



精致襄城
千年古韵正青春

古城焕新 半城烟火半城诗

襄阳古城是全国保存最完整的十大古城之一，周长7.3公里，环绕城垣的护城河，最宽处达250米，平均宽度180米，是亚洲最宽的护城河，素有“华夏第一城池”的美誉。

襄城区始终贯彻“老城不能再拆”的保护底线，按照“保护优先、循序渐进、全域盘活”的实施路径，在空间格局上，构建起“一轴三线四片区”的总体框架，以昭明台至临汉门为中轴，临汉门、昭明台、仲宣楼三个高点形成三条视线通廊，打造县学宫、荆州古治、校士坊、襄王府四大体验片区。

昭明台完成全方位展陈提升，落地三国MR沉浸式体验项目；临汉门广场完成改造，与临汉门公园连成整体，广场拓展至3600平方米。

古城核心片区启动“拆墙并院”城市更新行动，首批试点覆盖新街、昭明台、荆州街三个社区，短短半年累计拆除围墙1800米、违建74处，释放公共

空间约8000平方米。曾经被切割成一座座封闭孤岛的老旧院落，如今院落相连、街巷相通，古城本应有的肌理重新清晰显现。

夜幕降临，古城换了一副面孔。

临汉门巨型裸眼3D光影秀璀璨启幕，楚风古韵、三国风云等文化图景在斑驳古墙砖垣上动态流转，江面游船流光曳影，古城街巷市集人声鼎沸、乐声萦绕，古今交融的夜色画卷徐徐铺展。

城池光影沉浸式船游大秀《侠映山河》《凤林晚渡》上线，航线串联米公祠、长虹大桥、夫人城等核心地标，实现“船在江中走、人在戏中游”。东门外，6艘仿古船屋临水排布，复刻古代“千帆所聚”的船市盛景。

如今，襄阳古城已成功构建“城墙光影+汉江夜游+实景演艺+街区夜市”的全域夜游体系。“进了襄阳城，就是戏中人”——这句话，正在被越来越多游客验证。

景区上新 一步一景皆入戏

古城焕新，让历史可触可感；景区上新，则让文化可入戏可消费。

襄城以古隆中、唐城等核心景区为引擎，以文化为魂、体验为核、运营为要，把静态资源变成动态场景，推动景区从看景入戏、从门票经济向综合消费升级。

9月8日午后，走进古隆中，雾森系统喷出细密水雾，月英潭仿若仙境。一群身着汉服的年轻人正围着NPC领取任务卡，选择阵营、闯关答题、赚取积分。一名来自武汉的大学生扬了扬手中的任务卡说：“没想到逛景区还能像玩剧本杀一样，一边闯关一边了解三国故事。”

这是景区常态化运营的原创大型三国主题剧本游，50多名NPC还原三国人物，兼顾知识普及与参与感。

暑期数据显示，游客停留时间从1至2小时提升至4.5至5小时，实现从半日观光到深度参与的转变。

文化表达也在“上新”。武侯祠、三顾堂、草庐等古建筑群展陈升级，还原纪念诸葛亮的文章书画、三顾文化作品，以及汉代生活美学与诸葛亮隆中生活场景。核心点位开起文创店、奶茶店、咖啡店，引入契合景区风格的手作、中式茶饮商家，“一店一品”让年轻人愿意停下来、坐下来。投入约600万元、单场可容纳100人的“遇见诸葛亮”沉浸式小剧场也十分受欢迎。

今年8月，景区人流同比增长22%，综合收入同比增长42%；游客平均年龄下降，亲子游占比增至40%至50%，大学生群体显著提升。

湖北文旅襄阳集团有限公司董事长罗圆介绍，表面看是业

态升级、场景再造，本质上是在文化传承与市场逻辑之间找到了一条融合之路，用沉浸式体验让三国文化从书本里走出来、从殿堂里走下来，变成年轻人愿意参与、愿意消费、愿意传播的生活方式。这不仅是景区的转型，更是文化自信的落地。

唐城，则把“盛唐”做成了一场可进入的梦。

9月8日傍晚，暮色从汉江边漫上唐城，朱雀大街两侧的宫灯次第亮起。飞檐翘角被暖黄灯火勾勒出轮廓，街巷里汉服游人穿梭，文创摊、汉服店前围满年轻面孔。

不远处，剧本游NPC摇着折扇招募“进京赶考的举子”，汉服店门口排起妆造小队。从白天到入夜，游客在街巷里慢慢走、慢慢看、慢慢入戏。

唐城2015年开园，去年投资3.2亿元，进行硬件设施优化、游玩业态扩容、暖心服务升级。

唐城景区总经理王亮介绍，景区将“舒适度”作为核心改造目标，对宣政殿、环殿等四大殿加装中央空调并全面对外开放，可同时容纳4000名游客休憩游览。新增翠微宫、上官婉儿府等30个特色游玩景点，梳理展示15万件古法匠心手作，让游客在实景中追剧、在剧中游园。

此外，唐城打造了中国首部史诗级实景沉浸式马战演艺秀《六骏传奇》，近百名演职人员与50匹骏马参演；NPC带领游客穿行唐城街巷、殿宇楼阁，实景讲解盛唐历史典故、景区文化底蕴，让游客沉浸式解锁盛唐风貌。

据统计，近3个月，在景区内停留6小时以上游客占比70%，8至10小时的深度游览游客占比达到19.2%。

襄阳好风日，大美在襄城。

汉江奔流，在此揽山水入怀；古城巍峨，于此阅千年如一。2026年湖北文化旅游发展大会在襄阳市襄城区召开。这座承载2800多年建城史的“首善之区”，正以古韵与新潮交织的姿态，迎接八方宾朋。

近年来，襄城区深入实施“文化立区、旅游活区”战略，已建成5A级景区1个、4A级景区3个、3A级景区3个，拥有2个国家级夜间文化和旅游消费集聚区、1个国家级旅游休闲街区。

襄城区委书记周俊明表示，襄城将深入贯彻落实省委十二届十二次全会精神，坚持全域联动，深入实施“文体旅+”行动，大力发展文化创意、体育运动、现代服务业，让千年文脉活起来、文旅品牌强起来、全域消费燃起来，全力打造全国知名的文化旅游目的地和运动休闲示范区。



古隆中牌坊。



北街夜景。



管家巷。



临汉门。

模式创新 旧厂新景两相宜

工业遗存活化是襄城模式创新的最有力注脚。

走进603文创园，红砖厂房、锈色管道、老式印刷机静静矗立，仿佛还能听见当年《新华字典》印刷机的轰鸣。

如今，这里已集聚70余家企业，带动3000余人创业就业，年产值近3亿元。“印·刻非遗传承中心”“侠义襄阳”新春音乐会，传统文化与现代艺术交融，为市民和游客带来一个又一个惊喜。

沉寂多年的609园区重新有了烟火气，近20家企业签约落户。红砖厂房、老宿舍楼、水杉林荫道，处处都是天然的年代剧片场。风格别致的民宿节假日“一房难求”。

让工业记忆重新有温度的同时，襄城还把目光投向了更广阔的乡野，打破“重城轻乡”思路。

襄城把古城文旅、都市业态、田园休闲三个圈层统筹起来，探索出“城乡互补、场景共生、全域升温”的特色路径。

卧龙镇屠巷村，“世界岛”麦田咖啡馆创新“田园观光+咖啡休闲”模式，海归青年将都市休闲植入乡野，围绕季节更替精心规划，小麦、向日葵、波斯菊等随季节播种，让游客全年都能感受乡村的不同韵味。

尹集乡白云村，“窑·远”面包房里香气扑鼻，95后返乡空姐葛悦琪辞去工作扎根乡村，让这座小面包房成为市民近郊打卡的热门地。同为返乡青年的90后李玥，开了“田埂民宿”，推出“民宿+采摘”套餐，主打田园风，每天客满。

业态更新 古韵今风共潮生

作为国家级消费新业态、新模式、新场景试点的核心区，襄城聚焦青年、品质、体验三大消费赛道，大力培育首店经济、咖啡经济、非遗文创等新业态，持续做大文旅流量蓄水池，让千年古城在文旅融合中焕发出年轻的活力。

首店经济，为文旅消费注入“新流量”。

今年“五一”，全省首家UTO户外运动体验馆落户马跃檀溪街区。这个长期服务国家冰雪、皮划艇项目国家队的专业户外运动品牌，把门店与岷山绿道、真武山户外资源串联起来，打造了集装备零售、场景体验、社群服务、路线规划于一体的复合型户外运动驿站。

“我们创新装备+运动+社交+休闲模式，让户外运动从单纯购物变成沉浸式体验消费，最大化释放首店引流效应。”品牌负责人说。

新能源汽车综合体同样落户襄城，汇聚60余个主流汽车品牌。这里不光是卖车，还常态化举办车展、车友音乐节、房车露营等特色活动，构建起集购车体验、文旅休闲、售后服务于一体的全链条消费体系。

咖啡经济，一缕醇香连接千年文脉与现代消费。

从护城河畔的微风到岷山脚下的绿意，从古城街巷的斑驳砖墙到乡村田野的质朴烟火，襄城的角角落落正被愈发浓郁的咖啡香气包裹。

本土“老字号”的跨界，襄阳丽波乳业进军咖啡领域，两家落子古城片区；古城内的咖啡馆早已超越单纯的饮品供给，转向“咖啡+”多元业态的深度探索，它们巧妙融合三国文化、

目前，尹集乡近郊全年接待游客超200万人次，串联起多个村庄形成特色休闲旅游带。

城里有景，乡里有味，而赛事与美食，则把“流量”变成了“留量”。

今年7月，总投资2.77亿元的扁山文旅体育公园迎来首秀，这座集专业赛事、全民健身、休闲旅游于一体的城市体育新地标正式向公众敞开怀抱。

园区配备18片高标准专业网球场、标准足球场、攀岩体验区及壁球馆，同时配套户外露营基地与亲子游乐专区，共计20余项特色运动休闲业态，可承接国家级专业赛事，也全面向社会公众开放。

2026年襄城区大众足球联赛在此打响，来自全区9个乡镇、街道及区直机关的10支代表队、近200名运动员踏上崭新草坪，赛事持续至8月29日，共设49场比赛。襄城创新“赛事+文旅+消费”模式，凭赛事票根可享受景区门票、文创产品等专属优惠。

赛事聚人气，美食留人心。

闸口大虾五年“三级跳”，从虾店不足10家蝶变为年营业额超3000万元的区域文旅IP，旺季日均客流超8000人次。

“大虾季”期间外地游客专程坐高铁来襄城，“就是为了吃一口正宗的闸口大虾”。轴承二路夜市完成“工业风”改造，以“传承工业记忆，激活市井活力”为核心，路面镶嵌的齿轮图案与“轴承夜市你好！”标识成为连接过往与当下的“怀旧密码”。