



给你一个非来不可的理由

——看孝昌如何打造武汉都市圈乡村游微度假目的地



湖北日报全媒体记者 方桐
通讯员 李健初 高玉峰 殷晴

4月5日,清明假期,孝昌县水曹砦的“芭提雅度假游乐小镇”游人如织。椰林、竹楼、沙滩、黑天鹅……东南亚风情与鄂东北水乡景致相融。这个藏在小村里的乐园,当天接待游客3000多人。

“开车一个多小时,感觉来了趟泰国。”从武汉专程赶来的游客全全感叹。

这样的场景,如今在孝昌已不鲜见。今年一季度,全县接待游客187.52万人次,同比增长15.2%;旅游总收入10.03亿元,同比增长15.9%。而在几年前,孝昌还是一片“文旅洼地”——没有名山大川,缺乏优质资源,不多的几处景点同质化严重。

一个曾经的国家级贫困县,如何在竞争激烈的文旅赛道成功突围?

从“围着资源转”到“紧跟市场干”

孝昌的旅游发展,起步于1999年。彼时,县里提出“旅游兴县”战略,目光锁定在人工水库观山湖。

“当时全县拿得出手的旅游资源,也就这儿了。”孝昌县文旅局党组书记、局长程亚华回忆。

十年打磨,2009年观山湖获评国家4A级景区。孝昌趁势将刘震将军纪念馆建在景区内,红绿融合,年接待游客百万人次,2019年跻身全省旅游强县。环湖路上,农家乐如雨后春笋,最多时达100余家。

然而,2019年后,因饮用水源地保护等原因,景区内临湖餐饮、碑林等被拆除,旅游热度断崖式下滑。

“以前几乎每周都带团来观山湖,酒店标间涨到200多元还一房难求。2019年以后,旅行社推荐线路上一再孝昌。”从事旅游业18年的孝感孟宗国际旅行社负责人文晶,见证了观山湖的兴衰。

一轮皓月蒙尘,孝昌旅游路在何方?

“俗话说,要想富,先修路。我们从交旅融合对接武汉中找出路。”程亚华铺开孝昌文旅地图——“全国美丽乡村路”观双线、“全国幸福生活小康路”小环线……多条旅游公路纵横交错,串起“一路一风景”的生态廊道。有路无景,游客仍不愿来,百姓难增收。

2021年,孝昌提出创建全域旅游示范区,走“满天星”的路子。脱贫攻坚和乡村振兴期间,全县打造了32处和美乡村、农文旅融合示范点,可转化为“小而美、小而精”的景区。

但“满天星”也有短板。“同质化严重,很多景点门票都引不来人。”程亚华坦言。而彼时,周边县市大干快上:大悟和黄冈掀起红色旅游热,随州炎帝文化游风生水起,黄陂木兰旅游区频频出圈。相形之下,孝昌文旅人自嘲:“人家已成‘富二代’,我们还是‘草根’。”

如何突围?2025年,孝昌县委、县政府5次召开“诸葛亮会”达成共识:不能“有什么就卖什么”,而要“市场需要什么、本地能做什么就建什么”;必须改变同质化内卷老路,走片区化、差异化发展新路。当年,全面开展特色旅游目的地建设行动,目标直指打造武汉都市圈乡村游微度假首选目的地、加快建设全省农文旅融合发展示范区。

“无中生有”造场景,“有中变优”活资源

曹砦的蝶变,正是孝昌旅游转型的缩影。2023年,本地老板曹敬涛在捐资建设水乡曹砦一期基础上,提出二期建设芭提雅度假游乐小镇。质疑声四起:“谁会来村里看茅草屋?”

“孝昌紧靠武汉,不缺市场,缺的是‘非来不可的理由’。”曹敬涛请来策划团队,十易设计方案,将东南亚风情与本地资源融合。

占地400亩的芭提雅小镇,椰树、沙滩、竹楼与彩灯相映成趣,兔子、羊驼、小浣熊在萌宠乐园“排队求撸”,划船、射箭、蹴鞠等项目备受追捧。

“周边200公里内没有同类项目。”项目负责人肖冲介绍,今年春节开业即火爆,单日营收突破20万元,刷新孝昌纪录。

“无中生有”并非个例。孝昌探索市场主体独资、政府投资+招商、政府投资+社会资本等多种模式,一批各类景区应运而生——

小谷粒米来营地创新“文旅+研学”,年接待游客超40万人次,成为华中区域研学旅游标杆;观音湖引入酷跑山地越野项目,发动机轰鸣声与游客尖叫声交织,清明假期日均迎客过百人;季店乡桃园山谷凭借连片“桃花+油菜花”成为热门赏花地,主攻亲子游和公司团建,今年赏花期日均迎客约2000人。

“无中生有”之外,孝昌也在“有中变优”,让沉睡的红色资源活起来。

4月5日,丁瑞航在父母陪伴下来到观音湖,走进刘震将军纪念馆,倾听“战将刘震”的革命故事。“刘震将军是孝昌人的骄傲,今天从武汉回孝昌扫墓,下午专门带儿子过来转转。”丁瑞航的爸爸告诉记者。

“这个清明假期,纪念馆每天吸引了七八百人参观。”讲解员张展和同事们轮流上阵,尽力满足游客需求。

同样的故事也在七里湖公园上演。孝昌将新湖北党政军诞生地——孙家畈革命旧址纳入片区综合治理,创建国家4A级景区。昔日烂泥潭变身公园,革命旧址修缮开放。“逛公园还能参观红色场馆,真方便。”附近居民高情感叹。

如今在孝昌,红绿融合、主客共享,让红色教育不再是“板着脸”的说教,而是“润物细无声”的日常。

专业运营串珠成链,片区联动利企富民

景点有了,新的难题随之而来:投资主体普遍不善运营,流量难以变留量。

如何既引得来人,又留得住钱?孝昌的答案是:专业运营+片区联动,让各美其美走向美美与共。

九丰智慧农业产业园10万平方米的智能温室里,近百种果蔬或种在架子上,或“住”在袋子里。“传统方式种小番茄,亩产四五千斤,这里采用物联网,亩产可达万余斤。”孝昌九丰农业科技有限公司总经理王端言语中带着自豪。

这个由孝泽农旅投与上海枫泾九丰农业



作为濯水湾度假区核心景区的心悦岛,主推非遗展示和演出。(通讯员 马洁 摄)

共建的基地,并非单纯种植果蔬。孝昌引入湖北傲世文旅公司,推出观光、采摘业态,并与小谷粒营地合作开展研学——学生走进大棚,听机器人讲解、乘观光小火车、做果蔬手工。

相距两公里的郭李营·心悦岛,主推非遗展演。运营方傲世文旅增加NPC互动,将非遗融入表演,让游客参与其中。

“我们整合九丰农业、心悦岛、濯水云居酒店等旅游资源,打造濯水湾度假区,推出旅游套票和年票,还与周边景区联动引流。”傲世文旅濯水湾田园度假区负责人黄丹认为,小而美的景点只有合作才有出路。今年,该公司与武汉文旅合作,将濯水湾纳入武汉旅游年卡。3月以来,武汉文旅下属天鹅湖已向濯水湾直发游客3000多人。

物理联通之外,更有机制联通。孝昌正组建旅游联盟,探索资源共享、客源互送、线路互通。目前已推出红色、颐养、乡村游三条精品线路,串联30个景区,并与武汉、孝感等地旅行社合作推出多条一日游、两天游线路。

“如今外来游客越来越多,民营景区也敢收门票了。”程亚华以数字为证:去年,孝昌接待游客762.81万人次,同比增长20.79%;旅游综合收入40.11亿元,同比增长22.03%。

乡村游的火热,更让村民过上了家门口致富的好日子。

在曹砦,陈佳依辞掉县城工作,来到芭提雅当客服,收入增长,离家更近;曹云清和儿子在芭提雅项目上干活,妻子在家开超市,女儿回村开咖啡馆,一家人年收入数十万元。

在观音湖风景区金盆村,村民戴建伟拆掉湖边农家乐后,在湖下游租了200亩地,建鱼池、种果树、开酒楼,年营收200多万元,带动70多户农户增收。如今,村里8家市场主体吃上旅游饭,每年给村民发薪、分红300多万元,村集体经济收入去年达到35万元。

一张白纸也能绘出万千风景

境的突破。

更难能可贵的是,孝昌始终保持一种“问题意识”——以问题导向倒逼路径创新,让困境压力催生发展活力。

有人说,孝昌“无中生有”的秘诀是“敢想敢干”。但更深层的启示在于:一个脱贫县,缺钱缺资源,却不缺对市场的敏锐、对专业的敬畏、对富民初心的坚守。政府搭台不唱戏,

市场缺位才补位——这种清醒的边界感,比一时的“爆款”更值得珍视。

文旅产业的底色,从来不是资源的厚薄,而是因地制宜的智慧、敢为人先的勇气、久久为功的韧劲。孝昌用27年证明:一张白纸,也能绘出万千风景。

各美其美,美美与共。美丽湖北建设中,更多“孝昌故事”正在续写。

编者按

旅游资源禀赋并不丰富的孝感,如何发展文旅业?答案是:以系统性创新重塑文旅生态,走全域统筹、差异协同、体验驱动的高质量发展之路。

破局,始于思维之变。孝感锚定“中华孝文化名城”与特色旅游目的地,跳出传统景点模式,以全域统筹替代散点开发,以沉浸体验取代观光打卡,从愿景走向实景。

创新,成于路径之新。华中首个恐龙主题方特乐园即将开园,打造一站式度假目的地;云梦博物馆借数字科技让简牍“开口说话”,游客量暴增超240%;《槐荫船说》以5D全息与AI技术活化孝文化;“甜蜜产业”麻糖米酒品牌价值突破270亿元。安陆“乡超+”、孝昌乡村旅游、大悟宣化店红色小镇、应城“温泉+”……多点开花,全域共振。

格局,立于协同之进。孝感指导各县市区走差异化、互补化之路:支持云梦、应城、安陆争创荆楚文旅强县;推动双峰山、天屿湖创建国家级旅游度假区,白兆山冲刺5A级景区。全市“一盘棋”合力显现,“日游景区、夜赏演艺、全域消费”的活力格局已然成型。

据测算,2025年,全市接待游客人次同比增长20%,旅游综合收入增长26%;今年一季度,两项指标延续20%以上高增长。

孝感,这座“孝爱之城、甜蜜之地”,正从旅游“过境地”蝶变为游客心向往之的“诗与远方”。

一张球票聚人气 一条纽带兴乡村 安陆“乡超+” 点燃消费热

湖北日报全媒体记者 王欣
通讯员 蒋剑岚 刘壮 吕科选

4月5日,又是一个“超级星期天”。终场哨响,安陆市巡店巡检队2:1力克烟店太白队,看台上欢呼如潮。赛场外,球迷手持“乡超”票根,涌入美食街、烧烤城、风景区,沉醉于小城的烟火气中。

“吸引眼球,记住安陆、留住消费”——3月15日,2026年安陆“乡超”联赛战火重燃。以足球为媒,一张小票根串起“商旅文体健”,安陆正持续深化“赛事引流+文化留客+消费转化”的乡村振兴新路径。

一张票根,撬动消费“热循环”

“凭‘乡超’票根,景区门票再打八折!”清明假期,安陆盛世闻樱景区售票厅内,工作人员忙着为球迷办理优惠手续。

河津樱、染井吉野、阳光樱……作为华中地区紫荆樱连片种植面积最大的樱花主题公园,这里30余种、2.3万株樱花次第绽放,如云似雾。

资深球迷李明珍一口气买了8张联赛门票:“过去比赛结束票根就作废,现在还能当打折券,串起长长的消费链。”

安陆市文旅局相关负责人介绍,今年9月30日前,凭“乡超”门票票根游玩安陆钱冲古银杏生态旅游度假区或湖北安陆银杏科普馆,可享受2人同行1人免单政策。

球票的带动效应,正将一次性观赛转化为多次复购。今年,安陆29家商户组建“安陆乡超优选合作商家联盟”,联动当地及孝感、武汉等地的吃、住、购、游商家,为球迷提供让利服务。

傍晚,兄弟烧烤店里人声鼎沸,电视直播着“乡超”实况,墙上贴着16支乡镇球队的积分榜。“一边看球一边吃烧烤,这种氛围太棒了!”来自武汉的王女士笑道,10元一张的门票吃烧烤还能打八折,这份“美食邀请函”让她感到惊喜。

“不少客人抱怨比赛期间一座难求。”随着“乡超”走红,烤翅店老板余洋遇上“甜蜜的烦恼”。他和哥哥盘下隔壁50多平方米的店面,将生意搬到抖音,还赞助了一支球队,闲时就琢磨新菜品。如今,店里烧烤炒菜已过百种。

一张门票,连接绿茵球场与人间烟火。依托赛事流量,安陆开设“滨供优品”市集,展销本地农特产品。店员曾贤介绍,市民在门店消费满100元即有机会获赠“乡超”门票,目前,该店已送出千余张门票,农产品销售额同比增长超40%。

一条线路,织就乡愁“经济带”

在赵棚镇东升村基质栽培蓝莓基地,千亩保温大棚连绵铺展。蓝莓花灿若繁星,越冬的果实压弯枝头,果同枝令人称奇。

“蓝莓冲锋,进球如风!”自3月4日上市以来,赛事引流让这里的大果蓝莓每天吸引数百名游客前来采摘,高峰期日销40余万元。公司总经理江海洋指着远处的千亩新基地说,总投资超亿元的赵棚蓝莓现代产业园正在加快建设。这条蓝莓采摘线,正是安陆“乡超”重点推介的精品线路之一。

“赛场上拼的是气势,晒的是特色,秀的是家乡文化和产业。”李店镇球迷汪大燕每周都带11岁的女儿收看球赛直播,已3次到现场观赛。“女儿在开幕式上看见赵棚蓝莓队的花车,一直念叨要来,希望这颗‘水果明珠’乘着足球东风走向全国。”

在赵棚蓝莓队队员、社区书记杨学陆看来,每场比赛都是一次行走的乡土文化“T台秀”。这位有着20多年球龄的业余爱好者,受“乡超”感召从武汉返乡任职。他邀请网络大V、球迷会长等助阵,运营的新媒体账号,成为推广家乡文化和产品的重要窗口。

“‘乡超’火爆出圈,为公司带来了大流量,订单增长30%,我们计划投资1.2亿元,建设安陆智慧显示项目生产制造基地。”湖北视科电子科技有限公司总经理叶汉东表示。

让乡愁落地,引人才回归——据统计,今年安陆“乡超”贺岁杯活动邀请了300余位知名楚商及大湾区企业家亲临现场,目前已签约(在谈)项目21个,协议引资总额超60亿元。



2026年安陆“乡超”联赛现场。(安陆市委宣传部供图)

记者手记

湖北日报全媒体记者 方桐

孝昌的文旅逆袭,不是一夜爆红的童话,而是一场持续27年的长跑。

回望来路,3个转变尤为关键:从“资源依赖”转向“市场驱动”,从“单点同质”转向“片区差异”,从“各自为战”转向“专业联动”。每一次转身,都是对惯性思维的打破,对现实困