

张家界七十二奇楼：

旅游促三交走廊的示范样本

全媒体记者 李成义 曾甲长



视点观察

天门 连心：各民族像石榴籽那样紧紧抱在一起

在永定区大庸桥中心学校，琅琅读书声回荡在校园内，诉说着政策的温度。

当时三个孩子面临无房无户的读书难题，是党和政府的关怀解了困。塔依尔说到三个孩子读书的问题，连声感谢党和政府。没有党和政府的好政策，我们的孩子在张家界读书的问题就很难这么快得到解决。

记者从市教育部门获悉，每年我市各区县都会制定中小学招生入学工作实施方案和实施细则，对外来少数民族且符合条件的适龄青少年按照市民化、均等化要求进行统筹。

2022年，塔依尔的三个孩子在相关部门的统筹协调下，得以就近就便安排入学，使得塔依尔一家的工作、生活、学习全面融入了张家界的大家庭。三个小朋友如今已成为大庸桥中心学校的民族小使者。在学校里，他们与同学们欢快地学习、玩耍，利用大课间用心学习张家界的摆手舞等民族舞蹈，课余时间还会把维吾尔族的舞蹈要领教给同学们，一来一往中传递着不同民族文化间的交融之美。

他们只要学会了新的舞蹈动作就回来告诉我们，偶尔还用张家界的方言跟我们说玩笑话呢！聊到三个孩子的学习和生活，塔依尔夫妇会心一笑。

奇楼创业，送娃读书，塔依尔夫妇和众多张家界市民一样，过着平凡且有趣的生活。他们说，现在租赁的住房也是孩子同学的父母帮忙介绍的，自己一家人已经完全融入了张家界的生活当中，这里的人们非常热情好客，自己很高兴能借助七十二奇楼景区的平台把新疆烤馕带给世界各地的客人们品尝。

忙碌的间隙，塔依尔指着远处的张家界天门山深情地说：我的家乡阿图什也有一个天门洞，两个天门把我们的心连在了一起。

塔依尔的故事，也是在张家界扎根的各族同胞的故事，他们如同石榴籽一样紧紧抱在一起，共同奔赴美好的新生。

创新实践：共同构建人类命运共同体的展示窗口

每当暮色降临，民族美食街便开启跨时空的味道对话。5月4日晚，来自宁夏固原的回族厨师马江涛正热情地招待一位外国游客品尝用宁夏滩羊制作的美食。

她会一点简单的中文，我一边制作烧烤就一边跟她聊了起来。马江涛说，这位美国游客因为免签政策来到了张家界七十二奇楼，欣赏了具有中国古典特色的建筑后，特意来品尝自己制作的美食。

一座奇楼就是一个文化荟萃的地方，不管是美国、韩国、泰国的客人，还是全国各地的客人，出来旅游就是为了一个新鲜。马江涛的观点与塔依尔一致，张家界在国内外的知名度和吸引力为世界各地的客人了解中国、爱上中国打开了一扇窗，也为传播民族文化、展示民族美食提供了一个独特的平台。全世界在张家界看到了中国的民族大团结，我们也在那里有了扎根立足、团结奋斗的新家园。

137家商铺汇聚在七十二奇楼，用热情与美食拥抱世界，讲述中华民族一家亲的故事，文化的交融正透过舌尖跨越国界。

站在入选国家旅游促三交试点的新起点，七十二奇楼正谋划更宏大的文化叙事。数字技术重构的中华民族文化大观园，让游客在360度沉浸式演艺中感受民族团结脉络，筹建中的中华美食基因库将解码56个民族的饮食交融密码；民族团结进步研学线路则让青少年在实景中理解四个与共五个共深刻的深刻内涵。

七十二奇楼景区文旅总策划师姜君的初心始终跃动：要让每块砖瓦都说话，每道美食都传情。从维吾尔族烤馕师傅到土家非遗传承人，从清嘉庆年的榫卯智慧到现代数字技术，这座建筑群正将民族交融的故事写入数百万游客的记忆。当千盏明灯次第点亮飞檐，照亮的不仅是武陵山的夜空，更是各民族人心归聚、精神相依的璀璨未来。

记者手记：

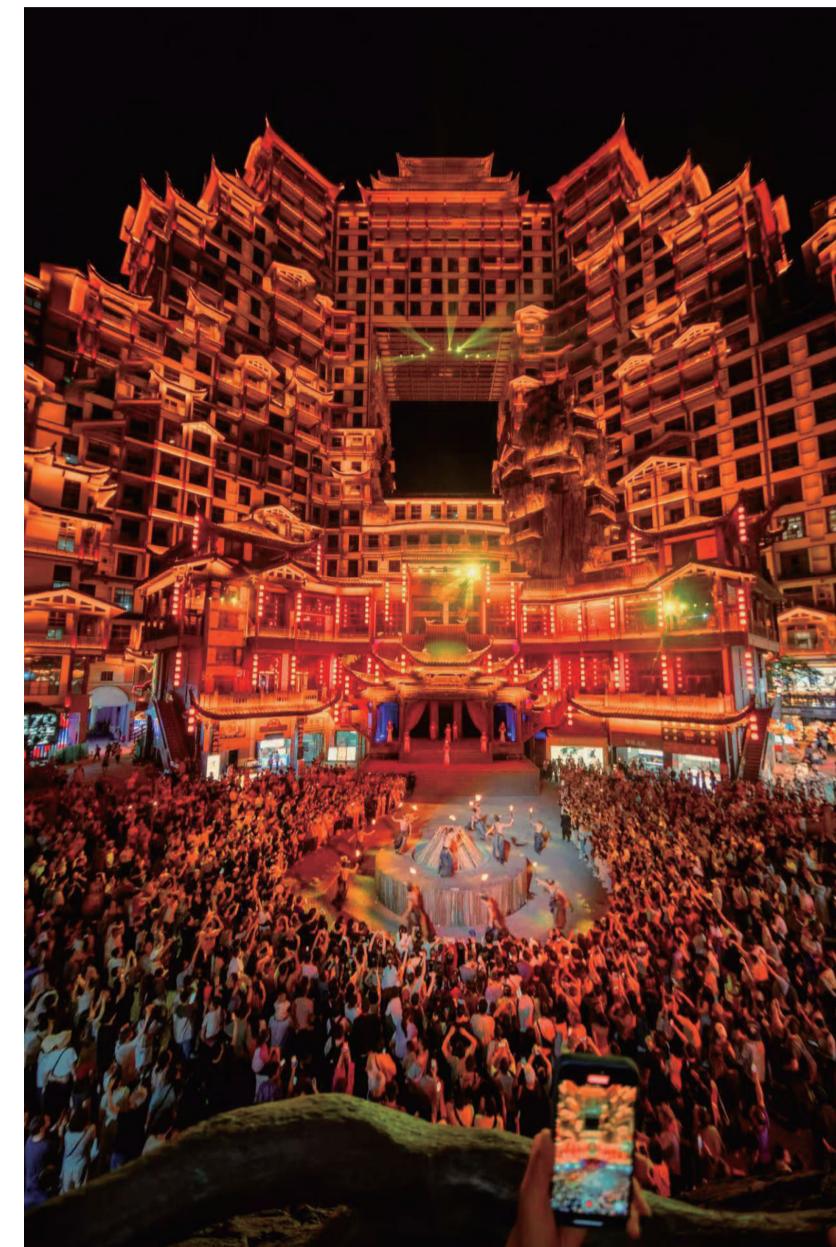
七十二奇楼的实践已超越文旅范畴，成为观察中国式现代化的独特窗口。在这里，建筑成为民族团结进步的诗篇，美食化作温暖的桥梁，文化升华为共同的精神基因。这座奇楼，用文旅融合的金钥匙，升华了旅游促三交的新维度。当麦香与雕花窗棂共舞，当传统技艺与现代创新交响，一个具有旅游促进各民族交往交流交融范式正焕发勃勃生机。



游客在七十二奇楼景区游玩



七十二奇楼民俗表演



七十二奇楼毕兹卡篝火广场



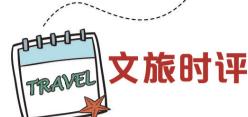
七十二奇楼民族节目表演



七十二奇楼民族美食街塔依尔夫妇展示他们的新疆烤馕



七十二奇楼民俗表演



文旅时评

假日旅游已经成为我国旅游市场的重要组成部分。各地应充分利用好假日旅游这个旅游市场的大载体和旅游发展的大平台，不断创新产品、创新业态、创新模式，进一步推动旅游业转型升级和高质量发展。

刚刚过去的五一假期，全国各地旅游市场高潮迭起，国内旅游出游人数和旅游总花费持续增长，彰显了旅游市场强劲的增长力和消费力。据文化和旅游部数据中心测算，五一假期全国国内出游3.14亿人次，同比增长6.4%；国内游客出游总花费1802.69亿元，同比增长8.0%。

从市场特征来看，近年来一路向好、持续增长的自驾游、亲子游、博物馆游、纯玩游、小包团、半自由行等旅游方式以及国潮、旅拍、打卡等旅游产品持续火爆，一些前前沿性的创新类旅游产品和旅游组合方式发展迅速，并引领着旅游市场的发展趋势。

一是高情绪价值的旅游产品受到旅游者和旅游企业的双向追捧。旅游产品要为游客提供情绪价值是近年来旅游领域逐步达成的共识，也代表着旅游产品的开发方向。

今年五一假期，许多地方推出了高情绪价值的旅游产品、活动和消费场景。例如，为了让游客真正体验赶海的乐趣和丰收的喜悦，山东省日照市刘家湾赶海景区工作人员每天晚上把蛤蜊埋进沙滩，白天则有工作人员扮演龙王、龙女和虾兵蟹将，营造沉浸式体验氛围；在内蒙古的巴彦淖尔市，一场百骑白马百车万人渡阴山活动，以浩大的声势开启了骑行发烧友们激情满满的草原之旅。

市场检验证明，谁能给旅游消费者带来情绪价值，谁就能够获得市场追捧，旅游企业也会获得人财两旺的经营佳绩。

二是自然探索发现之旅越来越受亲子游市场青睐。近年来，随着我国基础教育改革和研学旅游的发展，许多家长充分认识到综合实践和研学旅游对青少年人生养成的促进作用，而一个五至七天的长假，则可以让中小学生完成一项专门设计的自然探索计划。

五一假期，不少目的地和景区针对这一市场需求，积极推出自然探索类产品活动，受到亲子游客欢迎。例如，云南香格里拉虎跳峡景区推出的高路徒步、哈巴雪山杜鹃花海，解锁自然课堂之旅，吸引了众多的亲子家庭，家长与孩子手牵手，徒步跋涉在高海拔的大山丛林，探寻茶马古道的秘密和大自然的神奇；成都新津白鹤滩国家湿地公园针对家庭出游市场推出的户外亲子自然日间营，以轻量化露营理念设计产品，让家长和孩子们围坐在一起学习无痕山林环保知识，让游客理解露营不是征服自然是和自然对话的理念，并践行带走120%垃圾的环境友好行为。

这些能够让孩子脱离手机游戏绑架，在自然中放飞自己的旅游产品，可以让一家人在自然探索中共同成长。

三是演艺和演出赋能，极大提升了旅游目的地的圈粉能力。在文旅深度融合的驱动下，旅游演艺、音乐会、演唱会等各类演出活动，已经成为目的地新的核心吸引要素，极大提升了目的地的知名度和吸引力。

五一假期，全国许多城市、景区纷纷推出不同内容和形式的演出活动，圈粉、纳客。据媒体报道，五一假期，太湖湾音乐节、仙人掌音乐节、咪豆音乐节、泡泡岛音乐节、超级草莓音乐节等头部音乐节品牌几乎全员出动，分别在北京、南京、常州、扬州、东莞等地开场演出，其中5000人以上规模的大型营业性演出达上百场，带动周边住宿、餐饮、购物等旅游消费实现大幅度增长，形成了3小时演出撬动72小时消费的联动效应；上海静安戏剧节以戏剧+百业模式赋能城区经济，整合多座专业剧场、20余个城区地标以及14个街镇舞台，联动十大核心商圈、20余家酒店等，推出文商旅综合服务；杭州奥体AT中心开启五一假期，演唱会时间3场，演出汇聚3万多人次观众，场馆周边酒店预订率同比提升25%。

四是逆向创新出爆款，旅游列车成为市场新宠。火车旅游是一种传统的旅游方式，在家庭轿车日渐普及、自驾游旅游备受推崇的形势下，许多地方积极开展逆向创新，面对新市场、新形势，推出升级版的旅游列车，一经推出立即成为市场新宠。

今年2月，商务部、文化和旅游部等部门印发《关于增开银发旅游列车、促进服务消费发展的行动计划》，大力推动列车旅游产品开发，撬动了列车旅游市场的爆发式增长。

五一假期前夕，好客山东齐鲁1号旅游列车开通运行，车上除软卧、硬卧、座席之外，还设有餐厅、茶室、咖啡吧、棋牌室、书吧、休闲区、儿童活动区、情侣卡座等。海南的三乐旅游列车，连接三亚与乐东黎族自治县，专门改装的大车窗，方便游客观景；五一假期车厢更是变身艺术馆，办起摄影和非遗展览；从青岛开往西藏、从武汉开往新疆的旅游专列均一票难求。

一个长假，就是一次旅游目的地的大检阅、旅游产品的大展示和旅游消费者的大狂欢。当前，假日旅游已经成为我国旅游市场的重要组成部分。各地应充分利用好假日旅游这个旅游市场的大载体和旅游发展的大平台，不断创新产品、创新业态、创新模式，进一步推动旅游业转型升级和高质量发展。（来源《中国旅游报》）