

让「野景点」不再野蛮生长

易水



日前，一名驴友在广东英德市网红打卡地“一线天”溺亡，家属向21名同伴索赔86万元，引起社会广泛关注。当地此前发布通告称，“一线天”等区域是自然保护区不是旅游区，未对社会公众开放，对未经批准擅自进入上述区域探险、戏水、溯溪者，将依据相关法律法规和政策进行严厉处罚。

近年来，随着人们生活水平的不断提高、社交媒体的广泛应用以及新兴旅游方式的涌现，一些游客不再满足于游览传统的景区，逐渐热衷于探索游玩一些未开发、人烟稀少的“野景点”。

所谓“野景点”就是指未经开发、未纳入正规管理、不向游客开放的自然地带。这些区域往往因缺乏专业管理和科学保护，极易产生游客安全、环境破坏等问题。

事实上，近几年，从相关部门、相关地方到相关平台都在积极治理“野景点”乱象。2022年11月，文化和旅游部等十四部门印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》明确提出，避免在没有正式开发开放接待旅游者、缺乏安全保障的“野景点”和违规经营的私设“景点”开展露营活动；2024年10月，应急管理部召开会议强调，加强对“野景区”、网红打卡点的安全警示宣传和流动巡查，严防违规冒险进入……

一些平台也陆续行动起来。2024年7月，抖音发布公告称，启动为期两个月的“风险地点”专项治理行动，重点关注“野景点”游玩，包括用户发布的涉及未开发区域或非专业人员进行的高危景点打卡、露营、探索、穿越等内容。治理“野景点”乱象，需要多部门、多地方、多层次、多渠道、多平台共同发力，携手共治。

首先，进一步加强对游客的宣传教育。针对“野景点”的安全风险，运用多种形式、多种手段、多种渠道深入开展对游客宣传和安全教育。例如，用VR/AR模拟“野景点”事故场景，通过多渠道向游客开展沉浸式宣传；尝试邀请“野景点”事故中的遇险者现身说法，参与公益宣传片、纪录片的录制，通过讲述真实经历让游客受到深刻教育。

同时，向游客加大相关法律法规宣传教育，进一步强化警示震慑作用。比如，根据现实案例，对于破坏未开放区域生态环境的行为，游客可能会遭遇公益诉讼；根据一些地方条例，擅自进入封闭区域或者“野景点”，一旦遇险或者迷路，游客需自行承担救援费用。

其次，建立明确的责任分工和联动治理机制。治理“野景点”出实效，需要上一盘棋，多方积极联动。从责任分工来看，自然资源、林草等部门加强矿山、森林、草原等风险监测，文旅部门加强行业管理、文明旅游宣传，地方政府加强落实属地责任……同时，公安、应急、环保等部门定期巡查，展开联合执法，对违规进入者进行罚款等处罚。

再次，疏堵结合，积极推出“替代方案”。有些游客为什么喜欢去“野景点”，这是需要探问的。其中一个重要原因就是，由于游客需求越来越多样化、个性化，再加上社交媒体的兴起，游客容易被网络信息所吸引，去探寻小众独特的“野景点”。

对于平台而言，一方面，抖音、小红书、B站等平台应加大内容审核力度，下架违规推荐的“野景点”打卡指南等，并对相关内容标注醒目的风险提示；另一方面，相关平台可以利用算法，向搜索相关“野景点”的用户优先推送官方安全提示以及正规景区推荐。对于商家而言，旅行社、在线旅游企业等旅游经营者不得将“野景点”作为旅游产品予以销售和推荐。

除了“堵”，也要“疏”，积极推出替代性方案、补偿性方案。比如，开发替代路线，探索推出合规的替代性观景路线或产品，分散人流；条件许可成熟的情况下，将“野景点”的“安全区域”进行系统规划、科学打造，回应游客需求；而一些正规景区更要自我反思、自我检视，不断推出真正适应游客需求的新产品、新线路、新体验。

这方面，北京怀柔箭扣长城的案例值得借鉴。箭扣长城一直是驴友热衷攀登的“野长城”，此前多次发生过驴友遇险事故。今年北京怀柔区两会期间，怀柔区文化和旅游局相关负责人表示，为正向引导公众合法参观游览长城，将围绕箭扣长城修缮工程，开展公众参与长城参观、修缮等活动，推出箭扣长城展示节点，通过标识等手段，提供了解箭扣长城的小型游览路径。

最后，进一步加强科技手段的综合运用。探索在“野景点”附近配置智能监控，合理安装红外摄像头、无人机巡查等；构建电子围栏，联合相关通信运营商，通过手机基站发送预警短信；联合高德地图、百度地图等位置服务类应用，探索在“野景点”坐落弹出风险警告，并提供最近的安全景区导航；在网红“野景点”安装感应式广播，游客靠近时自动播放安全提示等。

广东老牌主题公园的“变与不变”

陈熠瑶



前往深圳锦绣中华民俗村，与身着华服的NPC在“半遮面茶楼”吃上一杯宋式“点茶”；赴深圳世界之窗，观看千架无人机以埃菲尔铁塔为背景，变幻出“我爱深圳”等主题图案；再去广州长隆水上乐园，体验如巨蟒盘踞天际的260米超长滑道冲天双浪浪……广东省多个主题公园凭借几十年对文化坚守的“不变”和对产品创新的“求变”，不断推陈出新，加快迭代速度，以应对当前多元化、个性化的旅游需求，满足游客对主题乐园的期待。

做“中国文化传播者”

踏入深圳锦绣中华民俗村的“锦绣盛世·梦华录”主题区，仿佛进入一幅流动的宋韵画卷。“我很喜欢这个主题区，之前看剧就很喜欢宋朝的清雅审美，没想到在这里可以做一个‘宋人’，亲手做一碗宋式‘点茶’，体验感很强。”身着宋代服饰百褶裙的湖南游客张女士一边研磨茶粉，一边说。

2024年底，深圳锦绣中华民俗村联手腾讯视频，获得影视剧《梦华录》IP官方授权，打造了大型国风沉浸式新文娱主题区“锦绣盛世·梦华录”。主题区内各处上演沉浸式演艺，让游客随时随地成为“剧中人”。五一假期，主题区通过“半遮面茶楼点茶”“便

宜坊叫卖”等数十个演艺互动场景，打造了全龄段皆可参与的沉浸式国风文旅体验，关联带动主题茶饮、美食、手作、非遗体验等商业业态，游客在这里不仅是观众，更是“主角”。

深圳锦绣中华民俗村由深圳锦绣中华主题乐园和深圳中国民俗文化村合并而成。深圳锦绣中华主题乐园建于1989年，是我国第一个微缩景观主题乐园，深圳中国民俗文化村1991年开园，是我国首个荟萃各民族民间艺术、民俗风情和民居建筑于一体的主题公园。在中山大学旅游学院副院长张保刚看来，“不同于国外主题公园，深圳锦绣中华民俗村植根于深厚

的中华文化，引领中国主题乐园从游乐场向静态主题乐园过渡”。如今，深圳锦绣中华民俗村利用现有的园区建筑，努力营造“国潮氛围”，以古今融合的方式打造沉浸式体验，设计了“主题场景+NPC互动+快闪演艺”的多重体验，并设置国潮风华打卡点，深度融合传统文化与现代时尚潮流元素，让游客能够全方位感受到文化与娱乐的巧妙碰撞。

与特色突出的文化IP深度捆绑，是深圳锦绣中华民俗村扎根中华民俗村，联名上海美术电影制片厂作品

《葫芦兄弟》《大闹天宫》等动画IP，在园区内再现经典。游客可进入葫芦娃爷爷的家、浪浪山以及大闹天宫蟠桃园等经典场景，与葫芦娃、爷爷、蛇精、齐天大圣等NPC现场互动，还可以购买以葫芦兄弟、孙悟空等动画形象为原型的非遗作品和动画主题文创商品。

“36年来，我们始终坚持以‘中国文化传播者’的使命，借鉴现代手法，让中国传统文化、各民族文化鲜活呈现，打造出中国人自己的文化主题乐园。”深圳锦绣中华发展有限公司总经理李迎春说，“在文化深挖、技术赋能、圈层联动等方面持续发力，不断拓展文化消费新场景，是我们屹立不倒的根基。”

一直坚持“打开世界窗口”

“Is this not in Paris?”(这不是在巴黎?)不久前，国际网红“甲亢哥”中国之行的深圳站中，“甲亢哥”指着深圳世界之窗主题公园的标志性建筑“埃菲尔铁塔”惊叹的视频在网络走红。不少网友评论道：“是的，这是埃菲尔铁塔深圳分塔。”一句幽默的回应，恰恰是深圳世界之窗的写照。

1994年建成开园的深圳世界之窗，以“您给我一天，我还您一个世界”作为开园口号，通过130余处世界知名景点的微缩景观和五大洲文化分区，为游客提供了“一日环游世界”的视觉体验，成为早期改革开放浪潮中“打开

世界窗口”的象征。

如今刚而立之年的深圳世界之窗，一直以开放的心态在文化、演艺、产品、商业上不断创新。

五一假期，深圳世界之窗多元主题活动引爆假日狂欢：全球魔幻大师Franz Harary的《IMAGINE NATION》秀震撼全场；“泰好听”音乐节集结张星特、高卿尘等歌手及六甲番乐队等实力乐团，打造豪华音乐舞台；每晚万人电音派对搭配激光、烟雾特效，让游客在露天蹦迪中尽情释放激情。

夜幕降临时，“饕餮盛宴”“精彩绝伦”“震撼视觉”……一场震撼无比的“赛博烟花”联合盛宴，在深圳世界之窗上空拉开帷幔，现代新颖、充满科技感的无人机与散发着传统美学的烟花秀共同描绘出了“声光电”完美交融的唯美画卷。千架无人机以“埃菲尔铁塔”为背景，点亮鹏城夜空。在美洲湖表演区，1600℃的铁水泼洒成“火树银花”，非遗火壶、打铁花表演展现传统技艺的震撼魅力。

目前，无人机表演已经成为深圳世界之窗周末夜场的网红节目。深圳世界之窗引入大型无人机表演秀，并在各重大营销节点，根据活动属性

和节日特色，有针对性地编排节目，打造出多场科技与文旅融合的视觉盛宴。每当节庆，游客纷至沓来，共赏深圳世界之窗奇幻空秀，无人机演艺毋庸置疑地成为主题公园演艺体系的点睛之笔。

深圳世界之窗相关负责人介绍，从首个推出无人机外卖的景区，到无人机表演的常态化，深圳世界之窗紧跟科技前沿，利用科技手段打造新型旅游产品，充分发挥科技在引领、支撑文旅融合发展上的重大作用，向科技要动能，推动低空经济的发展，让生活更加美好。

破圈破圈再破圈

当游客乘坐上专用橡皮圈，从塔顶飞速俯冲滑入，一瞬间便进入蜂巢般的螺旋迷宫滑道，离心力将身体推向赛道边缘，失重感如潮水般反复冲刷神经，让游客直呼“过瘾”。这是4月26日开启运营的广州长隆水上乐园给游客带来的全新体验。

作为广州长隆旅游度假区焕新计划的“第一炮”，长隆水上乐园磁力炮水上过山车、风暴双响炮和冲天双浪板三大项目的亮相吸引了大批年轻人的到来。尽管开业当天，广州气温下降，但一点不影响近万名游客的酣畅淋漓。

从拥有全球第一台自带动力系统并能自主旋转的玩水设备——“摇滚巨轮”，到创立“水上电音节”等多个潮流活动品牌，长隆水上乐园一直是全球游客量名列前茅的水上乐园。“这次是三大全球巅峰设备首次引进中国。”广州长隆水上乐园总经理梁伟林介

绍，“三大设备由加拿大宝澜技术团队匠心打造，我们正以科技创新全面撬动年轻消费市场。”

五一假期，长隆水上乐园以科幻特效打造最“赛博朋克”的现场，12台高射水炮随低音震撼，火焰与烟花在电音派对高潮中炸裂夜空，打造欢乐科幻与时尚潮玩相结合的五一盛宴，吸引了数万游客热捧。

长隆集团自1989年成立，便怀揣着成为“世界级民族文化旅游品牌”的梦想，稳扎稳打，从一家小小的粤菜酒家，发展成拥有广州长隆旅游度假区、横琴长隆国际海洋度假区和清远长隆度假区等3个超大型一站式综合性度假区的企业集团，旗下产品集主题公园、酒店以及演艺三大主营业务板块于一体。

以广州长隆旅游度假区为例，这里集合了广州长隆欢乐世界、长隆野生动物世界、长隆水上乐园、长隆大马

戏以及多个长隆特色酒店，形成了以“动物”为IP的主题公园集群。

今年1月，长隆集团第三个主题度假园区在清远试营业。首期项目包含长隆森林王国、长隆森林大自驾、长隆长颈鹿城堡酒店及长隆森林温泉乐园，首期投资高达100亿元。园区拥有多个珍稀野生动物迁地保护种群，多个动物种群甚至实现三代、四代同堂，动物总量数以万计。

这个项目从立项到首期开园已历经10年，一直被寄予厚望，甚至“推动清远长隆首期项目建成运营”被写进广东省政府工作报告。清远更是将其视为清远旅游产业发展的“一号工程”。根据预测，清远长隆度假区开园后，年接待游客量800万人次。

近年来，长隆集团一直在“破圈”的路上前行。国内首条磁浮旅游专线广东清远磁浮旅游专线，实现了广清城际银盏站与清远长隆度假区的

快速通达，强有力促进了周边的旅游、交通、购物、餐饮、民宿等相关产业的繁荣。

这种“破圈”效应，在广州长隆旅游度假区系列主题公园启动的焕新计划中也能看到。在此次焕新计划中，除了设备更新，广州长隆旅游度假区还将打破固有园区的“圈”，勇敢与周边商圈联手，连片打造文商旅体融合发展的典范区域。据了解，未来长隆片区将新建超级乐园，与长隆野生动物世界、长隆水上乐园、长隆欢乐世界以及“乐园枢纽”一起构建长隆旅游度假区“一心四园”的全新格局，届时将有力推动连片打造文商旅体融合发展的典范区域，促进广州新中轴南延段世界级旅游目的地建设，以强劲引擎助力广州打造世界级旅游城市。

题图：世界之窗侏罗纪世界 受访者 供图

吉林文旅焕新记

区域联动 多级协同 吉林文旅线路整合升级彰显新势能

随着文旅产业蓬勃发展，吉林省以其独特的自然风光、丰富的民俗文化和显著的边境区位优势，成为备受瞩目的旅游胜地。5月19日，吉林省文化和旅游厅发布了2711条线路，这不仅是对省内文旅资源的深度梳理与整合，更是发挥区域优势、促进省域内外联动发展的有力举措，彰显出吉林在文旅产业发展上的勃勃雄心与创新实践。

此次吉林省创新性集中发布2711条融合线路，不仅构建了以县域为微循环，县+县、市州域及市+市的中循环，省域及东北区域的大循环的旅游网络，更从日程(1日游—8日游)、区域(县市省)、季节

(四季)、主题(研学、亲子等)多维度出发，让每条线路都涵盖景区点、交通、餐饮、旅行社等信息及亮点特色，有效解决了以往旅游线路少、特色不鲜明、信息不准确等问题，满足了不同游客群体的个人游、家庭游、团队游、自驾游等各类需求。

在县域层面上，吉林省60个县市依托各自文旅特色形成“一县一品”发展格局，借助线路串联发布契机，在县域间实现资源互补、流量互导，打破了过去单个地区“单打独斗”的局限，形成“县域联动、抱团发展”的全域旅游发展新生态，激发每个县域的文旅“细胞”活力，为全域旅游发展筑牢了坚实的基石，更带

动了餐饮、住宿、交通等配套产业的协同发展，放大了旅游产业的综合效益。

吉林省11个地区各具特色，在文旅产业发展上拥有不同的侧重点与优势。此次线路发布，为吉林省各市州之间的协同发展搭建了桥梁，促进了区域优势资源的整合，市州之间的协同发展，打破了行政区域限制，实现了资源共享、客源互送、市场共建。通过整合区域优势资源，将有助于吉林省打造一批具有规模效应和品牌影响力的文旅产业集群，持续提升吉林文旅产业在全国乃至国际旅游市场的地位与竞争力。

通化市文化广播电视和旅游局副局长张茂强参与了线路的编制，他说：“以往的旅游产品，在跨区域合作方面可能存在一定的局限性，而此次编制的线路，更突出市州、县域之间的区域沟通与协作，各市州也可以相互借鉴补充，实现更大范围的区域联动发展，进而提升旅游整体竞争力。”

放眼区域协同层面，吉林文旅系统一直致力于撬动整个东北旅游板块，让东北旅游资源联动起来。依托此次文旅线路发布，吉林不仅深化与辽宁、黑龙江在民俗文化、生态旅游、研学旅游等领域的合作，更助力构建“东北旅游大环线”，推动

东北地区旅游资源的优化配置与协同开发，实现区域间资源共享、市场共拓、发展共赢。

此外，此次线路发布探索形成了“政府统筹—部门联动—企业参与”的高效协作机制，文旅主管部门发挥资源整合与政策引导作用，旅行社则通过专业运营能力推动线路落地，双方形成合力，确保线路的有效推广与落地实施，实现从产品研发到市场推广的全链条闭环。“每个市州和旅行社都将自己最具代表性的点串联成线，连线成面，编制的线路相对于传统攻略，更具专业性和操作性。”吉林省青年商务国际旅行社有限责任公司副总经

理蒋金明介绍。

未来，吉林文旅行业将持续深化县域、市州及省域之间的文旅资源联动，优化产品供给结构，创新“旅游+”融合场景，为游客提供更具深度、温度的旅游体验，为全省文旅产业注入可持续发展的新动能，助力实现“万亿级”产业发展目标。

(天竺葵)

