



文体旅+百业 荆楚展风华

万里汉江,从秦岭深处奔涌而来,一路纳千溪、汇百川,在襄阳大地绕出一道温柔江湾,也绕出一座雄城2800年不曾中断的文明脉络。这里,是大禹划九州时的荆楚门户,是诸葛亮《隆中对》里的天下棋局,是王维笔下“襄阳好风日,留醉与山翁”的诗栖之地。穿越千年,好风日依旧;襄阳正青春,有了鲜活的新时代注脚。

湖北省文旅发展大会如约而至。最好的迎客礼,不是一时盛装,而是一座国家历史文化名城以盛会为牵引,主动开启的一场城市自我革新。在“以文塑旅、以旅彰文”理念引领下,襄阳坚持保护为基、创新为要、全域联动、主客共享,把古城有机更新、岷山生态提质、重点景区迭代、城市治理升级一体谋划、一体推进。

千年文脉不曾老,一城烟火正青春。今天,世界的目光再次聚焦襄阳,全球宾朋相约襄阳、邂逅襄阳、读懂襄阳。山水之约、文脉之约、侠义之约,跨越千年,如约而至。襄阳好风日,古城正青春——这是文旅焕新的襄阳答卷,也是千年文脉向新时代的深情回响。

襄阳好风日 焕新迎宾朋



游客与“诸葛亮”在古隆中景区互动。



庞统游客知识。



市民放飞孔明灯祈福。



岷山观景台。

活化之新

历史人物走出史书 和普通人交朋友

很多游客以为,襄阳古城只是供人打卡的巨型文物。真正走进街巷才懂得:这里至今生活着上万居民,是活着的家园,不是静态的博物馆。

襄阳始终恪守“老城不能再拆”,不搞大拆大建,不走“腾空原住民、打造仿古景区”的捷径,最大限度保留原生街巷肌理,保护城市烟火气息,以针灸式微更新,在历史肌理与现代生活之间,寻找精妙的平衡。

暮色四合,管家巷人流渐旺。巷子里,28岁的肖震博一身“张飞”扮相,手持丈八蛇矛,时而和小朋友击掌对拳,时而摆出反差的pose合影,镜头此起彼伏对准他。“不是演一个符号,是让三国人物走出史书,和普通人交朋友。”这条400米小巷给了他专属的舞台。

不远处,96后襄糖铺第五代传承人肖宇浓正打包快速,牛皮纸袋上印着襄阳风物,订单发往全国各地。“一开始家里人都劝我,手工糖太辛苦,赚不到钱。”他苦练古法熬糖技艺,把黄酒、汉水梨等本土元素融进糖果,老手艺走出深巷。

今年暑期,管家巷累计接待游客超150万人次,一条小巷带动周边街区业态整体升温。

一街之隔的北街,85后民宿主理人雅芳把老旧宾馆改造为充满老物件气息的特色民宿。“很多游客不想只看景点,更想走进襄阳的时光里。”

民宿的红火,是古城从“过境打卡”向“深度停留”转型的微观缩影。

85岁的本土文史研究者李治和,见证古城四十载变迁,常常沿着街巷漫步慢行。昭明台完成保护性修缮,化身沉浸式文化空间,单家祠堂、仲宣楼等文保点位——活化;管线入地、雨污分流、立面整治精细落地;城墙光影秀不再是简单灯光秀,汉水、三国、孟浩然的故事投射在一块块历经风雨的城砖上。

“古城最怕两种命运:要么僵化停滞,日渐凋零;要么过度商业化,丢失灵魂。”李治和感慨,今天的古城更新,始终守住一条底线:居民是古城的主人,游客是古城的客人,主客共生,文脉才能生生不息。

这正是襄阳古城焕新的底层逻辑:文化传承,不是把历史封存在玻璃展柜,而是让文物可触摸、街巷可安居、传统可延续,让千年根脉生长在热气腾腾的烟火日常之中。

业态之新

沉浸体验 文旅产业总收入超900亿元

只靠门票经济,文旅之路走不远。

襄阳清醒地认识到:振兴文旅产业,必须深入践行“文旅+百业、百业+文旅”理念,推动文旅产业与城市建设、消费升级、文体事业、乡村振兴深度融合。

金秋九月行走襄阳,最强烈的感受是“白天有看头,夜晚有逛头”。“襄城八点半”品牌持续升温;城墙光影秀、汉江夜游、管家巷市集、唐城夜游、街头非遗展演次第登场,夜游、夜游、夜游、夜游,夜游完整成型,努力推动“过境游”向“过夜游”转变。

眼下,昭明台和临汉门文旅场景已火爆出圈,未来,襄阳还将推出东门门外——汉江游船《凤起山河》、护城河游船《凤林晚渡》、沉浸式演绎《风起凤鸣》等消费新业态,推动武侯文化、汉水文化与沉浸式体验深度融合,推动古城旅游向深度体验转变;围绕文化创意、体验升级,培育引进特色住宿、餐饮、演艺、商业等业态,进一步激活消费潜能,加快流量变经济。

一碗襄阳牛肉面,就是产业融合最好的样本:全市7000多家早餐店为根基,延伸出预包装食品、文创周边、研学体验,综合产值已达160亿元。小小的一碗面,成了自带传播力的城市IP。

依托五向高铁枢纽优势,襄阳深耕“2至3小时高铁朋友圈”,创新推出休养康养等精品线路。湖北康华国旅总经理郑燕深有体会:“不再是‘上车睡觉、下车拍照’,而是深度沉浸式体验,疗养产品有效破解‘旺丁不旺财’难题。”

“一票贯通,一城礼遇”等机制打通景区、商圈、街区壁垒,程河柳编等乡土非遗走出乡村,周边民宿、采摘、农事体验蓬勃兴起,文旅赋能乡村振兴的图景清晰可见。

央视、人民日报、经济日报多次把镜头对准襄阳:这里不是追求短暂的网红爆款,而是着力培育新业态、新模式、新场景,走一条可持续的长红之路。

更值得深思的是,文旅溢出效应远不止景区营收。

当越来越多的人通过山水人文认识襄阳,愿意来到襄阳、投资襄阳、扎根襄阳,文化软实力就转化为城市能级提升、营商环境优化、人才集聚的硬支撑,成为高质量发展的澎湃动能。

数据显示,全市年游客接待量连续三年突破1亿人次,文旅产业总收入超900亿元,成功入选国家级消费新业态新模式新场景试点城市,实现从“网红城市”向“长红城市”的稳步跨越。

治理之新

环境提升 主客共享美好生活

承办省文旅大会,是文旅系统的一次大考,更是城市治理能力的一场大练兵。

襄阳跳出“文旅办文旅”的局限,树立一个清晰理念:没有围墙的大景区,最好的风景是人。

“江山留胜迹,我辈复登临。”孟浩然笔下的岷山,千百年来矗立城南。今年,岷山绿道提升作为市级重点民生实事全面落地。

项目设有开山辟路、大兴土木,顺着山体原有脉络,在原有40公里基础上新增23.5公里,形成总长63.5公里、“一环一轴十圈”的生态人文廊道。

建设不是“政府配餐”,而是“群众点餐”:观景台放在哪里、驿站设在哪里、出入口怎么布局,方案反复征求登山爱好者、周边村民、普通市民意见,前后多轮调整优化。

沿线5个驿站,6处观景平台有序分布,饮水、如厕、休憩的需求就近得到满足;同时保留部分原始山野小径,兼顾普通市民休闲与硬核徒步爱好者的需求,做到全龄友好、各得其所。

一切围着游客的体验转,古隆中景区完成一场深刻“角色转型”——成立“5A隆中”工作群,220多名员工全部入群,既是岗位工作者,也是流动志愿者。

今年“五一”期间,一对视力障碍的父母带着两个孩子游园,群内一声呼应,绿色通道、免费观光车、全

程引导迅速就位,工作人员还自掏腰包送上隆中纪念小礼物,实现游客需求“分钟级响应”。

服务升级,渗透城市细微末梢——进出城通道,主干道、窗口区域环境精致提质;全城更新文旅导视标识,停车场、旅游公厕、游客驿站加密布局;

智慧文旅平台实现预约、导览、投诉一键通达;市场监管常态化巡查,坚决纠治拉客宰客、虚假宣传;

志愿者身影遍布古城街巷、岷山绿道、各大景区入口,耐心指路、暖心帮扶。

变化,藏在普通人的选择里——古城商户主动学习襄阳历史小故事,遇到游客问路,不再只说“往前走”,还会顺带讲两句身边老建筑的过往;

岷山脚下,不少村民在家门口开起小茶馆、农家小馆,吃上“生态饭”;

社区居民自发维护家门口环境,乐于向外地朋友推荐家乡好去处。管家巷一位店主说得朴素:“游客来看的不只是房子和景色,更是我们襄阳人的精气神。”

王维笔下“襄阳好风日”,是千年前的诗意赞叹;今天的“襄阳好风日”,是新时代的奋斗答卷。

襄阳好风日,今朝更动人。

@襄阳文旅 成绩单请查收

年游客接待量连续三年突破1亿人次,文旅产业总收入超900亿元,“侠义襄阳”全网话题阅读量突破15亿次。

实施“七板块、百项任务”文旅提质工程,总投资超百亿元,已有40个重点文旅项目竣工,以襄阳古城、古隆中、唐城为主体,三条精品文旅线路基本成型。

聚焦打造文旅核心吸引物,引进投资12.4亿元,重点实施“山水城封面大秀”“城地环古今画卷”两大旗舰文旅项目,依托光影科技、数字技术赋能文脉山水,诠释侠义襄阳文化内核。项目建成以来,日均吸引游客7至8万人次,古城客流量同比增长近40%,成为襄阳文旅新地标。

探索“央企引领、国企协同、市场运作、社会参与”多元投融资模式,统筹中建三局、汉江国投、财政奖补、社会资本四类资金,落地古城文旅项目42个,总投资近50亿元,加快创建国家5A级景区。

古隆中景区连片整体开发实施项目26个,总投资近24亿元,目前12个项目顺利竣工,今年暑期古隆中景区游客接待量同比增长23%。

襄阳亿级客流背后的三点启示

游客接待量连续三年突破1亿人次,不只是统计数字,更是沉甸甸的考题:该如何接住汹涌而来的人流?怎样让“人来过”走向“心留下”?

启示一:破题“旺丁不旺财”,襄阳古城的答案是——文脉的根,是烟火不灭的“主客共生”。

年逾百万的客流涌入古城,最容易出现两种困境:要么街区过度商业化,原住民被迫离场,只剩下空洞的打卡布景;要么只重流量不重业态,游客“拍一张照就走”,难以形成深度消费。

襄阳古城的选择十分清醒:古城首先是家园,其次才是景区。坚持针灸式微更新,不搞大拆大建,在保留原有居民生活的基础上优化环境、引导业态。游客向往的从来不是精心布置的“影视城”,而是真实、鲜活、可触摸的城市烟火,亿级客流才有扎根的土壤,流量才能转化为消费、口碑与长久活力。

启示二:回答“城市为谁而建”,岷山绿道的答案是——最好的文旅空间,先属于市民,再分享给游客。

如今常常挤满打卡者的岷山绿道,缘起是市民朴素的呼声:“希望可以从容登岷山”。项目自始至终没有以“打造网红景点”为首要目标,而是以民生需求为原点,打造全城共享的山水平台。

当襄阳人日常在这里登山、骑行、看城,这份发自内心的喜爱,透过社交平台向外传递,自然吸引外地游客慕名而来。一座把最好山水留给百姓的城市,终会收获八方来客的青睐。

启示三:破解“流量留不住”,古隆中的答案是——文化资源不能只“陈列”,要转化为城市长期向上的动能。

作为三国文化核心地标,古隆中沒有躺在厚重历史资源上“吃老本”;三顾路场景重塑、沉浸式研学上线等把静态的历史,变成可参与、可共情的文化体验。

亿级客流的價值,远不止景区门票、餐饮住宿的直接收入。它是城市最鲜活的“广告”,让更多人看见襄阳、了解襄阳,向往襄阳,进而带动人才汇聚、产业落地、营商环境持续优化。文脉的终极意义,是把短期到访的人流,沉淀为城市能级提升的持久势能。

(中社三篇文旅公司负责人 吕武武)

一城烟火 八方心声

@浅草微风
“最难得的是古城没有把原住民赶走。”以前总担心改造后,老街就只剩商铺,没有生活气。现在走管家巷,既能看非遗、打卡游玩,还能看见街坊邻里买菜闲谈。这种主客共生的烟火,才是襄阳最动人的地方。

@山涧听松
绿道不是为网红打卡专门修的,是回应很多市民12345的期盼。废弃采石坑变成观景台,山路好走了,驿站、厕所配套,不用远游,家门口就有山水诗意。这样的民生工程,我们真心点赞!

@南来的云
“很多古迹是‘看历史’,在隆中是‘走进历史’。”厚重的三国文化不再遥远冰冷,能互动、可共情。襄阳的文旅,是在用真心讲好自己的故事。

@路上的阿凯
“打动我的不只是景点,是一座城市开放包容的诚意。”机关学校停车场节假日对外地车免费开放,市民热情实在,志愿者随处可见。亿级客流涌来,没有漫天溢价,没有刻意炒作。看得出来,襄阳不是“赚一波流量就走”,是真心想把客人留住。

彩灯闪耀下的汉江游轮。

从昭明台到临汉门,襄阳古城一片金辉。

一江汉水穿城而过。