2021年10月12日,在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上,习近平主席宣布,中国正式设立三江源、大熊猫、东北虎豹、海南热带雨林、武夷山等第一批国家公园。首批国家公园保护面积达23万平方公里,涵盖近30%的陆域国家重点保护野生动植物种类,标志着我国进入以国家公园为主体的自然保护地体系建设新阶段。

人不负青山,青山定不负人

——中国国家公园正式设立五周年

本报记者 于 帆



美丽的三江源国家公园。 三江源国家公园供图

国家公园设立五周年,外界多以保护数据来衡量其进展。从文旅视角看,另一组变化同样值得记录:五年间数千万人次走进国家公园,入口社区、访客中心、生态小径、科普基地日臻完善,自然体验、森林康养、科普研学、生态文创等绿色业态相继生长。绿水青山正在通过文旅产业,变成群众端得稳、端得久的“生态饭碗”。

生态旅游:山水间的新游憩

国家公园的旅游供给,与一般景区有本质不同。武夷山国家公园把主景区最大日环境容量控制在3.2万人次以内;三江源在昂赛大峡谷等特许经营试点区域,只允许经授权的生态体验团队预约进入,由持证上岗的当地牧民向导全程陪同;大熊猫国家公园四川片区年均生态体验超300万人次,70余条、总长超100公里的自然步道把客流分散进山林。游客买到的不是一张进入山水的门票,而是一次被组织、被讲解、被限量供应的自然体验。

清华大学国家公园研究院院长杨锐曾强调,全民共享要求高质量生态游憩、环境教育和自然体验应“作为国民福利而非旅游产业开展,是老百姓可承受的、普惠的,而不是价格昂贵的、只为少数人服务的高端旅游产品”。游憩形态的变化,也带动入口社区成为新的目的地空间,村庄变景区、农房变客房,社区共管委员会让当地居民在共建中分享收益。



武夷山国家公园一角。 武夷山国家公园供图

生态研学:把森林变成“自然课堂”

国家公园的文旅价值,不止于游憩,更在于教育。东北虎豹国家公园引导原有居民开展自然教育服务;各国家公园积极培育科普研学等绿色业态,大熊猫国家公园四川片区整合自然博物馆、保护站点资源,建成一批宣教阵地,获评“国家林草科普基地”。当“读懂自然”成为产品核心,研学经济在国家公园周边生长——访客跟随生态管护员巡护,在山野里观察野生动植物,自然教育有了真实的课堂。

中国社会科学院旅游研究中心主任宋瑞认为,旅游业日益成为具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。国家公园中的生态研学,正是这一属性在自然场景中的具体落点——游客带走的不只是照片,还有对生态系统的认知。

文创开发:一只熊猫的“生态产品账”

文旅产业的延伸,是把山水变成可带走的产品。大熊猫国家公园开发“熊猫蜂蜜”等特色农产品;海南热带雨林国家公园助力蜂蜜、黎锦等“雨林特产”走出大山;武夷山推行“茶—林”复合经营和生态茶园改造,“武夷岩茶”地理标志价值凸显,茶旅融合富了一方百姓。在四川雅安龙苍沟入口社区,“貊貊”IP衍生出八大类53小类文创产品,“你好四川”系列熊猫文创还亮相比利时“中国彩绘熊猫全球展”;在大熊猫国家公园唐家河片区,以四川羚牛、川金丝猴为灵感的玩偶、钥匙扣、非遗手作和青川山珍、生态蜂蜜组成“唐家河礼物”;在青海祁连山国家公园周边,雪豹、白唇鹿主题文创被游客收进行囊。海南黎母山生态体验项目运营10年来,对当地经济实际贡献超500万元,大部分通过餐饮采购等方式反哺社区。各国家公园探索生态产品总值(GEP)核算和生态补偿机制试点,生态价值开始可核算、可交易。

五年实践证明,保护生态与改善民生是互为因果的共赢题。文旅产业在其中扮演的角色,是把绿水青山的生态价值,转化为就业岗位、体验服务和可带走的产品——第一批5个国家公园吸纳近5万名农牧民转为生态管护员,仅三江源就有2万余名生态管护员,每人每月获得1800元补助,人均年增收2.16万元。

对正在寻找转型升级方向的文旅行业来说,国家公园五年走出的这条路,慢却扎实——它让“绿水青山就是金山银山”成为看得见、摸得着的产业实践。

知识链接

什么是“国家公园”

根据世界自然保护联盟(IUCN)的定义,“国家公园”是大面积自然或近自然区域,用于保护大尺度生态过程,以及这一区域的物种和生态系统特征,同时提供与其环境和文化相容的精神的、科学的、教育的、休闲的机会。从自然景观上讲,中国国家公园是我国自然生态系统中最重要、自然景观最独特、自然遗产最精华、生物多样性最富集的区域,是最美丽的国土,是万物和谐共生的家园。从保护级别讲,国家公园在我国自然保护地中保护强度、保护等级最高,属于全国主体功能区规划中的禁止开发区域,纳入全国生态保护红线区域管控范围,实行最严格的保护。

国家公园的生态旅游活动怎样开展

国家公园纳入了国家代表性自然生态系统、自然景观、自然遗产、多样性生物,具有极高的生态美学价值、文化教育价值,具备极大的旅游吸引力。国家公园法采取审慎态度,对旅游区域划定、旅游活动管控,旅游体验保障等方面做了针对性的安排。

国家公园法规定,国家公园一般控制区允许开展科普宣传、生态旅游、教育文化体育等公共服务活动。这为旅游活动划定了合法区域,将旅游活动的影响缩小了范围,避免生态保护和旅游活动的冲突。同时,规定国家公园一般控制区设置必要的辅助设施设备,为开展相关科学研究、科普宣传、生态旅游、教育文化体育等公共服务活动提供支持。适度的设施设备既能满足旅游活动需要,又不对生态系统造成危害,打消了人们对生态保护和旅游接待能力的顾虑。

产业与市场·周记

数 据

315亿元——

截止到10月底,我国2026年度电影总票房(含预售)突破315亿元,总观影人次达8.04亿,放映总场次1.22亿。据测算,今年以来,电影全产业链产值近5000亿元。

目前,暂列年度票房榜前五位的均为国产片:《飞驰人生3》《欢迎来龙餐馆》《功夫女足》《八仙!》《给阿嬷的情书》。进口片方面,《奥德赛》《生化危机:爆发夜》持续热映。与此同时,多部新片陆续敲定内地档期:《复仇者联盟5:毁灭之日》定于12月16日登陆全国院线,较北美12月18日提前两天上映。传奇影业与华纳兄弟出品的《沙丘3》官宣内地定档12月31日,为年末电影市场增添新供给。

此外,国内首部拿到公映许可证的AI(人工智能)超写实院线电影《三星堆:未来往事》10月23日正式登陆影院。从单镜头AI创作,到全流程虚拟片场搭建,再到数字资产持续变现,AI正在改写影视工业的生产模式,开辟全新商业化赛道。

(来源:央视财经)

政 策

山东以千万级资金支持文旅,壮大演出经济

近日,山东省人民政府印发《2026年促进经济“稳中求进、提质增效”政策清单(第二批)》的通知。与文旅相关的涉及培育消费新场景、发展演出经济、开发文创产品三个方面。

一是促进消费业态融合、消费模式创新,省级筹集4000万元资金,支持培育打造一批多元融合、特色主题、夜间经济等消费新场景;安排6000万元资金,支持各市发放零售餐饮消费券。

二是鼓励发展演出经济,打造“跟着演出(音乐、电影、动漫)游山东”品牌,支持各市布局一批特色化、差异化、长效化的精品旅游演艺项目,对创作或引进符合条件的精品旅游演艺剧目的承办单位,以及符合条件的演唱会、音乐节,给予资金奖励。

三是支持经营主体开发爆款文创产品,围绕原创性、艺术性、文化价值、社会影响力、传播力等方面进行综合评价,省级筹集资金对符合条件的文创产品给予一次性奖励。

(来源:山东省人民政府官网)

动 态

北京环球影城落地新项目激活淡季消费

全球主题娱乐协会(TEA)等近日发布了《2025全球体验指数》,勾勒出全球范围主题公园行业的新拐点。报告显示,在全球及亚太主题公园面临整体客流回落、消费者支出更加谨慎的挑战下,北京环球影城2025年接待游客980.4万人次,实现了从开园以来客流的连年增长。

今年以来,北京环球影城着力把淡季培育为新消费节点,落地多个新项目,引入《盗墓笔记》《第五人格》《寂静之地》等国内外热门IP成为园区新晋“排队王”,相关话题在主要社交媒体平台累计超过1.2亿次浏览,为传统淡季创造更多到访理由,并进一步拓展夜间体验及消费场景,为拓展全年有效经营空间蓄势。

(来源:“副中心之声”公众号)

(苏丹丹 整理)

“音乐转转场”转出小城文旅热

本报记者 张 婧

近日,随着歌曲《奢香夫人》大合唱的余音渐落,2026织金“音乐转转场”活动圆满收官。从初春到金秋,从古镇到乡野,这方百姓舞台,以一场场演出、一张张笑脸,把文化活动打造成了带动地方经济发展的名片,不仅聚集了人气,更带火了周边业态,让古镇夜晚“亮”起来、商圈“热”起来、消费“旺”起来。

织金是贵州毕节的一座小城,居住着汉、苗、彝等26个民族,文化多元,风光秀美。2024年2月,当地为了丰富群众文化生活,创办了“音乐转转场”文化活动。“转转场”在当地方言里指的是不同地点轮流举办的农村集市。“当初起这个名字,就是希望让更多百姓有机会参与到文化活动中。”活动相关负责人说。

今年,“音乐转转场”进行了全面迭代升级,以全新的演出模式与服务理念,常态化推出系列主题活动,实现四季有精彩、月月有亮点。如5月中国旅游日专场演出深挖织金本土文化底蕴,生动诠释文旅融合理念;7月创新打造烙锅文艺擂台赛、文旅挑战赛,将文艺展演与市井烟火深度结合;国庆期间,非遗沉浸式演出、全民歌艺擂台赛接连登场,以非遗、群众歌唱呈现节日氛围。

随着“音乐转转场”品牌影响力持续扩大,其对县城商业和旅游业的带动作用日益凸显,已成为激活县域文旅经济的重要引擎。“我是来毕节游玩的,听说织金有文艺演出,就专门安排了两天行程过来,在这里看看演出,感受一下当地的风土人情。”来自重庆的游客李先生说。据统计,今年暑期,织金凭借宜人气候迎来旅游热潮,日均接待游客约4.9万人次,接待游客总量和旅游综合收入较往年实现了大幅增长。在这股文旅热潮中,“音乐转转场”以平远古镇永安门为舞台,夜夜有演出、场场有亮点,让游客“白天游景区、晚上看演出”成为织金旅游的新常态。

活动期间,平远古镇周边的餐饮、住宿和文创消费明显升温。“以前永安门这边很冷清,现在一到演出日就人挤人。”小吃摊主刘希一边翻着铁架上的炸洋芋,一边算账:去年8月从步行街搬来后,周末一晚的收入能抵平时两天。不远处的水乡·新街坊商业街,170余家固定商户也因“音乐转转场”的常驻,实现了客流倍增。

与此同时,“音乐转转场”活动也在积极探索自我造血机制,联动行业与商家资源,与乡村振兴深度结合。今年9月举办的乡村振兴公益直播接力活动,以“产业基地探访直播+多点文艺展演”的模式,将文艺流量转化为农产品销量,驻村干部、乡村推荐官走进直播间,推介竹荪、花椒、南瓜等本土好物。多家本地文旅企业也积极参与,为游客提供特产、门票等暖心福利。

演出火了,游客来了,百姓的日子也越过越富足。来自四川绵阳的游客王新建参加完“音乐转转场”活动后,在特产店买了两包竹荪准备送人,他说:“我们来织金洞玩,在手机上看到这个音乐表演活动人气很旺,特意来感受一下,不虚此行。”上海游客张先生还现场即兴登台参与表演,对“音乐转转场”充满烟火气、饱含温情的特色大加称赞。不少当地商户也表示,自从办了“音乐转转场”,小城热闹了不少,生意明显比之前好了。



“音乐转转场”演出现场。 织金县文化馆供图

在贵州大力推进“多彩贵州”文旅品牌建设的当下,织金“音乐转转场”的探索,为县域文旅高质量发展提供了可借鉴的鲜活样本。这场发端于群众、扎根于烟火的文化活动,以本土文化为根基,通过“演出搭台、经济唱戏”的模式,让文化流量持续转化为发展增量,既守住了群众文化的烟火气,又激活了县域经济的新活力。