



张家界日报社出版
国内统一连续出版物号 CN 43-0020
邮发代号 41-85 零售 1元
主办单位：中共张家界市委
主管单位：中共张家界市委
张家界新闻网 <http://www.zjnews.cn>

张家界大峡谷景区释放矩阵效应 满目新景入画来

全媒体记者 唐 晴 宋美慧 通讯员 罗克文



仲夏时节，张家界大峡谷景区，青山绿水，艳阳高照。

在通往景区的沿途公路上，一排排木窗青瓦的民居特别惹眼，民居周围，路灯、景观小庭院、停车位等一应俱全，服务人员彬彬有礼，笑脸迎客。

在经历了疫情等风雨洗礼，张家界大峡谷景区，犹如一颗璀璨的明珠，在这个季节里冉冉升起，释放出夺目光彩，不断地带动着村民过上好日子，耀了山城、甘了心头，拉动了地方文旅产业发展。

效应1：带动村民捧上金饭碗

大峡谷村村民马娟早些年在广州打工，随着大峡谷景区越来越火热，2016年她便在景区原大门外开了一家餐饮店“大峡谷之恋”。

开餐馆不仅挣了钱，还照顾了年迈的父母和年幼的孩子，家里人都高兴。马娟笑着告诉记者，餐厅主要承接团队游客，最多可以容纳80桌，生意好的时候月收入有30多万元。

像马娟这样在家门口实现就业和创业的，在景区周边村落比比皆是。

在景区出入口处，记者看到连排的三家土家风格客栈十分显眼。一打听，原来这三家客栈是由村民黄启富三兄妹经营，分别起名“峡谷情”“峡谷义”“峡谷湾”。

黄启富告诉记者，三家客栈以网络订单为主，散客居多。目前民宿在平台上吸引了北京、上海等全国各地的游客，甚至是加拿大、美国等境外游客，最好的年营业额一度达到40多万元。

我们在网络平台推广时都打上大峡谷的标签，通过大峡谷景区品牌吸引客人。黄启富说道，为了服务好游

客，客栈种植了有机菜，选择最好的食材提供给游客。良好的服务品质带来了丰厚的回报，仅今年“五一”节假日前几天，其客栈在网上已经销售一空。

随着景区发展，旅游带动效应充分凸显，像马娟、黄启富这样因旅游而致富的村民越来越多。据不完全统计，张家界大峡谷景区支持发展景区商铺100多个，景区周边建成营业客栈餐馆118家，直接间接带动近4000人从事旅游服务业。景区促进村民人均增收1750元，高出全乡人均增收2.1倍。

效应2：拉动地方文旅产业链

张家界大峡谷景区的带动效应，不仅鼓了村民“口袋”，更武装了老百姓的“脑袋”。

早在2008年景区建设之初，50岁的村民唐珍娥大姐就在大峡谷景区里工作。从卫生保洁员做到景区安全员，作为大峡谷景区的见证者，可以说是和峡谷一起成长。这几年，她不仅拿到了初级消防证、高空滑索证，家里也建了新房子，开上了车子。

唐珍娥开心地告诉记者：景区越来越漂亮了，生活环境也越来越美丽了，在家门口就有事做。比在外面打工强多了。现在，她的儿子和老公也加入景区工作，一家人生活过得有滋有味，其乐融融。

值得一提的是，张家界大峡谷景区的“光晕”效应，已经不仅仅停留在对村民的带动，而是拉动整个周边文旅项目产业链。

悬崖花开1号营地，就是产业链条中直接受益的一方。

▶▶ (下转6版)

王跃文谈长篇小说《家山》创作： 那是我的笔下故乡

王跃文

➡ 7版

诗意的放歌 时代的礼敬

2023 6 11 王跃文《家山》读书分享会

敬请期待

➡ 8版