业态，丰富游客游玩体验。如今，石塘不仅是一个承载着厚重历史记忆的古镇，更是一个充满蓬勃生机的地方。它展示了传统文化与现代发展的精妙融合，也为其他传统村落的保护和发展提供宝贵的经验。未来，石塘将继续书写属于它的精彩篇章，成为更多人向往的心灵栖息地。

同为台州市沿海小城的玉环市，依

托“台州1号公路”，开发七珠环玉文旅项目，打造漩门湾旅游度假区、海岛生态旅游区等多个文旅产品，将沿途旅游资源串珠成链，努力打造东海岸最美风景线。眼下，这里已经成了省内自驾游热门目的地，有力推动“交通+文化旅游”深度融合，并带动沿线镇、村联动发展。

“流量密码”的背后 新业态撬动文旅消费新场景

毫无疑问，县域的相继出圈，互联网是关键催化剂。随着智能手机、社交媒体普及尤其是短视频兴起，地方风物穿透了时空限制，美食、美景、趣事等通过镜头在指尖传播，触达每一个角落。

今年4月，温州文成百丈瀑武侠大会在文成县开启。而且它作为常态化活动，成为该县打造“5A+武侠”文旅品牌的核心产品。

近年来，百丈瀑景区探索将“武侠风”作为文旅主题，推动线上短视频播放量、话题热度等均超亿数量级，线下接待游客数、门票收入等大幅增长，年轻游客占比从过去四成增长到七成，初步形成文旅爆款，实现景区出圈。以百丈瀑武侠大会和“5A+武侠”文旅品牌为契机，文成致力推动品牌带来的流量外溢到周边景区和乡镇，同时补齐旅游交通、配套设施等领域短板。

流量背后，驱动市场崛起的真正底

层逻辑还是需求。城市化进程中，消费市场对归属感和稀缺性的空前需求，被投射在文旅市场。

那里，有更小众的旅行目的地。

周末，上海“00后”上班族宋志驱车来到湖州市长兴县，只为暂时逃离人山人海、告别城市喧嚣。白天，远山如黛，诗画江南，山水之美、文化之美在这里交汇。乡村寻幽的人，总是爱浪漫的。入夜，灯火璀璨，街巷通明。太湖龙之梦乐园在夜色中渐渐显露。在这里，你可以感受动物世界、打卡一场浪漫的烟花秀、解锁北国冰雪风光……享受一站式度假乐趣。

那里，有更独特的文旅产品。

角色海选、换装化妆、导演说戏、开机拍摄……

在东阳横店的清明上河图景区，游客闲逛北宋市井之余，还可以参与拍摄《我在横店当群演》，过一把戏瘾。只需1个小时，你就可以在电视剧同款场景里拍摄一部自己出演的古装影视大片。

“我们是从江苏过来的，每个人都有一个角色，体验感很棒！”



台州1号公路玉环段 玉环市文化和广电旅游体育局供图

大学生刘江说，他们几位是大四学生，趁课业不忙的时候相约提前来一场特别的毕业旅行。数量众多、千姿百态的县域，显然更能承接不同客群的需要。它们赋予游客的，正是那份“专属于我”的情绪价值。

那里，有更有趣的旅行方式。

宁波市北仑区既有港通天下的豪迈，也有山海人城的和美。串联整合“港、湾、山、海”等景观资源，北仑形成了“望星空、看日出、吃海鲜、踏沙滩、观大港”的特色滨海旅游线路，邀请四方游客来北仑“春赏花、夏戏水、秋听风、冬观鸟”，推动打造梅山湾沙滩、红桥、花海等网红“打卡地”。

从大城市返回北仑参与文旅项目运营工作的金明明说：“这里可以找到适合不同人群的旅行方式。可以‘特种兵式’打卡，也可以来一场放松身心的休闲之旅。”

县域旅游“火起来”，折射出文旅市场的发展潜力，也为提振县域经济提供了重要契机。主打性价比的县域文旅，一定能在文旅产业的有力支撑下“火下去”，带给游客更多惊喜。

国潮东风起 清河坊焕新正当时

郭海峰 倪可祎

清河坊是中国开放式街巷制的起源地，也是目前杭州城内历史渊源深厚、历史地位突出、具有代表性的一条历史文化名街。开街20余年，热度依旧不减。据统计，2024年端午小长假期间，清河坊历史街区客流达23.07万人次，同比增长90.5%；总计营收额为2344.77万元，同比增长90.36%。

面对新任务、新机遇、新挑战，如何趁势突围破解“千街一面”的发展瓶颈、保持生生不息的活力，成为摆在清河坊历史街区面前的一道“必答题”。

深入实施文化基因激活工程，清河坊围绕宋韵文化、传统文化与市井文化交融相协

的主线，推进文化遗产的转化发展。一方面，坚持“修旧如旧”“以用促保”的理念。通过盘活闲置、优质历史保护建筑资源，全域建设“没有围墙的博物馆”。另一方面，招引老字号回归，焕活传统文化。借助数字化手段，推出剧本游、集章打卡游等项目，打响彰显“市井江南”城市美学的Citywalk品牌。

着眼古今文化交融，清河坊以满足当下人对精神愉悦、感官体验和氛围感的新需求为引领，聚力创设辨识度鲜明的国潮活动IP。2024年上半年，清河坊举办了世界读书日“啡读book”计划、清河坊时尚国潮季等各类文旅活动38场，全面展现街区文化

魅力、新潮活力。

简单的景区打卡并不能延长观光时长，但沉浸式业态可以与文化、科技、旅游深度融合，带来互动体验。因此，清河坊紧扣高频演出场次、灵活表演形式、多元表演场所等方面，创新推出晚风音乐会等一系列小而精、小而美、互动性强的沉浸式国潮演艺118场，进一步升华街区文化氛围。同时，通过优化配套设施、丰富体验内容的方式，营造可游可憩的慢生活空间，摆脱快游快走的旅游“打卡地”标签。

随着文旅消费能级提升、产业突破升级，清河坊内的新业态越来越丰富。现有主

理人品牌30余家，占据街区商户总数的15%。多元包容的主理人集群改变了原有单一低质的个体户业态布局，逐渐成为承载在地商业创意力量的品牌孵化、交流平台。商业模式的改变在增加年轻消费触点的同时也促进了街区格调提升。

未来，清河坊历史街区将坚持贯彻新发展理念，统筹放大历史文化资源优势，探索发挥“商圈联动、产业拉动”的乘数效应，塑造标志、打造爆款、创造流量，以高品质“文旅+”产品升级供给侧、激活需求侧，为历史街区、传统景区提供焕活新思路，助力旅游强国建设。



清河坊“四拐角”“新消费”的市井慢闪活动 上城区文商旅投资控股集团供图