

大山水的引力 小县城的火热

鲍炜强



今年“五一”假期，安徽文旅交出了一份令人瞩目的成绩单。安徽省文化和旅游厅统计显示，全省A级景区假期累计接待游客1788.96万人次，同比增长4.83%。其中，5A级景区接待220.3万人次，同比增长5.6%。省会合肥旅游人数和旅游花费双双取得超过6%的增长。

数据背后，更值得追问的是，游客为什么而来？他们如何“沉浸式”地度过这个春天？安徽文旅正在发生怎样的变化？

大景区与小县城 文旅版图悄然重绘

“五一”假期，黄山风景区接待游客15.7万人次，同比增长6.7%；黄山市全域接待258.9万人次，同比增长13.04%。数据证明，顶级IP的吸附力从未衰减。今年异军突起的，是那些此前并不显山露水的小城。

广德，这座皖东南小城一举冲入全国宝藏小城出游热度第二位，“广德三件套”吸引约95万人次涌入。含山县将文博、演艺、古镇、剧本、美食、夜游熔于一炉，62.3万人次的到访量、3.43亿元的

旅游花费，同比分别增长16.01%和22.5%。黟溪县将百年古庙会与潮流音乐节、无人机光影秀嫁接在一起，累计80万人次参与，带动综合消费3.4亿元。

在全省范围内，纳入监测的200个乡村旅游重点村接待游客283.2万人次，实现旅游收入1.5亿元，同比分别增长6.4%和5%。安徽文旅的吸引力正在从几个“高点”向县域空间扩散。

这种扩散并非偶然。宁马城际开通仅13天，累计运送旅客134.35万人

次。马鞍山市顺势推出A级收费景区免票、公交免费、停车免费等措施，一位南京游客感叹：“坐城铁十来分钟，门票和停车费全省了，这趟来得值。”中国联通通信大数据也印证了这一趋势：外省日均来皖人员317.6万人次，同比增长24.6%，其中，杭州、上海、南京来皖人员位列前三。“1至2小时文旅圈”不再是规划文本里的概念，而是一种正在发生的日常。交通的触角伸到哪里，城市消费的溢出便流向哪里。

从“看风景”到“入戏” 体验逻辑的转变

在含山县运漕古镇，一条老街排起了长队。游客奔的不是哪处地标，而是一场名为《九章奇幻录·米舟引》的沉浸式剧本游。李氏当铺、探花府等8处历史遗存全部被编入剧本，成为游客与NPC联手破解晚清米粮失窃谜案的“案发现场”。古镇的工作人员发现，周边民宿入住率同比翻了两倍还多。游客的选择，已经写在了这个实实在在的变化里：他们想要的是能“置身其中”的体验。

放眼全省，类似的场景几乎同时在各地上演。在固镇县谷阳城，大型实景

马战《楚汉争雄》让游客随机加入楚、汉两大阵营，实现从“看演出”到“演剧情”的角色转换。在合肥，葫芦果音乐节吸引观众8万人次，合肥市外观众占比近九成，票房收入3700万元，带动消费2.5亿元。一场音乐节撬动的综合消费，已不亚于部分景区的全年收入。

“非遗+夜游”的融合模式，则在时间维度上拓展了消费空间。徽州景区唐模推出“满池娇·独占鳌头”主题夜游，巨型鳌鱼灯饰凌空腾跃，百余盏徽州鱼灯沿檀干溪巡游，再现“一夜鱼龙舞”的诗意场景。呈坎大灵山“天上金灯

会”与非遗舞龙鱼灯巡游，将游客停留时间从“半日”延长至“全天”。太平湖风景区打造“日游湖山、夜享畅玩”全时段模式，夜游活动累计吸引1.1万人次。凌家滩国家考古遗址公园开放“博物馆奇妙夜”，夜间客流占比达40%，游客平均停留时间比去年多了2.5小时。

全省252家博物馆接待游客168万人次，同比增长18.7%。“文博热”背后是同样的趋势，游客要的不再只是一张打卡照，而是一段可感知、可参与、可回味的文化体验。当“看风景”变成“入戏”，文旅消费的附加值便从门票转移到了体验本身。

“宠客”之道 流量背后的服务细节

游客来了，如何让他们留得下、住得好、还想来？这是每一座旅游城市必须作答的考题。今年“五一”假期，安徽多个目的地在服务细节上做出了值得关注的探索。

宏村镇将“宠客”二字落到了实处。“小宏帽”志愿者服务队的100余名队员分布在近50个服务点，镇政府食堂向游客敞开大门，10元五菜一汤的套餐配上了地道的黄山毛豆腐，假期共接待游客250余人。8处免费停车场释放出

4200个停车位，在旅游高峰期，这份空间让渡的诚意是游客能直接感受到的。

青阳县则捕捉到宠物经济的兴起，开放了全省首家A级旅游景区宠物康养馆，推出45个人宠互动空间。“携宠出游”订单明显增长。

服务温度的另一面，是市场秩序的绷紧。安徽省市场监管局节前发布提醒告诫函，明确划定12类价格行为“红线”，涵盖餐饮价格标示、住宿预订价格、门票价格等游客最关切的领域。芜

湖市主城区免费开放10826个停车位，累计发布超300项文旅惠民政策。铜陵义安区一季度办结旅游投诉53件，游客满意度保持在98%以上。这些工作的成效看不见摸不着，但正是它们构成了游客体验的安全底网。

回望这个“五一”，安徽文旅的变化已悄然显现：小城加速崛起，却没有遮蔽大景区的光芒，而是拼出一张层次更丰富的旅游地图；山水依旧，但玩法已截然不同。

“文化+”推动文旅产业高质量发展

江大俊 林立桓

文化兴则城市兴，产业强则经济强。近年来，黄山市徽州区坚持以政策赋能、主体培育、业态创新、融合发展为抓手，持续壮大文化产业规模、提升核心竞争力，构建“活态文化+实体经济”双轮驱动格局，推动文化产业量质齐升，为区域高质量发展注入强劲文化动能。

作为古徽州文化旅游区核心组成部分，国家5A级景区，唐模景区坐拥水街、檀干园、槐荫园等徽派水口园林与古建筑群，素有“唐朝模范村”美誉。今年以来，景区深耕徽文化IP，跳出传统静态观光模式，常态化推出鳌鱼飞天、徽州鱼灯巡游等沉浸式表演，以创意活化文化资源，以爆款IP激活市场，实现从“传统古村”到“现象级打卡地”的华丽蝶变。

“今天和朋友来到唐模景区，看到了徽派建筑，感觉很有韵味。晚上还看了鳌鱼表演，参与了鱼灯巡游，非常有意思。”游客李贵媛开心地说。

依托爆款流量红利，唐模景区



持续加码业态升级，打造“日游夜演”沉浸式体验矩阵。白天，《唐模有喜》等微演艺穿行古巷；夜晚，巨型鳌鱼灯饰腾空起舞，鱼灯沿檀干溪流光巡游，再现“一夜鱼龙舞”的诗意盛景。今年截至目前，景区接待游客超30万人次，带动本地村民、商户增收超100万元，沿岸水街商户入住率超60%，“文化+演艺+旅游”融合模式成效显著，成为徽州区文

化产业高质量发展的生动样板。

唐模景区市场运营部经理徐强介绍：“结合唐模景区现状，我们将围绕‘飞天鳌鱼’‘烧火龙’等表演，融合徽州本土元素，开发更多演艺项目。其次将结合唐模景区自身特色，以及当下文旅热点，开发出更多具有吸引力的特色文创产品。”

如果说唐模景区是徽州区文化产业发展的“流量引擎”，那么文化制

造业就是该区的“硬核支撑”。今年新上规的安徽伽亿表面功能材料有限公司，专注研发生产淋膜纸、离型纸等功能性材料，配套精密淋膜机、高速印刷机等先进设备，产品广泛用于新能源汽车、道路交通专用新材料等高附加值品类。2025年企业订单同比激增约4倍，产值突破2100万元。

“2026年以来，国内市场需求正稳步回暖，为我们企业带来了大量订单，今年企业订单同比增长约1.5倍，今年1至4月，企业产值近2000万元，预计全年产值可达5500万元。”安徽伽亿表面功能材料有限公司总经理杨强说。

今年一季度，徽州区规上文化产业企业较2025年末净增2户，总数达19户，居全市第三；实现营业收入9.36亿元，居全市第一，同比增长13.8%，居全市第二。其中，制造业实现营收8.8亿元，同比增长9.2%；服务业实现营收0.56亿元，同比增长232.8%。

沉浸式体验添彩皖南川藏线

张锐

近日，随着最后一曲电音在宁国市八面佛公园收束，“寻龙记·春山集”圆满收官。自启幕以来，这场以“春山·等你来野”为主题的沉浸式市集活动，在“五一”期间迎来客流高峰，累计线上线下参与超过十万人次，成为皖南川藏线上一道亮丽的文旅风景线。

本次活动由宁国市青龙湾文化旅游投资集团有限公司主办，以八面佛公园为主会场，沿西津河延伸至花间境酒店，全长2.8公里。活动打破传统市集模式，将宁国特色美食、非遗文创、国潮演艺与无人机科技秀融为一体，打造了一座“藏于皖南山水间”的沉浸式消费体验空间。宁国山核桃、黄花云尖、龙窑陶瓷等本地风物集中亮相，其中“寻龙限定款”产品吸引不少游客专程前来购买。

活动期间，每日15时至21时30分，主舞台轮番上演国潮歌舞、李白NPC沉浸式互动、对诗赠礼等环节。每晚19时上演的“龙凤呈祥”无人机烟花大秀，以及20时的大型烟花秀，成为全场亮点。压轴的DJ狂欢派对将气氛推向高潮。

据统计，活动期间外地游客占比超过70%，主要来自江苏、浙江、上海等长三角地区。不少游客选择在皖南川藏线停留2至3天，将“春山集”与青龙湾、储家滩、红杉林等景点串联游玩，有效拉动了沿线餐饮、住宿消费。

主办方表示，“寻龙记”是宁国市重点打造的四季文旅品牌，春山集为其春季篇章的成功开端。活动以“寻龙”为文化主题，融合龙窑非遗、龙阁村传说及皖南川藏线自然景观，形成可识别、可传播、可消费的品牌资产。未来将在夏、秋、冬季分别推出“夏水谣”“秋色赋”“冬雪吟”主题活动，持续为皖南川藏线注入内容活力。

从“流量”到“留量”，“寻龙记”模式验证了以沉浸式体验为核心、在地文化为底色、科技演艺为爆点的文旅路径。主办方表示，将继续优化体验细节，将“寻龙记”打造为宁国文旅的金字招牌。

春山已过，夏水已至。寻龙的故事，仍在继续。

小营地解锁新场景

王异 本报记者 秦国根

位于岳西县的大别山云上花园营地，交出了自4月6日试营业以来的首份假日成绩单。尽管“五一”假期遭遇降雨降温，营地依然人气不减，云上时光咖啡馆、拾光里露营成为安庆、武汉、合肥等地游客近郊微度假的热门选择，为岳西文旅市场注入新活力。

“五一”期间，岳西县文旅市场全线升温，全县共接待游客43万人次，实现旅游综合收入1.72亿元。作为岳西文旅新晋打卡地，云上花园营地推出“免费扫码入园+体验式业态”模式，凭借差异化玩法在同质化竞争中脱颖而出，成为近郊游“黑马”。

据景区负责人介绍，“五一”期间营地累计接待游客超1.2万人次，周边城市客源占比超六成，武汉、合肥等省外游客明显增长。营地火爆有效带动乡村增收。通过与周边农户建立直采合作，并在游客服务中心设立“岳西特产”专区，优先吸纳当地村民就业，打造“营地+农户+产

业”乡村振兴模式，试运营以来已带动50余农户增收，成为岳西乡村振兴的生动实践。

“五一”假期完美收官后，营地正式进入常态化运营新阶段。目前，营地按“边建设、边运营、边优化升级”模式推进，将重点发展夜间经济、升级民宿业态，打造多元服务体系，走“轻资产、重体验”的发展路线。

景区负责人还透露，云上花园营地“拾光里”星光奇境”灯光节已全面启动筹备工作，预计近期开幕，活动持续3个月，将为游客带来全新夜游体验。此次灯光节将以“星光奇境·非遗共舞”为主题，打造星光拱门、星光漫道、3米巨型发光月亮、星星隧道等网红打卡场景；现场上演风火轮、火壶、打铁花、九龙炮等非遗技艺，1600℃铁水泼洒绽放漫天星光；同时配套非遗讲解、篝火晚会、电音狂欢、美食文创市集与亲子互动区，丰富夜间消费场景。

深耕美食新业态

朱晨

为传承老城特色美食文化，激活街区消费活力，丰富群众文化生活，近日，蚌山区青年街道紧扣老城区蚂蚱街这一区域特色，统筹推进服务保障、环境整治、安全管理和氛围营造等工作，以务实举措推动龙虾节有序开展，让老城区的街头巷尾重现“烟火气”。

街区汇聚阿财老铺等本土龙虾名店及老字号特色小吃，融合文艺演出、民俗互动、文创市集等多元业态。在保留蚌埠老城街巷烟火气与人文底蕴基础上，融入潮流元素，打造沉浸式消费新体验。浓厚节日氛围吸引本地及周边游客打卡消费，集聚客流、盘活商圈资源，助力老城区人气商气回暖提升。街区外围设龙虾街市集，搭设帐篷，入驻美食摊贩。根据大数据显示，“五一”期间来自合肥、南京、浙江等地的外地人纷纷为蚂蚱街街区活动点赞。

下一步，将持续深化老城区品质提升与业态培育，健全长效管理机制，做强美食文化品牌，丰富夜间经济场景，不断擦亮老城烟火名片，让老街区更有活力、老城区更具魅力。

坚持党建引领，按照相关要求，提前制定小龙虾节工作方案，并召开专题部署会议，细化责任分工。针对街区临时建设需求，主动对接供电公司，协调接电事宜、线路规划及用电安全，全力保障商户供电稳定可靠。同时，联合市场局、执法局、应急局、消防等部门开展安全生产专项集中培训，规范经营摊位，落实标准化管理；严把安全生产、消防安全、诚信经营、规范管理及市容环境卫生关，并对街区环境进行提质升级，为活动的顺利举办奠定了坚实基础。