

刘锋

著名旅游专家。中国科学院博士,清华大学公共管理学院博士后,全国工商联旅游业商会常务会长,北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司创始人。曾任国务院发展研究中心研究员。

董文渊

西南林业大学二级教授、博士生导师,云南省高原特色农业与文旅产业高质量发展联盟昭通顾问,长期从事笋竹高效培育、产业化、历史文化和生态旅游研究,曾任西南林学院生态旅游系副主任、云南省生态经济学会理事长。

李文勇

昭通古城保护工作指挥部专职副指挥长。长期深耕住房和城乡建设领域,是昭通古城修缮保护、文旅融合发展的核心践行者。

王涛

昭通市航空旅游集团有限公司副总经理,昭通智成旅游有限公司总经理,昭通市旅游行业协会副会长。长期深耕旅游服务,景区运营与项目管理。

郑洪

四川省宜宾飞雁旅行社有限责任公司总经理,宜宾市文化旅游协会旅行社分会执行会长,原宜宾旅游联合会会长。深耕旅游行业30年,中级导游员。

王力力

昭通市文旅推荐官,云南安阁旅游开发有限公司董事长,昭通市乡村工匠、市级创业导师、青年返乡创业联盟秘书长,上海普陀区对口帮扶地区文旅融合发展特聘专家。

欧贤芹

云南省竹编竹雕非遗传承人,现任云南羲之竹文化科技有限公司董事长、总经理;获得文化和旅游部乡村文化和旅游能人、云南省“兴滇英才支持计划”创业人才、昭通市“鲲鹏计划”人选等多项荣誉,深耕非遗传承与乡村振兴。

马亚

昭通市小肉串协会副会长,甘马亚烧烤创始人,“乌蒙工匠”获得者。

朱泽

退役军人,云南威信县人。现任威信猎鹰素质教育培训有限公司董事长,中国体验式教育高级培训师。专注青少年素质教育与红色研学,构建“红色+”三维融合课程体系,并布局全国100家研学基地共生网,致力于将威信革命老区打造为滇东北红色研学新地标。

融合共生

四条精品旅游带的升级之路

4月2日,“磅礴乌蒙·文脉昭通——昭通文旅强市‘大家谈’(文旅篇)”第三场专题访谈在巧家县七里漂浮码头举行。本次访谈邀请专家学者、行业大咖齐聚一堂,围绕昭通4条精品旅游带的升级之路把脉问诊、建言献策。

主持人:刘锋老师,您认为大家为什么爱来昭通避暑?

刘锋:我觉得主要是因为昭通充分把握了自身的三大优势,又做到了三大转变。第一个优势是气候条件得天独厚,昭通是罕见的冬可避寒、夏可避暑的旅游目的地,低纬度、高海拔是最独特的差异化优势,平均气温20℃的夏天对川渝游客具有天然吸引力;第二个优势是资源丰富,“一城一山一址一江”串联起红色、自然、历史、人文四张王牌,每一张都极具竞争力;第三个优势是美食诱人,昭通苹果、天麻、小肉串远近闻名,人间烟火气最抚凡人心,烟火气也是昭通的一大亮点。

昭通正是利用这三大优势实现了三大转变。第一个转变是把“卖凉快”转向“卖生活”。很多地方避暑只靠凉爽天气,而昭通为川渝游客提供的是完整的生活场景:住在洒渔河边,早上摘苹果,傍晚垂钓,夜晚伴着蛙声入睡,体验和感和其他地方完全不同。第二个转变是变游客为家人。我们不是简单招揽游客,而是深耕川渝游客的心理,方言相近、习俗相通、情感相连,推出的候鸟计划把游玩3天变成居住30天,这不是招揽游客,而是走亲串门。第三个转变是变“流量”为“留量”。白天游山玩水,晚上逛古城、看庭院剧、品小肉串,昭通不做浅层观光旅游,而是深耕旅居业态,让游客脚步慢下来、心留下来。

主持人:董文渊老师,请问昭通避暑旅游为什么能有这么大流量?

董文渊:昭通避暑旅游之所以火爆,首先是因为拥有得天独厚的气候条件。从水富县城267米的海拔,到巧家药山4041米的最高峰,海拔高差超3700米,境内呈现出6种气候类型,其中北部1300—2100米、南部1500—2400米的海拔,最适宜避暑旅居。其次是景观丰富多样,从铜锣坝国家森林公园、黄连河瀑布群、大关木杆的笋竹海、彝良小草坪、大山包的高山草甸,到昭鲁坝区的田园风光、连片苹果园,为避暑旅游提供了差异化景观与多元场景。

昭通把避暑旅游与高原特色农业深度融合,再结合昭通深厚的历史文化资源,形成了独特的文旅融合体系,生态与文化相结合,把绿水青山转化为金山银山。

主持人:李文勇副指挥长,去年有上千万人来到昭通旅游,昭通古城作为避暑旅游的重要载体,靠什么留住大家呢?

李文勇:昭通古城已获评省级历史文化名城,并成为国家4A级旅游景区,这既为昭通古城修复、文脉传承提供了支撑,也让群众重拾了文化自信,为避暑旅游筑牢了坚实基础。

近几年,古城主要突出三大核心优势。一是深厚的文化底蕴。气候凉爽是昭通的天然优势,古城修复后,重现了会馆林立、商贾云集的历史风貌,游客既能享受凉爽,又能触摸历史文化印记。

二是质朴的风土人情。昭通古城内有5万多居民,他们热情好客、友善淳朴,古城内物价亲民,购物没有商业化的疏离感,让游客感受到有温度、有厚度的旅游体验。

三是浓郁的市井烟火。昭通特色美食风味正宗、品种多样、价格实惠,昭通古城免费开放,游客白天漫步老城街巷,晚上在公园跳广场舞,自在惬意。如今,昭通古城已成为昭通避暑旅游的文化名片。

主持人:王总,昭通市航空旅游集团有限公司(以下简称“航旅集团”)作为昭通旅游开发龙头企业,如何依托大山包、铜锣坝国家森林公园等景区做好避暑旅游这篇文章?

王涛:航旅集团作为地方国企,主要从三方面发力。一是坚持差异化发展。大山包年平均气温6.2℃,海拔垂直落差2500多米,以“生态旅游+探险体验”为定位,避免同质化;铜锣坝国家森林公园森林覆盖率超96%,负氧离子每立方米超2万个,以“森林康养+休闲旅居”为定位,精准吸引避暑游客。二是全面升级配套服务。在市委、市政府的支持下,持续完善公园、古城、停车场等公共场所的充电设施,并推出一系列惠民政策,全方位做好避暑游客接待服务。三是探索产业联动模式。将避暑旅游与农事体验、特色美食、夜间经济结合,带动当地群众深度参与文旅发展,共享旅游发展红利、拓宽增收渠道,助力乡村振兴。

主持人:郑会长,作为四川旅行社代表,您认为游客为什么喜欢来昭通避暑?

郑洪:我觉得有5个原因。一是昭通夏天气候凉爽,与四川、重庆的酷暑燥热形成鲜明对比;二是昭通旅游资源富集,水富邵女坪、铜锣坝国家森林公园及大关黄连河等景区体验感极佳;三是区位优势,昭通地处四川、贵州、云南接合部,交通便捷;四是物价低,日常消费整体不高,旅居成本低;五是空气清新,生态环境好,对川渝游客极具吸引力,是名副其实的避暑宝藏地。

主持人:您长期深耕避暑旅居领域,打造了知名度假村落,请问有哪些从业心得?

王力力:我打造的“不晚安阁”定位为度假式旅居村落,2025年获评省级创业村落,2026年获评国家3A级旅游景区,涵盖骑马射箭、越野体验等十几种体验项目,仅一年半时间就吸引20多名返乡青年加入。能让大家留下来,关键在于四点。一是树立对美好生活的坚定信念;二是通过自媒体矩阵、创新业态持续提升吸引力;三是增强年轻人的认同感,搭建文旅创投平台,让他们自主经营、稳定增收,把美好的生活状态呈现给游客;四是打造归属感,和村民互帮互助,帮助村民销售苹果、土鸡等农产品,完善村组道路,让村民共享发展成果,这种邻里温情正是留住人的关键。

主持人:马亚老师,请问昭通小肉串为什么能远销海外呢?

马亚:昭通小肉串精髓在于昭通酱的独特酱香。同时,我们坚守昭通人勤劳质朴、诚信务实的品质,把游客当家人,自己吃得放心才对外售卖,保证品质优良、味道正宗。如今,昭通小肉串已远销马来西亚、越南等国家,这是昭通美食的骄傲。

主持人:刘锋老师,昭通不仅有清凉夏天,还有温暖冬天,坐拥“一高一低、一冷一暖”的资源禀赋,该如何利用这些资源发展文旅产业?

刘锋:“一高一低、一冷一暖”是昭通最具代表性、反差性的核心资源,发展文旅产业关键在于突出特色、塑造反差、互补联动、串点成线,可以从三方面精准发力。一是打造极具吸引力的旅游产品,通过“赛事+旅居”模式集聚人气,巧家可以

打造“冬赛之城”品牌,举办皮划艇、铁人三项、马拉松等赛事,同时推出冬季艺术生活季,融合康养、赛事、艺术,形成巧家独特的旅居特色,打造冬季旅居目的地,与夏季避暑形成双旅居格局。二是开展全方位、全平台营销,打造“20℃的昭通,100%的生活,360度的热情”核心品牌,突出气候优势、性价比、家一般的归属感,培育更多文旅博主,擦亮暖冬、凉夏城市名片。三是提升服务品质,做好资源串联。完善交通体系,打通水、陆、空及低空旅游通道,让高原与河谷高效联动;推出一票通玩产品,实现“一张票玩遍两个世界”,串联大山包、巧家高峡平湖,打造黄金旅游带。

主持人:王总,您认为以巧家为代表的高峡平湖旅游带,还有哪些可以提升?

王涛:从游客和从业者的视角来看,有两点建议。一是聚焦年轻客群,丰富体验业态。巧家滨江城市、高峡平湖的景观,对自驾群体、年轻游客吸引力强,可进一步开发水上体验项目,增强体验感。二是打造网红打卡点。金沙江滨江道路蜿蜒绵长、风景优美,可美化沿线景观,增设特色打卡点,让游客愿意停下来拍照留念,有效延长停留时长。

主持人:郑会长,对比长江三峡游,昭通金沙江旅游线有哪些可提升之处?

郑洪:一是做足水上文章。可对标三峡夜间游船、水幕电影、滨江灯光带等模式。二是深挖水电资源优势。昭通拥有向家坝、溪洛渡、白鹤滩三大水电站,要充分利用这一独特资源,打造水电主题旅游线路,吸引自驾游游客前来游玩。三是强化宣传推广。巧家县冬日暖意融融,要加大宣传,让川渝游客知道这个宝藏避暑地。四是完善打卡配套。借鉴四川宜宾、成都网红打卡点的打造模式,让游客有地方拍照、有场景体验,强化旅游记忆点。

主持人:想请问一下刘锋老师,红色文化是昭通的重要名片,如何让红色旅游更生动、更有吸引力?

刘锋:红色是昭通一张重要的名片。扎西会议是红军长征历史上的一次重要会议,推动中国革命走向胜利新阶段。可以打造沉浸式、体验式项目,借鉴山东临沂的成功经验,同时推进“红色+”融合发展,推出穿红军衣、吃红军饭等体验项目,

让红色旅游有厚度、有温度,持续焕发生命力。

主持人:昭通正在申报国家历史文化名城,威信县在其中发挥什么作用?

李文勇:昭通按照市级统筹、双城引领、全域保护、立体申报的模式,推进国家历史文化名城创建,威信的作用不可替代。一是当好双城引领的核心引擎。昭阳区主打古城文化,威信县以扎西会议的红色基因为核心,是申报的重要支撑。二是威信是红色文化传承的重要阵地。威信是红军长征入滇第一站,拥有革命遗址遗迹216处、长征革命文物162处及扎西会议纪念馆、扎西干部学院等资源,在文物保护与利用方面作出了良好示范。三是威信是红色文旅的标杆。威信是首批省级历史文化名城,正在推进长征国家文化公园(威信段)建设,是全市红色文旅发展的示范窗口。

主持人:朱泽老师深耕红色研学,请您谈谈如何让年轻一代传承红色基因、走好新时代长征路?

朱泽:一是红色基因要从听故事变成走长征路。孩子们不应该隔着展柜看历史,而是要透过汗水触摸信仰,在真实体验中铭记历史,让信仰在心中扎根。二是红色传承离不开政策支持与百姓参与。2022年,我们把研学基地搬到威信县麟凤镇金凤村,半年时间带动36户脱贫户在家门口就业,将8栋闲置农房改造为研学宿舍、食堂。仅暑假期间,村民通过给孩子做饭就获得20多万元收入。百姓笑了,红色文化就“活”了。他们自发成为红色故事的讲述者、红色精神的守护者,这种泥土里的传承比课堂更生动。三是红色旅游要科学发展。我们已组建100家研学基地联盟,共生网,在此,我向全国发出邀请,欢迎广大家长和孩子们来参加“我们的假期”红色研学活动,重走一次长征路,找到属于自己的精神力量。

主持人:南方丝绸之路是昭通具有代表性的文化IP,想请教一下刘锋老师,如何将南方丝绸之路与避暑、暖冬、红色旅游有机结合,打响旅游品牌?

刘锋:南方丝绸之路是昭通重要的历史标识,是串联各类资源的文化大动脉,关键要找小切口、做创意、破圈层。福建泉州以“簪花围”为小切口火爆出圈,昭通可借鉴这一模式,甚至可与泉州联动,借势传播。

主持人:笋竹是昭通的生态瑰宝,也是南方丝绸之路的重要符号,如何把笋竹文化融入精品旅游带?

董文渊:昭通是南方丝绸之路的重要节点,而笋竹是南方丝绸之路上的绿色使者。昭通现有165万亩笋竹,是笋竹的核心产区。笋竹文化融入文旅发展有三条路径。一是以笋竹为核心,打造南方丝绸之路的文化IP。依托大关中国笋竹博物馆,串联盐津豆沙关等遗迹,擦亮“中国笋竹之乡”名片。二是以笋竹为纽带,推动文旅产业融合发展。收集历代咏竹诗词,建设诗词碑林,将笋竹文化融入竹林培育、竹笋加工、竹材加工、文创产品,让每一件竹制品、每一件产品都有故事。三是以笋竹为载体,举办南方丝绸之路笋竹文化节和学术研讨会,让笋竹文化成为文明互鉴的桥梁,提高昭通文旅的文化深度。

主持人:欧贤芹老师,您认为应该如何把笋竹文化与当下文创IP结合?

欧贤芹:我返乡创业已有7年,一直扎根笋竹产业,核心理念是让竹子有文化、产品有故事。一是深挖笋竹文化内

涵。把南方丝绸之路的文化,通过烙画、竹雕等形式融入笋竹杖、茶具、文房用具、发簪等文创产品,让每一件文创产品都承载着昭通的历史文化。二是打造亲民伴手礼。开发小巧轻便的书签、茶宠、小型茶具套装,针对年轻人设计国潮款式、自用、送礼皆可。三是坚守非遗手工技艺。以手工制作打响品牌,让产品有温度、有质感。四是完善销售渠道。在景区、高铁站、机场设置展示销售点,为产品配备专属二维码,扫码即可了解背后的故事,让这根会讲故事的竹子,成为昭通独有的文创IP,走向更大的市场。

主持人:王总,很客观地讲,昭通南方丝绸之路旅游带的景点是不是有点分散?那要如何搭建智慧文旅平台,把景点串珠成链?

王涛:目前,昭通南方丝绸之路沿线景点多、分布广、线路长,全程游玩需两至三天。核心痛点是缺乏本土智慧文旅平台,游客无法准确掌握景区动态、线路规划。我们正在搭建昭通本土智慧文旅平台,整合吃、住、行、游、购、娱等旅游要素,纳入沿线景区、餐饮、住宿、文化、交通、特产等各类资源,并开通线路规划、套餐预订、费用查询、信息共享等服务。

主持人:豆沙关是南方丝绸之路的重要节点,应该如何保护和利用好豆沙关的资源?

李文勇:一是规划先行,全面盘活家底。完善豆沙关历史文化名镇保护规划,各类建设项目、保护措施依规落实,避免破坏性开发。二是精细保护,守住文化根脉。重点保护好14处文物古迹,全面普查、登记具有保护价值的古建筑,扶持非遗传承人,防止传统技艺断代失传;整治古街道、古村落,在木古树周边环境,保留原始风貌。三是严格管理,优化服务生态。严格管控建筑风貌,选址,避免无序建设;完善停车、食宿、公厕等基础设施,解决游客出行痛点;布局民宿、茶馆等业态,引导百姓参与打造具有本土特色、满足游客需求的文旅业态。

主持人:南方丝绸之路是跨省线路,想问一下郑会长,我们要如何打造跨省旅游黄金线路?

郑洪:一是打造经典环线。推出宜宾—威信—彝良—昭阳的旅游环线,串联红色、生态、古城、南方丝绸之路等资源,满足旅行社组团、红色研学等多元需求。二是打造水电主题线路。串联向家坝、溪洛渡、白鹤滩三大水电站,打造自驾黄金线路,完善交通配套,适配川渝地区游客周末游需求,3天即可实现往返。

主持人:南方丝绸之路文化对乡村文旅发展有哪些启示?

王力力:对于年轻人而言,南方丝绸之路文化需要找到情感共鸣点,核心是挖掘开拓精神、多元共生、生存精神三大精神内核。结合乡村文旅发展,可从三方面落地。一是打造沉浸式文化场景。在民宿、旅居村落融入民族器具、南方丝绸之路元素,打造沉浸式文化场景。二是丰富体验业态。融合自然研学、农研研学、丝路文化研学等,让游客参与体验;打造丝路主题夜经济,加入篝火、特色歌舞元素,提升游客的参与感。三是带动村民参与文化传承。提升村民对南方丝绸之路文化的认知,让村民与游客互动交流,让本土文化“活”起来,实现文化有支撑、游客留得住、发展可持续。