



冲刺国家5A级旅游景区 巴山大峡谷8月底前完成“大变装”



巴山大峡谷桑树坪晨景。(巴山大峡谷景区供图)

今年以来,达州全力推进巴山大峡谷创建全市首个国家5A级景区,启动创5A半年攻坚行动,加速项目建设、环境提升、服务提能等,景区正迎来“大变装”。

◆为何变 带动周边文旅产业发展

“以创5A级景区为目标开展半年攻坚,不是一时兴起。”达州市巴山大峡谷八台山文旅融合发展中心党委书记、主任马春霞说,这是达州文旅产业发展的现实所需,也是推进景区所在地及周边乡村振兴发展的有力抓手。

一方面,目前全省有18个5A级景区,而达州有15个4A级景区,尚无5A级景区,缺少一张带动全市文旅产业发展的“金字招牌”。

从全市资源看,巴山大峡谷景区的景观资源等最具创5A级景区的条件。“景区就是按照5A级景区标准建设,2023年7月还通过了国家5A级旅游景区景观质量评价。”马春霞说,当地种类齐全的褶皱地貌、4处较为集中的崖柏群和巴文化,被认定为景区的独特资源。

另一方面,巴山大峡谷是文旅扶贫开发景区,曾带动片区内4个土家族乡102个贫困村9.1万贫困人口如期脱贫。创成5A级景区后,有望进一步帮助片区脱

贫人口增收致富,填补万达开地区没有5A级景区的空白,带动全市乃至万达开地区文旅产业发展。

“眼下,我们对标3月起实施的《旅游景区质量等级划分》国家标准补短板,对基础设施、景观节点、服务设施、文化内涵、智慧旅游5大类36项进行针对性提档升级,同时全面修订完善景区管理制度,打响文旅融合‘赋能战’和宣传营销‘突围战’。”马春霞介绍,8月底景区所有改造将全面完工。

◆如何变 “颜值”“气质”同步提升

环顾景区游客中心,多栋建筑的四周打着围栏,外墙被钢筋脚手架包围,建筑工人在逐渐成形的屋顶上忙碌。“正进行外立面翻新。”马春霞领着记者走了一圈,“游客中心及停车场即将换面貌,内部配齐母婴室等设施。”

景区内的多处景点也都在“改头换面”。记者在桃溪谷景点看到,桃溪谷与环山栈道形成了9.6公里的徒步环线。目前,漂流首站旅游厕所改造、漂流末站休闲亭顶

瓦改造、游步道修复以及5G高速智能网络线缆铺设等工作正紧密开展;在环线开阔区域还增设了一批茶饮販售点、凉棚等,供游客休息。

改变的不仅是景区“颜值”,还有“气质”。行走在景区,记者注意到,工作人员都身着融入土家族元素的工作服。

景区所在区域是四川唯一的土家族聚集地。“学术研究普遍认为,土家族是古代巴人的后裔。”达州市大巴山文化旅游发展有限公司董事长陈国庆打开地图导航显示,我国巴文化中心遗址之一的罗家坝遗址,距离景区仅五六十公里,“巴文化是景区三大独特资源之一。”景区今年新推出的“祈福巴山 万物共生”实景互动演艺、土家婚俗非遗秀,都注重游客沉浸式互动体验,在清明节、五一节、端午节三个假期引来同比超50%的游客。

这场“变装记”不仅是景区的自我提升,更是达州文旅产业迈向更高台阶的重要一步。让我们共同期待一个更具魅力的巴山大峡谷,以崭新姿态迎接八方游客!

□川观新闻记者 袁城霖 徐洋



达州需要一只 “会社交的虎”

□李杏

Labubu爆火全球,巴小虎却仍在文旅宣传册上守望,二者的鲜明对比,凸显达州巴小虎IP发展的困境。Labubu本质上是对互联网原住民一代消费心理的精准解码,靠社交货币化与情感经济构建起庞大商业帝国。而巴小虎虽有地域文化基因,却缺乏当代转译,难以与年轻人共鸣,在市场影响力上远不及Labubu。达州需要一只“会社交的虎”。

从淄博烧烤、荣昌卤鹅等成功案例看,巴小虎若想破圈,必须要完成从设计语言到运营机制的革新。设计创新上,打破巴小虎单一形象,融入非遗等元素实现现代表达,让传统图腾焕发新生。

运营上,可以通过联名、跨界营销、沉浸式场景打造以及构建情感价值体系,让巴小虎成为年轻人的情感寄托与社交货币。比如,联合国内潮玩商家推出巴小虎盲盒系列,设计地域特色隐藏款,刺激收藏热情;建设巴小虎主题VR体验馆,打造沉浸式体验场景等;创作相关漫画,建立情感锚点,使巴小虎融入年轻人生活。

城市IP化进程中,达州应将巴小虎IP战略深度嵌入城市发展。设立专项产业基金,激活创作土壤;打通版权流转链路,助力巴小虎相关版权的运营与发展;在旧城改造中规划巴小虎主题街区,参考成都春熙路的巨型熊猫爬墙、锦里古街的熊猫文创店,提升城市在文化认同、经济生态与城市形象等多维度的影响力。

在情感经济时代,巴小虎需与当代审美同频,才能在全国城市IP竞争中脱颖而出,实现城市从“地理存在”到“文化存在”的蜕变。



信用卡从钱包C位滑向抽屉深处
鸡肋的权益
与转变的消费观

详见10版