

“小”县城盘活文旅“大”文章之竹山桃花源街区观察

探秘网红街 寻梦桃花源

且看竹山如何“调动一座城 干成一件事”

开 栏 语

2024年,我市《政府工作报告》提出“深入推进文旅融合,打造世界文化旅游目的地”,十堰文旅迈向融合化、全域化发展的快车道,国际化、数字化发展的新赛道,迎来突破性发展重大历史机遇。

近年来,我市各县市区结合各自特色,打造火爆出圈的文旅街区。为深入探索各地如何通过打造一条街带火一座城,借助文旅热带动经济火,聚焦不同的特色和发展路径,十堰日报社即日起推出《“小”县城盘活文旅“大”文章》系列报道。

■记者 雷勇 陈立波 刘青 黄勤 李强 祝梦
特约记者 董武 向继华 通讯员 权小龙

从淄博烧烤到哈尔滨冰雪旅游爆红,从因电视剧《繁花》而引人打卡的上海,到一首《早安隆回》掀起隆回县旅游热……过去一年,“现象级”网红打卡点频上热搜,甚至在今年“两会”期间引得不少代表委员热议。“网红经济模式”似乎正逐步成为城市文旅“出圈”的一条火热赛道。

商务部把2024年定为“消费促进年”。如何刺激消

费、拉动内需、激发市场活力?在“流量经济”重构传统商业模式背景下,每个城市都在寻找自己的答案。

竹山县有着得天独厚的资源禀赋。堵河、霍河穿城而过,串联起桃花源文化、绿松石文化、女娲文化等,文化底蕴深厚。

城市“出圈”要靠政府“出招”。为突破竹山县文旅发展“瓶颈”,竹山县委、县政府果断“入局”,位于两河交汇处的桃花源街区应运而生。

今年“五一”期间,竹山桃花源街区一开街,就迎来了一波“流量井喷”。

闪烁的霓虹灯下,街区游人如织。据街区人脸识别系统监测,“五一”当天人流量突破10万人次。节后流量虽有小幅回落,但开街3个多月以来,街区持续呈现火热态势,火锅店、炸串店、汉服馆、电影院、小酒馆……各类业态商铺游客络绎不绝,这座小县城迎来了前所未有的热气和人气。

放眼全国,“网红街区”爆火并非新鲜事。但作为一座小县城,竹山缘何能将有限的资源发挥出最大效益,推动桃花源街区在众多网红打卡点中突出重围?其背后的运营模式和发展逻辑引人深思。



夜幕下的桃花源街区流光溢彩。(图由竹山县委宣传部提供)

共创:举全县之力“不花钱、办成事,花小钱、办大事”

作为一座小县城,将有限的资金发挥出最大的效能,是构建“网红打卡地”的一大难关。竹山县委、县政府给出“不花钱、办成事,花小钱,办大事”12字方案,调动全县资源,汇聚全县之智,让善意、真诚、服务成为桃花源街区的宝贵内核。

30多岁的储姓兄弟在街区开了一家“鱼你幸福”加盟店,开街当天营业额突破万元,面对节后流量正常回落,兄弟俩对长久发展仍然保持信心。

“房租减半,政府接二连三开展大型活动,引来了人气,带来了财气。”哥哥储涛说,“关键是,我们店铺的背后,有政府单位‘站台’。”

县南水北调办公室是该店的“店小二”。从前期的手续办理、到解决排水问题,“店小二”有呼必应。用店铺服务员的话说,“他们经常来,水杯都放在这儿,有他们在,我们经营更有安全感。”

“店小二”不是该店的专属。桃花源街区已经入驻的200多家店铺,全部配备了“店小二”单位,“店小二”单位不仅负责把商铺招引进来,还要助力商铺能健康持

久经营。这是竹山县用共同缔造“金钥匙”,赋能街区发展的鲜明特色。

在街区硬件建设上,竹山同样巧妙布局,借势借力。

桃花源街区前身是竹山绿松石城,受电商行业冲击,不少绿松石店铺闲置。该县依托绿松石城独特的仿古建设风格,让“老街区”摇身一变成“新网红”。

该县成立由国企主导的竹山桃花源文旅公司负责街区运营。运营公司经过与商铺所有方逐一谈判争取,最终将店铺统一租回,再按需出租给商户,并且约定前两年租金减半的优惠政策,让利入驻商户。

对商铺所有者来说,盘活了闲置资产;对入驻商户来说,享受了租金减免优惠;对运营公司来说,通过盘活闲置资产增收,反哺街区公共服务,一举多得,良性循环。

若说硬件景观是网红打卡点之“形”,那么异彩纷呈的文化则是网红打卡地“灵魂”所在。如何用最小的代价烹制出最精彩的文化大餐,竹山给出了与众不同的答案。

该县将目光瞄向县域独具风情的民俗文化,以“巡演周”的形式,全县17个乡镇和几十个县直单位自发轮流一周。由政府主导、乡镇动员、民间文化文艺积极分子踊跃参与的“巡演模式”悄然形成。

一方面倒逼各乡镇深挖地域文化特色和文化潜力,发挥各自优势办好一桌文化大餐,激发文化自信,推动乡村振兴;另一方面,乡镇通过将这道文化大餐搬到桃花源街区大舞台,形成城乡互动、交流互鉴的生动格局。

“抢着来,争着干。”竹山县文化馆党支部书记、桃花源艺术团团长沈红波这样描述。“草根艺人有了展示舞台,乡镇有了推介窗口,街区有了文化灵魂,这也是我们百姓大舞台独具魅力之处。”

单点引爆,全域开花。据统计,桃花源街区火热开街以来,竹山县梅花谷、圣水湖、女娲山、官渡武陵峡桃花源景区等旅游景点迎来了一波小高峰,景区流量翻番。

绿松石城,活了;民俗文化,火了;旅游经济,热了。

变化:街区爆火带来“流量井喷” 重塑小县城配套服务和基层治理格局

“酒店一房难求,交通拥堵,网络短暂时崩溃,附近的乡镇住宿都全部爆满……”今年“五一”开街,“泼天的流量”涌入竹山,给这座小县城带来了前所未有的机遇和挑战。

县城的日常游客承载量和节点性“流量井喷”,必然存在着不对等问题,也检阅着一座县城的应变能力和治理水平。

协调引导职教集团学校、县委党校等有接待房间的县直部门为游客应急开放,提前准备4辆通信应急车保障信号稳定,公共停车场全部抬杆,公安、交警全员上阵……竹山的应对有条不紊。

无论是爆火的“淄博烧烤”,还是“尔滨IP”,文旅“出圈”的基础逻辑是向游客传递善意、真诚、温暖,这是一个涵盖文旅品牌建设、社会基层治理、城市服务水平等诸多领域的系统工程,只有把这个系统做好,“流量”才能转换成“留量”。

竹山县如何以网红街区爆火为契机,更新城市服务水平,重塑基层治理格局?

一是完善硬件,让接待能力更具“弹性”。

通过对日常接待需求和关键节点的接待体量合理评估,通过政府引导职教集团等机构增设弹性空间,同时适量引进快捷酒店、鼓励建设特色民宿和停车场,后期还将计划在沿河堤增设帐篷露营地,确保日常期间资源不浪费,高峰期接待不“爆表”。

二是提升温度,开启城市服务“极速模式”。

“五一”期间,该县创新性开通“4456789”事事顺求助热线。该县市场监管局局长刘启富率20余人的专班入驻街区,开启“7×24”值班模式,16台座机可同时打进,一站式解决游客、商铺、市民“吃住行游购娱”等各种诉求。

“订不到酒店了,请帮我查询哪里还有空房?”开街期间,张女士一家先后跑了两家酒店均被告知爆满,在酒店服务人员的介绍下拨通了“事事顺”热线,仅3分钟的时间,热线就查询到空房,且在张女士的授意下直接为其预订。

未来,竹山县将把“事事顺”打造成为“竹山人民都知道,一个热线管所有”的服务品牌,深度融入服务群众日常生活中,主打“万事可呼,极速办理”。

三是智慧赋能,提升社会基层治理“能级”。

在竹山“女骑警”交通诉求“极速响应”的基础上,该县以服务“大流量”为契机,创新探索“智慧交通”新模式,在高速重要路段增设分流引导牌、在县城重要路段增设自动升降桩,通过“一键遥控”即能实现人车精准分流,一举缓解“扎堆进城”“车流集中”等交通问题。

每逢周末和节假日,县城所有机关、企事业单位、小区和公共停车场全部“抬杆”,让车位于游客。上线“智慧停车”系统,以大数据为依托,实现“一键寻车位”……

“流量井喷”或许需要天时、地利,但竹山县却以“人和”为出发点,在应对“大流量”的挑战中,抓住了重塑城市基层治理格局的契机,找到了“管一时”和“管长远”的平衡点,以城市服务水平和治理水平之变,持续赋能百姓幸福生活。



文化盛宴接续上演,吸引众多游客。(图由竹山县委宣传部提供)



上庸滚龙在桃花源街区巡演。(图/通讯员 章伟)



竹山桃花源街区游人如织。(图/通讯员 章伟)

探源:从《桃花源记》原型地到民俗风情“网红街区”有了厚重底色

春来遍是桃花水,不辨仙源何处寻。

青峰巍峨、堵河壮阔,穿过雄浑壮丽的武陵峡,从“山有小口,仿佛若有光”的“一线天”进入峡谷之中,而后眼前豁然开朗,耕地成片、阡陌纵横,几处农家小院升起袅袅炊烟,鸡鸣狗吠之声在山间回响……距离竹山县城2个小时车程的官渡镇武陵峡,据传为陶渊明名篇《桃花源记》的原型地。

华中科技大学张良皋教授生前长期致力于民俗历史文化研究,曾3次赴竹山实地考察武陵峡,提出了强有力的确凿证据,认为竹山县武陵源更近乎《桃花源记》原型地。

竹山县网红街区为何以“桃花源”为名,至此有了答案。

“县城的桃花源街区,是官渡镇武陵峡桃花源景区的‘驿站’和‘前哨’。”竹山县委宣传部相关负责人表示,“网红街区的爆款属性和官渡镇桃花源景区厚重的文化底蕴深度融合,共同唱响‘竹山桃花源’文旅名片。”

远眺两河之上的桃花源街区,在袅

袅的雾中若隐若现,颇有几分神秘飘逸之感,街区内部,墙体手绘桃源秘境风光,街巷均以“阡陌巷”“忘路巷”命名……其风韵和文化内涵与《桃花源记》一脉相承。

做好文旅是“长远账”,只靠一时的噱头还远远不够。只有依托历史、文化的厚土,才能让文旅发展更为茁壮。

竹山县以《桃花源记》原型地为爆点,以“乡镇展演周”为支点,通过独特的历史渊源和民俗文化,一同为网红街区铺厚文化底色。

今年60岁的张佑德被称为竹山“两宝”之一,是“官渡民歌”非遗文化传承人。虽已入选省级非物质文化遗产名录,但张佑德很长一段时间仍为官渡民歌传承一筹莫展。

“以前咱官渡镇人人都能哼两句,现在我们桃源村唱得好的年轻人只有十几个。”张佑德神色落寞,忽而又眼前一亮,“好在桃花源街区火爆开街,咱官渡镇和官渡民歌跟着火了起来。”官渡镇“值周”后,独具地方特色民歌唱腔在抖音、朋友

圈广泛传播,不少网友大呼“过瘾”,呼吁官渡镇“再值一周”。

乡镇来值周,百姓唱主角。一头连着网红街区的文化爆点,一头连着民俗文化的传承发扬。“五一”开街以来,各乡镇轮番上阵,让桃花源街区精彩不断,以文气聚拢了人气。

竹山民间民俗文化诸如上庸滚龙和堵河纤夫、官渡镇桃花源民歌联唱和花轿迎亲、柳林古盐道文化、麻家渡剪纸文化等在街区舞台大放异彩;堵河剪纸、竹山糍豆腐等非遗传承项目备受追捧;双台乡打水仗、大庙乡庸王出征、深河乡抛绣球、文峰乡梦回大唐等别出心裁的创意项目新颖独特;常态化的汉服秀、时装秀、农耕秀、玩偶、机甲、卡通人物,戏剧、电音、杂技、歌舞、蹦迪,在街区实现了国潮风和现代风的完美结合……漫步街区,就是一次穿越时空的视听体验。

17个乡镇就是17支策划团队,以民俗文化为引,八仙过海,各显神通。独特的模式赋予了街区强大的内容创造力。

至此,桃花源街区的“灵魂”,有了。

思考:从“爆红”到“长红” 桃花源街区仍然“在路上”

当然,“网红”只是第一步,做好文旅文章,不能只看短暂的热度和眼前的效益,从“网红”到“长红”,必然是长路漫漫,需要地方政府不断守正创新,方能跳出网红打卡点的“周期律”。

“标头炸串”是桃花源街区较为火爆的店铺之一。店主邹映波盘算了一下营业额:“五一”期间日营业额能破万,随着流量回落,日前营业额呈下滑趋势。“本地游客消费意愿随游玩次数增多而下降。”“青岛蘸酱鱿鱼”店主蔡女士也表达了自己的担忧。

放眼长远,竹山县委、县政府早已深谙:文旅需要网红,但网红不是文旅的全部。

8月18日,竹山桃花湾水上乐园正式开园,人气火爆。一方面,竹山正着力打造有产业集聚力、消费拉动力和广泛影响力的城市文旅新格局,以桃花源街区为支点,沿城区堵河逐步开发水上乐园、茶山研学基地、健康步道等多业态文旅综合体,串点成线,连线成片,锚定“一座县城就是一座4A级景区”目标持续前进;另一方面,该县正全力将官渡桃花源景区朝着5A级景区目标打造,全力栽好梧桐树引来更多“金凤凰”。

“如果把县城游客放在第1层,市

区游客放在第2层,市外游客放在第3层,则现阶段桃花源街区游客地域分布模型为“金字塔”模型,持续提升街区消费水平,关键在于不断扩大外地游客占比,推动该模型朝着“梯形”“正方形”乃至“倒金字塔”转换。”竹山县委宣传部相关负责人介绍,“这是接下来很长一段时间,竹山县要去完成和突破的目标。”

可喜的是,投资8亿多元的洪大路改扩建工程已经顺利开工,竹山县拟将大九湖景区入竹通道打造成为“中国最美旅游公路”,届时,大九湖游客可直接入竹探秘桃源秘境。官渡镇武陵峡桃花源5A级风景区创建工作正式启动,旅游高速公路也列入规划。这些,都是该县致力全域旅游迈入快车道的关键之举。日前,竹山文旅产业的新质生产力和消费力正逐步提升。

从“爆红”到“长红”,桃花源街区未来仍有很长的路要走,竹山县正全力以赴!