

专版

廊氩“国字号”招牌落地三年，释放了哪些红利？

连日来，泰顺廊桥-氩泉国家级旅游度假区各景点正忙活着筹备“来泰顺过顺年”主题系列活动，以浓烈的年味、火热的盛情，邀你来打卡体验。

如果在三年前，你问起这里最出名的是什么？答案多半是深山、廊桥，或许还有那汪氩泉。

今天，这个问题的答案正在变得丰富而具体。

它可能是“走走泰顺，一切都顺”这样一句朴素的文旅口号，是一首全网传唱的《茶花开了》，是一支火爆春晚的《陡步桥》舞蹈，也可能是旅途中的一瓶顺水山泉、节日里上演的一场药发木偶戏……

三年来，山城泰顺最负盛名的廊桥-氩泉国家级度假区，也是日新月异。廊桥文化园环线提升、氩泉景区节点修缮等30多个项目正如火如荼推进中；纷至沓来的游客，每年超200万人次，带动度假区及周边旅游综合收入达16亿元以上。

廊氩“国字号”招牌落地，这个辐射浙南闽东赣西的度假区，正在进行着静水深流般的生态文旅重塑。



■ 尤建明

引得来，提升承载力

冬日午后，漫步泰顺泗溪镇北涧桥畔，潺潺溪水之上，古桥飞檐翘角尽显古韵，桥上不时传来欢声笑语，不远处的廊桥市集上，非遗手作、本地美食琳琅满目，烟火气十足。

很难想象，几年前这里还处于“留不住游客、带不动消费”的窘境。“2020年时，景区配套短缺，游客平均停留时间不足一小时，周边只有零散小卖部，优质旅游资源陷入‘沉睡’。”廊桥文化园景区管理中心工作人员回忆道。

彼时，这样的遗憾萦绕在每个泗溪人心中：农家乐老板吴昌西守着景区内的好位置，却因游客较少难展拳脚；商户郑金雪的廊桥商店里，香菇、笋干等农产品销量不佳。虽手握世界闻名的廊桥资源，廊桥文化园却遇到打卡旅游困境。

破解困境，融合发力是关键。当地整合分散的廊桥、氩泉等文旅资源，形成握指成拳之势，举全县之力，创建廊桥-氩泉国家级旅游度假区，开启系统性升级——既补基础设施“硬短板”，又激活文化业态“软实力”。

2023年1月，廊氩旅游度假区捧回“国字号”招牌。“捧回国家级称号，并非度假区的终点，恰恰是高质量发展的开始。”泰顺廊氩管委会主任蓝丽娜说，三年来，廊氩国家级旅游度假区并未画地为牢，而是不断提升承载力。

要请客来，先扫榻以待。当地重点着眼三个“量”：盯增量，以“一核三区十点”规划空间布局，引领招商引资；盯存量，滚动推进华东大峡谷等“千项万亿”重点项目；盯质量，全速实施廊氩基础设施配套专项债项目。

如今，走进度假区，廊桥古建民俗展示空间、游客中心、停车场、医疗点、充电桩等景区服务迭代升级。廊桥凤凰谷度假村、金秋休闲中心等项目落地，泰顺古邑、开元森泊、氩水中心加速推进，九曲溪夜景观灯项目建成，亿联开元名都酒店、云岚牧场度假酒店等开门迎客，廊桥市集不断吸引人气。

在廊桥文化园走走，“世界最美廊桥”北涧桥与提线木偶戏、陡步龙舞交相辉映，诉说着积淀已久的人文之美；走进氩泉省级自然保护区，泉眼奇观、峡谷风光令人清目洗肺；来到骑行驿站，一辆辆前来打卡的拉风机车映入眼帘……从分水关注泰顺城关，一步一景，令人心旷神怡。

作为融合“吃、住、行、游、购、娱”等功能的“国字号”度假区，51.6平方公里范围覆盖雅阳、泗溪、柳峰等乡镇24个村，涉及人口超2万，寄托着当地群众文旅发展、共同富裕的梦想。

留得住，释放吸引力

眼下，正值泡温泉时节，不仅是泰顺文旅AI智能体的搜索火热，翻开抖音、小红书等平台，廊桥、氩泉，也成了炙手可热的标签。“寻梦廊桥·养生气泉”主题宣传内容，从线上走到线下，从杭州机场、北京地铁，到长三角地区、浙南闽东附近区域，相关图文视频曝光流量累计破亿。

当“走走泰顺，一切都顺”的文旅口号响彻大江南北，如何让更多游客来到度假区，愿意过夜住宿？如何让广大游客来过之后，还乐于再来，使“回头客”变为“回头客”？

打造新产品，泰顺培育温泉疗养、瑜伽养生等新潮康体疗养，推出热情篝火晚会、氩泉流行音乐之夜等时尚夜

游。亿联开元名都酒店、莲云谷温泉酒店、云岚牧场度假酒店等成为留客新宠。

打造新场景，泰顺建强非遗主题景区廊桥文化园，打造艺术花墙、马鞭草、向日葵花海等场景，持续开展木偶戏展演、“廊桥相见”光影秀等，每年吸引游客超200万人次。

好文旅，会讲故事。好故事，有新表现形式。泰顺携手网易，推出“追光山海”原创音乐计划，把廊桥的浪漫、氩泉的婉约、山水的柔美、回忆的乡愁，融成游客驻足的理由。三年来，木小雅、邹念慈、江上青山等60多名音乐人深入泰顺，行走在廊桥之下、驻足于陡步之上，采集流水声、风声乃至古老的陡步号子，将山水形态与韵律转化为创作源头。由此诞生的系列作品中，以世界最美廊桥“北涧桥”为意象蓝本，由谭维维演唱的《月儿圆月儿弯》便是典范之一。

这些音乐将廊桥的时空韵味和氩泉的温婉清流，转化为文化情感与动人旋律，让“桥”与“泉”不再只是被观赏和触摸的风景，更成为可聆听、可共鸣的文化符号。

如今，三张泰顺定制专辑在全网播放量破亿次。音乐人木小雅在回顾时曾动情地写道：“泰顺于我，早已完成了从他乡到精神故乡的转变。”

哼着歌曲《水草下》《茶花开了》，徜徉在山水间，感受乡间淳朴。廊桥文化园、氩泉景区还联动周边乡镇推出“廊桥+氩泉+古村落”线路，让游客从打卡向休闲慢生活转变。

古老的泰顺桥、氩温泉由此被激活成为天然沉浸场。春采茶、夏舞龙、秋晒青、冬煮雪的场景，弥漫着人文味、烟火气。据文旅部门统计，度假区游客平均停留时间从0.5天延至2.3天。

富得起，转化影响力

巍峨的山林、幽深的峡谷、恬静的田园、古朴的村落……这里是自然风光与人文底蕴交错的柳峰，不仅有日出云涌、牧光山海，还有青年纷至沓来的众创空间NOWhere乌有村。

这样的特色场景，从柳峰尖到塔头底，从北涧桥到徐岙底，从南浦溪到莲云谷……一条连着康养养生、运动休闲、乡野采风、非遗体验、研学实践的产品链，贯穿在廊桥-氩泉国家级旅游度假区的山水间，带火了人气，也带旺了乡村。

泰顺县委相关负责人说，廊氩的系统性升级，不仅拓宽了文旅版图，更搭建起群众家门口的增收平台，也让周边乡镇村居精彩蝶变——当地挖掘打造“泰顺厝”特色建筑，改造提升主要路段和景观节点，共同打造“村在景中、景在村中”的全域富美图景。

值得关注的是，廊氩管委会和项目所在乡镇纷纷当起牵线“红娘”，实现度假区大项目与所在地村居共同成长。其中，仅华东大峡谷项目所在地的雅阳镇8个村，每年就获得村集体“造血”增收11万元；雅阳镇百福岩村等四村联动，投资相关配套项目，每年可增加收入19.2万元。

在景区工作的魅力，也吸引了泰顺青年周俊达。他参与乡村CEO培养计划并返乡创业，将传统停车场改造为融合游客补给、特产直播等服务的顺游驿站。去年，接待游客超6万人，吸引摩友1.5万人次，有效将客流转化为消费增量。

“这几年家乡开了很多咖啡店、民宿、小酒馆，越来越多年轻人选择回乡做乡村运营，把闲置空间、老破房子改造成更有趣味的场景，我觉得很有意思。”周俊达透露，他还谋划打造青年“桃花源”乡村旅社，吸引更多年轻人。

以青春之名，赴山海之约，青年奔“县”也为度假区及其周边不断注入发展活力。青年谢雪盘活徐岙底古村，打造共享社区。海归青年曾秋创新栀子花业态，带动5000多户农户共同富裕。何微微、方致毅、郑志浩等95后青年以浪肆稻田咖啡贩卖风景，两年吸引客流超55万人次，孵化出“ZAFI-DAY I 在发呆”乡村文旅品牌……乡村的消费逻辑也在重塑。

顺风好起势，围绕度假区文化特色与主题，泰顺研发推出系列文创产品，包括顺镜、扩香石、手工蒲扇、龙行大运小暖壶等100多款。其中，廊桥雪糕、龙纹丝巾等符合时下潮流的文创爆款，去年销售超5万件，销售额200多万元。

如今，廊氩焕新，游客来了，停留久了，村民生活也随之“翻盘”：廊桥市集

设立的丰富摊位，让蜂蜜、笋干等农产品成为热销伴手礼；郑金雪的生意旺季日销售额可达2000元，收入增长了好几倍；吴昌西翻新老房升级农家乐，推出本地美食加药膳套餐，旺季时连周边停车都一位难求。

夜幕降临，在泰顺泗溪镇廊桥文化园内，《廊桥相见》北涧桥文旅灯光秀正精彩上演。有着“世界最美廊桥”美誉的北涧桥上，光影以温暖的色调勾勒出古廊桥明晰的轮廓，道路、廊桥、塔楼、古树相互映衬。

一旁的廊桥市集上，特色美食与非遗演艺轮番上阵，忙活的商家与南来北往的游客，带着些许人文味与烟火气，仿佛映照穿着穿越历史的繁华画面。泰顺泗溪镇下桥村党支部书记林若政感慨道：“眼前的廊桥，早已不只是一座桥，更是文旅发展、百姓共富的幸福桥。”



漂流项目



顺游驿站



廊桥市集



追光山海



云岚牧场