

大張家界的「大」棋局

張家界是大張家界國際旅遊區核心引領區。 覃少波攝

7月29日，廣州珠江河畔。湖南張家界、湘西、懷化、邵陽、常德五市州首次以「大張家界」的統一品牌形象走出湖南，向粵港澳大灣區發出邀約。36家旅行商現場簽約，「粵港澳大灣區百萬遊客暢遊大張家界國際旅遊區」活動同步啓動。這是大張家界國際旅遊區首次出省推介，距7月23日品牌在長沙正式發布，僅僅相隔6天。

品牌發布，省外推介，兩件大事密集落地的背後，是湖南布下的一盤「大」棋局。這盤棋，「大」在大格局。5個市州、38個縣市區首次被納入同一盤棋局，打破行政壁壘、整合零散資源，從各自為戰走向全域共榮。這盤棋，「大」在大視野。以張家界這一全球辨識度的超級IP為「棋眼」，帶動整片區域協同崛起，劍指世界級旅遊目的地。這盤棋，「大」在大

手筆。品牌、政策、項目、線路一攬子同步推出，每一步都踩在時代的節拍上。

有了大張家界國際旅遊區，張家界的「奇峰三千、秀水八百」，湘西州的「神秘湘西、夢裏家園」，邵陽的崑山丹霞，常德「桃花源裏的城市」將以優勢互補、串珠成鏈的全域發展新形象一一向遊客呈現。

化定興 田馨兒 王麗鳳

「仙」字破題 政策落地

張家界的入境客源覆蓋183個國家和地區，堪稱「國際張」，但多數遊客看完山就悄然離去。湘西古城苗寨、懷化洪江古商城、邵陽崑山丹霞、常德桃花源這些優質的旅遊資源，常年被「路過」。

更深層的矛盾在於，張家界這全球辨識度的超級IP，品牌勢能遠未充分釋放。「謀劃大張家界的意義，在於依託張家界這一超級IP，探索中國旅遊業面向未來的升級路徑。」悟空研究院院長羅晴秋說。

因此，大張家界國際旅遊區應運而生——以武陵山為核心，空間框架概括為「一核一地兩軸三山四極五線」：「一核」即張家界，打造國際旅遊樞紐；「一地」為鳳凰古城，建成民族團結、鄉村振興示範樣板區；「兩軸」是張吉懷桂、黔張常兩條鐵路發展軸；「三山」即武陵山、雪峰山、崑山各展所長；「四極」布局四大增長極；「五線」囊括世界遺產、民族文化、紅色足跡、生態康養、戶外運動五大精品線。

7月23日發布的大張家界國際旅遊區品牌體系透着巧思。國際口號「More Than Wonder」（何止神奇），回應的是「張家界第一眼震撼」之後的回味——山間雲、晨起霧、古寨炊煙、溪邊晚唱，那些驚嘆過後長久留在心底的風景。國內口號「仙境張

家界，神秘大湘西」，將四十年品牌積澱與撩開面紗後的遐思融為一體。「仙」字LOGO暗藏「山」與「人」，汲取吳冠中水墨畫風，張家界的奇、湘西的秘、懷化的韻、邵陽的秀、常德的靈，五種氣質融於一筆一畫。

品牌背後，是政策的硬支撐。湖南省文旅廳、省發改委、省財政廳三部門聯合發布了《關於支持大張家界國際旅遊區建設的若干措施》，從綜合基礎設施、景區煥新升級、品牌推廣傳播、拓展客源市場、文化遺產保護利用、人才隊伍建設六大領域，拿出15條具體舉措。交通被擺在首要位置。鐵路方面，加快銅吉鐵路建設，推動黔吉鐵路開工，力爭懷桂高鐵納入國家「十五五」鐵路發展規劃；航空方面，加密至北京、上海等國內航線，拓展韓國、泰國、越南、印尼、俄羅斯等入境航線；高速公路方面，G6025洞口至天柱、G6521銅仁至天柱等工程同步推進。

景區升級同樣實打實。三大專項工程同步啓動：「旅遊品牌塑造工程」支持創建旅遊名縣和高級別景區，「標識標牌提質工程」統一推廣「大張家界」品牌矩陣，「景區強基煥新工程」重點支持30個核心景區升級導覽解說、通信信號、氣象監測等



設施。聚陽才能生焰，攏指才能成拳。品牌立起來了，政策跟上了，大張家界的「四樑八柱」已然立起。為加快大張家界國際旅遊區建設，15個標誌性文旅項目同步上馬，總投資67.92億元。目標很明確：到2027年，區域內年接待入境遊客達到200萬人次，入境旅遊總花費達到11.2億美元。

一盤棋 落子在人心

看得見的是景區在變、數據在漲、路在延伸。然而，在大張家界這盤棋局中，還有一層比數據更深刻、比景區更遼闊的變化正在發生。

38個縣市區中，32個曾經是脫貧縣。文旅發展的每一步，都直接關係到數百萬群眾的生計。省委宣傳部副部長、省文旅廳廳長李愛武調研中聽到最多的是老百姓的期盼：「讓旅遊紅利從核心景區滲透到田間地頭，讓更多人吃上旅遊飯。」

在崑山腳下的新寧聯合村，旅遊業的發展讓800多名村民吃上了旅遊飯，人均年收入超過2.5萬元。村民陳貽斌將祖宅改建成「杏林小院」民宿，不僅自己脫了貧，還帶動周邊農戶銷售臘肉、乾筍等農副產品。

在隆回虎形山瑤族鄉，「雲瑤居」民宿老闆娘奉效妹說，每年7月初開始房間就全滿了。為了迎接避暑旺季，她把客房重新裝修了一遍，還在一樓開了花瑤服飾體驗店，院子裏增設了打糍粑的體驗項目。昔日的偏遠瑤鄉，如今一房難求。村民們在田間地頭種出的金銀花、打出的糍粑、熏出的臘肉，也隨着遊客的到來成了搶手貨。

湘西州的文化帶動效應同樣顯著。十八洞村依託「精準扶貧」首倡地的品牌效應，成功入選聯合國旅遊組織「最佳旅遊鄉村」，成為全國文旅賦能鄉村振興的標杆。懷化通道侗族自治縣、邵陽城步等地也紛紛將苗侗民俗、山地戶外等資源轉化為旅遊產品，「一縣一品、全域聯動」的格局漸次成形。區域內的文旅項目直接帶動數萬人就業，越來越多的外出務工青年選擇返鄉創業，開民宿、當導遊、做直播，在家門口吃上了「旅遊飯」。

從一座山的獨秀到一片區域的共榮，從一個人的返鄉創業到一個村的旅遊致富，大張家界的敘事邏輯正在從「山」延伸到「人」。「國際張」的品牌紅利，正轉化為千家萬戶觸手可及的幸福生活。

湘江日夜奔流，武陵群山不語。當「More Than Wonder」的口號傳向世界，當全球遊客循着「仙」字LOGO走進這片山水，大張家界的故事，才剛剛翻開序章，更大的篇章正在等待書寫。



邵陽作為「大張家界」中的重要一極，依託獨特的自然風光和人文風情，加快建設湘西南自然遺產與民族文化交融高地。

38個縣市區「跑」起來

綱舉則目張。如果說頂層設計是大張家界的「綱」，那麼各市州的行動就是大張家界的「目」。7月23日，大張家界國際旅遊區建設工作推進會在長沙召開。會議指出，面對新階段、新形勢、新任務，要把握思想觀念之變、發展方式之變、產業形態之變、聯動模式之變，推動大張家界國際旅遊區建設從調研謀劃正式轉入方案落地、全面做實的實施階段。

張家界市委副書記、代市長陳澎表示，加快建設大張家界國際旅遊區核心引領區，不僅要讓「山上長滿外國人」，還要讓「城裏住滿外國人」。做強「張家界地貌」核心IP，推出更多契合境外遊客審美和體驗需求的旅遊產品，舉辦國際化節慶賽事，豐富沉浸式在地文化體驗。

邵陽依託全省獨有的「丹霞+高山草原+原始森林」資源組合，梳理提煉了三大核心價值，形成錯位競爭優勢。同時，與張家界、桂林建立常態化會商機制，共建世遺黃金線、生態康養線、民俗文化線三條精品線路，簽訂客源互送、線路共推協議，面向港澳、東盟主推崑山世遺與苗瑤非遗。出台《邵陽市促進旅遊產業發展獎勵辦法》，加大入境遊激勵。上半年，崑山景區共接待入境團隊購票遊客9269人，同比增長1517%。為提升服務能級，邵陽全力推進南山景區提質升級、南山服務區交旅融合項目建設，年內可竣工投用。

湘西着力打造鳳凰古城、芙蓉鎮、矮寨·十八洞、

呂洞山、邊城茶峒等四張「湘西國際名片」，形成與張家界山水互補的文旅核心板塊。鳳凰古城主動對標入境遊客「第二站」，完成南華山提質、沈從文故居展陳升級和磁浮沿線業態優化，落地《二十四時舞》金水寨項目，境外遊客在鳳凰停留時間由1.2天延長至1.8天。芙蓉鎮聯合老司城世界文化遺產推出「精彩一站」產品，與張家界旅行社合作開發「天門山—芙蓉鎮—老司城」三日遊專線，上半年承接張家界方向分流遊客超過12萬人次。矮寨·十八洞片區將「峽谷奇觀+精準扶貧樣板+苗鄉民俗」打包組合，十八洞村上半年接待研學團隊同比增長40%，成為大張家界紅色足跡線路上最具辨識度的節點之一。鳳凰鳳仙鏡溫德姆至尊豪庭溫泉酒店總經理劉揚陽說：「我們認為這波入境遊的增長不是短期現象，而是大張家界國際旅遊區建設帶來的結構性的一個機遇。我相信未來兩



大張家界國際旅遊區國內品牌形象口號為：「仙境張家界 神秘大湘西」。