



运动员在旅游公路上骑行。 中国铁人三项联赛组委会供图

从单一观光到全时体验——

太行小镇重构旅游消费场景

本报记者 朱 萌



9月6日,2026年中国铁人三项联赛暨阳城蟒河铁人三项公开赛鸣枪开赛,大批运动爱好者与游客循着赛事而来,重新认识这座太行深处的康养小镇。

赛事落地茱萸湾旅游度假区,600余名来自全国27个省区市的选手,在山水之间完成游泳、骑行、跑步的接力角逐。秋水澄澈,青山做伴,选手跃入碧波,穿行山间廊道,沿着河岸冲刺,赛道将蟒河山水风光与人文底蕴融为一体。同步开启的“她铁”粉色铁人三项挑战赛,也完成首次亮相。参赛选手冯竟爽冲过终点线后难掩激动地说:“虽然全程每一公里都在考验体能与意志,但每跑一步都像在回应太行山水的馈赠。”

赛场之外同样热闹,音乐会奏响山

间,美食市集、风物文创市集烟火升腾,体坛名将带队探访本地景点,百余名自媒体达人分线路采风创作,多维度传播阳城山水与人文风貌。

借赛事聚揽人气,阳城同步推出系列惠民举措。赛事期间参赛人员可免全县A级旅游景区首道门票,姓名含“铁”字的游客享受免票政策,实景演出、品牌酒店推出专项优惠。各大景区加密演艺场次,游戏互动、“商汤阵雨”特色演出轮番上演,阳城鼓书、扛桩故事等非遗民俗巡回展演,公共文博场馆全部免费开放,“吃、住、游、购、娱”全链条释放红利。

热闹的赛事背后,是阳城县多年来在文旅业态上的持续深耕。过去游客到访多是游览蟒河,观赏山水,猕猴便当日返程,单一观光模式难以留住游客。当地锚定全域康养、全时体验方向,以总投资2.6亿元的茱萸湾大景区为龙头,从基础设施、生态治理、文旅游乐三方面系统改造提升。项目负责人原师军介绍:“整个工程不只是简单修几条路、建几处房子,而是通过多个板块去重塑景区。”

漫步茱萸湾,变化已经看得见。升级改造后的酒店提升了康养住宿接待能力;山茱萸博物馆全新布设科普、创客、研学空间,将蟒河的茱萸文化变成看得见、学得懂的文旅资源;一条总长10公里的太行一号生态观光廊道蜿蜒山间,步道、休憩平台、观景凉亭沿路分布。为了保障游览安全,景区新布设万米安全护栏,维修、新增8万平方米山体防护网,竖起300盏太阳能路灯点亮山间道路。当地还专门补植2000棵山茱萸,让茱萸元素融入景区一草一木。

茱萸湾水上运动中心曾经是普通的水库码头,如今已变成动静相宜的亲水乐园。平整美观的栈道临水而建,休闲竹筏缓缓划过水面,不少游客悠闲漂在湖上,享受山乡清凉。河南游客张可特意带着朋友前来体验跳水:“这里群山环抱,水质清澈,跳台很有挑战性,配套也做得很到位。”

为打破大山阻隔,蟒河镇积极对外推介文旅品牌,培育本土主播,全年发布400余条文旅短视频,线上引流、线下迎客,截至目前全镇游客接待量已达31万人次。

跟着赛事游阳城,脚步并不只停留在赛场。走进邢西村,甜蜜小镇的提质变化扑面而来。总投资7856万元的改造工程,没有大拆大建,而是因地制宜做“微整形”。村里荒地上大片向日葵随风摇曳,金菊花海成了打卡点。17亩滨河空地平整出来,建成生态停车场,补齐乡村旅游硬件短板。500米亲水步道沿河铺开,行走其间,河有水、岸有绿、路有景。当地推行“租金、薪金、股金”联农带农机制,盘活土地、房屋与劳动力资源,让村庄美景转化为群众实实在在的收益。

随着文旅产业持续升温,不少农户有了开办农家乐、农家民宿的机会,但做菜口味、服务规范常常跟不上游客需求。镇里专门针对70多户农家乐经营户开展厨艺和服务培训,手把手提升乡村文旅的服务软实力,让远道而来的游客吃得放心、住得舒心。

太行群山依旧巍峨,阳城全域涌动新的生机。据了解,赛事结束后,重阳时节茱萸等特色活动也将相继落地,为当地带来客流和人气。

黑龙江秋季文旅产品供给全面升级

本报讯 (记者张建友)入秋以来,黑龙江各地围绕“吃、住、行、游、购、娱、研学”等环节统筹谋划,推出品类丰富的文旅产品,热忱迎接八方游客。黑龙江省文化和旅游厅副厅长蒋兴成表示,秋季旅游的核心是推动旅游模式由“观赏风景”向“体验风景”迭代升级。依托主题游览线路打造、网红打卡场景培育、节庆赛事落地举办等举措,邀约全国游客来龙江大地沉浸式邂逅北国独有的秋日风韵。

8月28日,哈尔滨极地公园2026淘学企鹅秋季校园巡游首站落地哈尔滨广厦学院。背上标志性小书包的“淘学企鹅”与企鹅小分队亮相,迅速点燃现场氛围。师生有序排队起长队合影,快门声、欢笑声此起彼伏。哈尔滨极地公园负责人张志铭介绍,淘学企鹅秋季校园巡游是龙江文旅面向年轻群体创新传播的一次实践。后续巡游活动将走进省内更多高校,持续扩大黑龙江文旅品牌影响力。

9月4日,以“葡萄箐山秋色 乐享丰收甜香”为主题的2026伊春市大箐山县森林生态葡萄采摘季启幕,活动设置文艺演出、文创市集、田园采摘等8个板块。大箐山县文体广电和旅游局局长刘兰秋介绍,本次活动将农事体验、乡村研学、森林康养等业态相融合,持续深耕“农林业+文旅”融合路径,培育秋季文旅新亮点。

黑龙江省文化和旅游厅推广营销处一级主任科员刘璇表示,全省统筹整合秋季文旅资源,推出五花山色、秋收观光等游览产品,配套落地系列主题文旅活动,持续擦亮“龙江金秋,多彩油画”的秋季文旅名片。

多地也顺势推出精品游览线路,串联散落的秋日美景:哈尔滨整合秋景资源、欧陆风情与特色美食,发布10条秋季精品旅游线路;齐齐哈尔围绕金秋观鹤、民俗体验、烤肉美食等特色资源,打造周末游、研学游、家庭游产品;伊春推出跟着高铁、赛事、短剧畅游伊春等6条秋季旅游线路;牡丹江市推出“欢腾牡丹江 文旅嘉年华”文旅消费季,涵盖文艺演出、非遗展示、拳王争霸赛等内容。

赛事节庆亦成为激活市场的重要引擎。9月3日,佳木斯抚远市举办2026中俄国际帆船赛。来自中俄两国的80名选手、20余帆船角逐江面,参赛船队调帆起航、迎风转向、精准过标,娴熟的竞技动作引得大批海内外游客驻足观赏,赛事一跃成为当地秋季文旅热门项目。

与此同时,黑龙江着力培育新型文旅消费场景。大兴安岭深挖野生浆果、山林食材资源,打造“舌尖寻味·品兴安”秋季美食主题消费场景;绥化市盘活本土民俗资源,推出集非遗展演、文创展销、田园观光于一体的文旅体验线路;黑河市五大连池风景区打造火山音乐嘉年华,汇集音乐演出、火山游园等活动,推出沉浸式文旅新场景。多元消费场景的落地,极大丰富了秋季文旅产品供给,收获广大游客的关注与青睐。

黑龙江省文化和旅游厅产业发展处处长郭彦海表示:“各地将短暂绚烂的秋日自然资源视作为城市名片,不断转化为文旅消费热点。通过持续提升目的地辨识度,从而让更多人亲身领略黑龙江秋日的独特风光。”

中央主要新闻单位

中国文化报

CHINA CULTURE DAILY

中华人民共和国文化和旅游部主管

品牌定位

《中国文化报》创刊于1986年,是中央主要新闻单位,文化和旅游部主管的权威文化综合类日报。作为党的宣传思想文化舆论阵地,始终践行“赓续中华文脉、坚定文化自信”的使命,秉持“以文化人、服务发展”的办刊宗旨,坚持“党媒姓党、内容为王”的根本要求,推出大量有深度、有温度、有力度的新闻报道与理论成果,成为政府、行业与公众之间的重要桥梁,深受广大文化和旅游工作者信赖,也是社会大众了解文旅高质量发展的权威窗口。

亮点展示

可视化报纸 —— 让阅读“动”起来

《中国文化报》自主研发AR可视化阅读技术,读者通过手机扫码进入专属小程序,扫描报纸上的指定图片,即可同步观看配套视频,实现“文字+图片+视频”的多维阅读体验。

打破纸媒传播局限
图文并茂,视频加持
让报纸可看、可感、更可“动”

八连版长卷 —— 报纸中的典藏之作

创新打造的明星产品,八连版长卷既可重磅刊发专题内容,亦可作为精美文创产品用于收藏与馈赠。

精琢优质内容,巧创新颖呈现形式,收获各界高度赞誉
实现内容形式双向突破,兼具出色传播力与艺术价值
北京中轴线长卷报纸及文创一经面世便火速售罄

新媒体矩阵

微信 公众号 视频号

抖音

小红书

学习强国

微博

欢迎订阅

中国文化报

邮发代号1-115

扫码即可订阅