

热点聚焦

“他让石头开口说人话”

上官智慧 胡苗 廖芯仪

2月22日，黄石寨索道站口，穿藏蓝制服的讲解员举起喇叭，声音穿透云雾：今天虽然看不见群山真容，但可以看见自己的心。罗曼·罗兰说过，真正的英雄主义是在认清生活真相后依然热爱生活。

游客们原本低垂的眉眼突然亮了起来。这个讲解员叫李迪建，网名“阿见”。

除了走心的人生哲理，阿见还对黄石寨的地质地貌、历史文化了如指掌，让游客在欣赏美景的同时，收获心灵启迪。

当天，阿见被游客层层包围，经典语录也被装进游客的手机里。来自广西南宁的徐正午计划拍完漫山的雪景后下山，却跟着眼

前的讲解队伍挪不动脚，本来为雪景而来，没想到被眼前的哲学课深深打动。他给家人发语音时，兴奋之情溢于言表。

阿见的走红，不只是今天。前些日子，他的短视频被频频刷屏。画面中，阿见站在摘星台石碑前，背后是翻涌云海：在生活中不让别人烦恼，那是慈悲；不让自己烦恼，才是智慧。这句即兴发挥，两天播放量突破百万。

评论区也挤满了各地网友。想去张家界找阿见充电，原来导游词还能这么说：这情绪价值拉满。最火的留言写着：

他让石头开口说人话。

阿见火了，黄石寨景区也火了。

这些天，景区办公室电话成了热线。东北退休教师组团预约，上海白领调休赶来，还有大学生在微博发起#跟着阿见读山水#话题。黄石寨索道公司干脆调整排班表，给这位让山水开口说话的网红安排更多讲解场次。

他是一位不折不扣的学习达人。在阿见的同事、张家界黄石寨客运索道有限公司营销部主任易鹏飞的眼里，阿见的走红并非意外。他说，阿见的包里总会装着一本《书》，只要有空闲就拿出来阅读。空余时间，

还经常把感慨分享给同事们，他的快乐就像魔力，能感染每一个人。

面对意外走红，阿见倒是很谦逊。他说，自己只是一名热爱工作的普通讲解员，希望通过讲解传递美好，让游客在欣赏美景的同时，获得精神上的满足，说得通俗点，我只是大自然的转译者。

谈及今后，阿见很平淡：我会继续努力，做最好的自己，活到老，学到老，干到老，用自己的方式宣传张家界，让更多的人了解这座美丽的城市。

文旅观察



一张三索一梯 通票畅行无忧，3天任意选择行程，不增加任何费用，体验感很好！近日，南京游客邓女士一家游览张家界国家森林公园天子山、黄石寨等景区后意犹未尽。惬意的旅程得益于张家界国家森林公园推出的“一票制”人性化服务模式。

“一票制”是文旅产品供给侧改革的重要举措。张家界国家森林公园属山岳型景区，线长面广，以往游客进入景区上下山要多次购票，既增加游客支出也影响游览体验。为优化资源配置，创新旅游接待服务模式，从2023年12月21日起，张家界国家森林公园首次推行“一票制”运营模式。“一票制”由张家界国家森林公园门票(含景区环保车)和“三索一梯”(天子山索道、黄石寨索道、杨家界索道、百龙天梯)四种交通工具门票组成。在保留原有各门票单独购票的基础上，新增3个组合票种，降低了游客出游成本，增强了门票消费的透明度。

“一票制”购票更便捷，提升了通行效率。张家界康辉国旅行社有限公司董事长郭宏爱说，“一票制”实施后，景区内不同经营主体的票务销售实现资源整合，市场认可度高，游客满意率高，旅行社和经营主体也从中受益。

“一票制”运营后，景区管理部门和各经营主体把节约的人力用于做好游客服务。韩国游客金先生在感谢信中说道：春节期间，我在天子山不慎滑倒受伤无法行走，向景区求助，几分钟后工作人员就带着医生赶到现场，把我背到救护站医治，对他们无微不至的照顾，我深表感谢！

张家界武陵源风景名胜区和国家森林公园管理局局长张冲介绍，2024年景区接待人数突破765万，入境游客人数超70万，各项旅游数据刷新历史纪录。借助“一票制”的杠杆作用，市场推广票务销售、产品开发、对外合作等多方面的投入成本实现最小化。同时，“一票制”也为打造张家界国家森林公园旅游品牌带来更多助力。

张家界市武陵源区委书记、张家界武陵源风景名胜区和国家森林公园管理局长张军说，“一票制”为智慧景区建设提供支持，实现了包括智能导览、在线预订电子支付、视频监控等在内的更高效、便捷的管理和服务，增强景区内生发展动能，推动景区可持续发展。

(来源《人民日报海外版》)

张家界国家森林公园推出“体验感很好！”——“一票制”

吴勇兵 黄珊 吴震琳

文旅时评 扩大特色优质产品供给 更好激发文旅消费动能

熊海峰 黄端奇

当前，文旅市场竞争日趋激烈，消费者对高性价比、更具体验感的需求正在倒逼供给端加速创新。《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的出台，有利于形成“政策引导+市场驱动”的双轮并进模式，构建起需求牵引供给，供给创造需求的良性循环。

近日，国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》(以下简称《若干措施》)，提出6个方面18项具体措施，其中在“扩大特色优质产品供给”方面提出，丰富文化娱乐产品，推出特色旅游产品，开发时尚国潮产品。

当前，我国文旅产业蓬勃发展，消费者对文旅产品的需求发生了显著变化。年轻人不再满足于传统单一的观光型旅游产品，而是更加关注旅游活动中的体验感和情感共鸣，希望获得一次愉悦身心、情感共振、文化体验独特的深度旅游。

人们期待旅游目的地能够提供完善便捷的公共服务，同时提供更多具有主题性、参与感、感染力的特色优质文旅产品。即便那些早已声名远播、并不缺流量的标志性景区，游客也希望景区的旅游产品能够与时俱进、不断迭代升级，让游客感受到景区的创意巧思与诚挚用心。

文旅产业本质是内容产业，特色优质的产品是产业繁荣发展的根本。旅游市场并不缺少消费需求，而是缺少能够激发强烈消费欲望的优质产品。当前，各地文旅

部门和市场经营主体都在想方设法推动产品创新，非遗旅游、文娱旅游、冰雪旅游、智慧旅游等领域亮点纷呈，希望给人们的旅游带来更多的快乐与享受。

然而，受主观因素或客观条件影响，一些地方的文旅产品供给仍然不尽理想。虽然当地景观和历史文化资源丰富，但是不少地方仍然处于原始、静态的展示状态，既缺少文化内涵的深度挖掘，又缺少运营模式的灵活创新。特别是一些景区的旅游纪念品同质化严重，难以激发人们的购买欲望。《若干措施》提出“扩大特色优质产品供给”的系列措施可谓有的放矢、对症下药，切中要害。

一是要大力丰富文化娱乐产品。旅游业六要素中，“娱”是重要且潜能无限的内容，是具有文化主题性、精神愉悦性和体验沉浸性的旅游方式和消费行为。随着旅游的文化性、内涵性、沉浸性与融合性等发展趋势不断增强，加快构建灵活高效的供给体系，创新打造丰富优质的文化娱乐产品，是更好满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求的迫切要求。

首先，要强化前端创意策划，深度挖掘传统文化内核与当代社会思潮的契合点，找到文化娱乐内容的鲜明主题与创意切入点。其次，要结合现代科技和消费需求，创新文娱项目的表达和体验形式，如打造旅游演艺、游戏游艺、特色游乐项目等。

此外，还需多维度创新落地场景，不仅优化营业性演出审批流程，确保大型

剧场演出的数量与质量，还应通过认定和评选“名特优新”个体工商户，利用其小而专、小而美的特点以及运营灵活性，打造小型主题影厅、戏剧酒吧、非遗工坊等多样化的文旅消费场景。

二是要大力推出特色旅游产品。旅游的魅力在于差异化，生命力在于特色化。当部分常规旅游产品因同质化而受到吐槽的时候，一些基于地方特色文化或资源开发出的独特产品却受到市场的热捧，如哈尔滨的冰雪文化旅游、山西的古建筑文化旅游、贵州的“村超”赛事旅游、泉州的簪花体验旅游、贺兰山东麓的葡萄酒主题旅游等，持续火爆出圈。

在当前消费偏好日趋多元化的时代，城市或景区应避免试图取悦所有的消费者。我国国内旅游市场规模不断扩大，消费潜力巨大，每个特色赛道只要做得出色，就能够形成足够大的产业规模。无论是温泉、旅拍、房车、邮轮、游轮、游艇、乡村民宿，还是低空飞行、潜水、山地运动、定制高端旅游等，都值得有特色资源的地区深入探索和开发。特别是可以面向银发群体，打造温泉、疗养、怀旧、慢游、专列等特色旅游产品，进一步激活老年群体庞大的消费潜力。

三是要大力开发时尚国潮产品。国潮的兴起源于文化自信，文化自信来源于国家日益强大的综合实力。将具有优良品质的国货与源于传统文化的时尚相结合，让年轻消费群体产生了强烈的情感共鸣和价

(来源《中国旅游报》)

乘生肖卡通电车，赴十里画廊春日之约

2月28日，观光电车行驶在武陵源景区十里画廊。当日，武陵源景区十里画廊细雨朦胧、绿意盎然，峰林间云雾缭绕，美如仙境。一辆辆精心设计的“十二生肖”观光电车缓缓穿梭于峰丛间，仿佛灵动笔触，在这片春日山水间勾勒出一道五彩斑斓的景致。

通讯员 董明勤 摄

