

地方特色资源驱动下咸宁文旅深度融合发展研究

■湖北科技学院 张梓瑶 谭佼 张天一 蒋邱懿

咸宁市是湖北省南部的一个城市,处于武汉城市圈的辐射范围内,已先后取得“中国温泉之城”“中国桂花城”两项荣誉,所辖地热温泉、桂花产业、楠竹资源及汀泗桥红色遗迹、诸多省或市级非遗项目都为特色,自然状况与文化传统结合得非常紧密,优势明显。区域内交通较便利,对准华中地区大量短途旅游、休闲消费的需求,文旅产业有较大发展空间。

一、咸宁特色资源赋能文旅融合的时代价值

文旅融合不是将文化、旅游两类产业做机械叠加,而应看作能带动地方文化、区域经济乃至生态及城乡发展的整体性变革。

(一)守护地域文脉,实现非遗活态传承
地方特色文化属于旅游的内核部分,而旅游本身又可作为传播本土文化的手段。咸宁有大量与生活实际相关的非遗(如桂花酿造、竹编、提琴戏等)或乡土民俗传统。按所见所闻分析,现在许多传统技艺的传承人已多为老年人,民俗表现形式正失去其活跃空间。要发展文旅产业,不拘泥于博物馆式的静态保护,而是将民俗、手工艺、民间叙事带进旅游所涉的各类场景,由此让游客在行动、在消费中实际接近鄂南乡土文化。借旅游来促成文化扩散、扩大地方文化影响、培育社区认同感,是把文物资料由死变活、作现实运用的可行思路,《湖北省非物质文化遗产条例》有关非遗创新利用的规定亦得到落实。

(二)激活地方内需,助推乡村振兴与城乡协同

文旅产业带动作用明显,同时促进餐饮、住宿、手工艺、交通及零售诸项行业发展。咸宁目前有较多桂花村镇、竹林村落或传统古村落散落在各乡村。发展乡村文旅可把本地资源用起来,使产业链有所延伸,对农民收入是补充性来源。以乡村文旅合作社、民宿群或非遗工坊为媒介,闲置土地、空置房屋能转化为现实经济成果,城乡收入差距可能缩小,这正契合《湖北省乡村振兴促进条例》所提的旅游兴县、产业结合政策。而文旅产业本身的兴起又会促使县域乃至乡村修路、建停车场、添卫生设施,提高服务效率,促成城乡资源、人口的双向流动。

(三)践行绿色发展,推动生态与旅游双向共赢

九宫山及星星竹海是咸宁所依赖的良好生态基础,生态本身即为旅游的极重要吸引力。以文旅融合的方式发展旅游,用生态或绿色思路来引导开发,才不致陷入粗放状态。从正面看,旅游产业已使地方清楚地认识到绿水青山的经济效益,能对温泉、山林作经常性调查和保护;从侧面说,生态研学、疗养型旅游乃至露营活动可以将自然优势变为消费对象,按“绿水青山就是金山银山”思路处理问题,把生态、经济都纳入发展轨道,同湖北国家生态文明试验区的政策形成积极呼应。

(四)塑造城市品牌,提升区域对外影响力
咸宁所拥有的文旅资源很多,但放在全国范围考察时辨识度不高,没有特别强的文旅IP。以桂花、温泉、竹林、红色传统为着眼点做文旅文章,运用实景表演、文创设计或网络媒体塑造“桂香咸宁”类城市品牌,来修正以前游客多知咸宁温泉而对整体地域文化缺乏认知的局面。利用节庆、短视频、研学等方式向外界展示鄂南特色,把城市列入旅游目的地,将武汉和华中地区纳入消费圈,借短途旅游促进相关经济要素的活跃发展。

二、推进咸宁文旅深度融合的实践路径
按咸宁桂花、温泉、竹海及红色非遗的现实情况来分析有关问题,将保护放在首位、以市场为参照、对生态进行严格限定、对合作予以积极鼓励,就产品设计、数字手段实际运用、空间组合、治理协作四项内容做思考,给出文旅融合的发展思路。

(一)深挖本土文化内核,打造分层多元文旅产品矩阵

立足咸宁差异化资源条件,跳出简单堆砌文化符号的开发模式,推动本土文化资源转化,搭建多层次旅游产品体系。

第一,应着手完成本土文化资源的梳理建档。对桂花酿造、竹编工艺、温泉习俗及汀泗桥红色历史一类的非遗和历史内容进行系统归纳,形成数字形式的地方文化档案,厘清文化本体,使旅游开发有据可依,不偏离本土文化轨道。第二,设立多条特色主题旅游线路。结合实际考察来设计温泉养生游、桂花文化深度游、竹海生态研学游。温泉游要超出单纯泡浴的范围,将中医理疗、食疗类餐饮纳入其中;桂花主题游集中于桂花镇所辖区域,把园区、作坊、民宿一并串联;利用星星竹海及九宫山

资源做自然教学、竹艺体验类活动,满足亲子或团体游览需要。第三,打造本土原创IP,把文创与夜间演艺结合。以“桂香仙子”“温泉精灵”为原型设计原创形象,推出桂花香包、竹编工艺品这类特产;让实景演出《桂韵咸宁》按期开展,用传说或乡土题材充实夜晚内容,带动游客在本地停留更长时间。第四,对产品作适当调整,缓解季节性瓶颈。就温泉冬季火爆、桂花花期短暂的问题提出对策:开发夏季竹林避暑、森林疗养、全年可用的桂花手工项目,以时间上无约束的方式促进景区全年运转。

(二)合理运用数字技术,兼顾体验升级与文化本真性

数字技术属于文旅升级的手段,不能只把技术当目的来追求,要避免因滥用技术而使本土文化失去本来面貌,以内容为先、技术为辅。首先应打造“云游咸宁”类智慧文旅综合平台,对票务、导览、旅游信息作统一处理,把VR温泉及线上桂花节纳入考虑,借线上流量带动实际到访。其次在博物馆或主要景点配置AR导览系统,利用扫码技术还原往日常生活、风俗细节,用数字方法解释地方文化,不把技术本身当作表演或噱头。再以新媒体方式做品牌推广,在抖音、小红书上发起“桂香咸宁”类话题,鼓励大学生及自媒体拍制微纪录片《咸宁十二时辰》;让志愿者群体成为传播力量,按年轻人习惯拓展社交影响;以桂花节、温泉节促进互动,把线上与线下结合起来提高知名度。最后设立有关数字内容的审核机制,凡有改编性质的民俗、历史资料须经非遗继承者、文史研究者审核,防止为吸引流量而误读、扭曲本土文化。

(三)统筹三生空间布局,筑牢文旅融合生态基底

要同时考虑开发和保护,把生产、生活、生态三种空间都纳入统筹安排,不越文化和生态两条底线。对生产空间来说,应推动文旅产业集中发展,积极培育“文旅+农业”“文旅+康养”类新形态,把传统村落及旧工坊纳入资源利用范围,以小而精的方式做项目,避免大拆大建。有关生活空间的思路是:保持乡土社会的现实活力。在古村落、民俗区进行开发时,要允许当地原来的居民按习惯生活,不要强行迁走全部人口;要让百姓、非遗继承者参与经济活动,不让民俗变成单纯卖弄的表演。生态

空间上要制定咸宁市旅游开发所涉生态规范,提出旅游红线要求。按计划对景区承载力进行动态分析、跟踪监测。

(四)构建多元共治格局,理顺政府、企业、社区协同机制

文旅的高质量发展不应只由政府单独来完成,要形成政府引导、市场运行、社区主体、高校智库协同参与的共建共治格局。政府应着力于顶层制度设计和政策保障。对资金予以适当扶持,设立文旅专项基金,集中支持乡村的小型文旅项目;建立校地合作制度,利用本地高校资源做好人才储备,培养非遗传承者、生态导游及文旅运营人员;统一全市文旅品牌形象,把各县市区宣传资源整合起来,避免各自为战式的宣传。企业要重视文化在发展中的价值。鼓励其立足本地特色做文章,开发有个性的产品,不陷入低价、同质化的竞争;对本土文旅企业予以扶持,按需引进优良外部资源,设置文化顾问岗位,使文化在商业中保有原真性。社区及传承人方面宜采用合作社思路,把土地、技能作为股份带入民宿或手工艺经营,安排合理分红,使本地产能成为居民收入的一部分。对民意要作较充分收集,规划前即请居民、非遗人提建议,保证他们对事物的了解和发言权,由此激活传承的内在动力。高校智库可作有力支撑,利用调研组、图书馆资料分析文旅市场、论证方案;吸纳大学生当志愿者开展调查、讲解、宣传等工作,将学术资源变成地方文旅发展的推动力。

三、结语
让咸宁的桂花、温泉、竹海及红色非遗得以利用,同时把文化、收入、生态、生活都作相应改善,走文旅融合的路是确定无疑的选择。要使咸宁文旅得到高质量发展,不应机械地套用外来的做法,而应从鄂南本地出发,把特色文化作为核心内容,将保护同利用结合,对商业、文化及生态诸项价值作平衡安排;按产品思路开拓市场,用数字方法改善体验,按空间逻辑控制生态和文化影响,按多元方式理清各主体利益。经过长期摸索,可以形成可推广的“咸宁模式”,促使咸宁变为真正的文旅强市。

基金项目:湖北省大学生创新创业训练计划项目——咸宁文旅创想方舟(项目编号:S202510927021)

以数智化赋能推动铁路客运服务高质量发展

■铁道党校 李雪茹

随着轨道上的城市群加速成型,铁路旅客发送量持续高位运行。2026年前三季度,全国铁路累计发送旅客37.1亿人次,同比增长4.8%,创下历史同期新高。与此同时,潮汐式客流波动加剧、跨方式联程出行需求快速增长,对铁路客运服务质量提出更高要求。近年来,铁路部门始终坚持以满足人民美好出行为目标,把新兴数智技术深度融入旅客出行全链条,推动客流分析、运力调配、车站管理全面升级,以数智新动能激活铁路客运高质量发展新活力,提升旅客出行的获得感、幸福感、安全感。

一、以数智赋能客流分析,实现客流动态精准预判

客流研判是开展客运服务的一项基础性工作。过去开展客流分析,主要依托已售出车票、历史同期数据估算出行规模,在客流平稳的日常场景下,这套方法尚且够用。但如今,旅客出行受演唱会、体育赛事、节假日、天气、商务差旅等多重因素影响,短时突发客流的情况较多。这类阶段性客流具有极强的脉冲式特征,缺少可以直接参照的历史规律,单纯依靠过往经验,难以做到及时、精准捕捉。

为此,铁路部门以大数据技术为核心,探索和搭建起客运态势感知系统,创造性地打通了客票、旅服、调度、客图、车辆等不同系统之

间的数据壁垒,汇聚整合客票预售、候补订单、历史客流、气象信息、节假日及文旅热点等多源数据,实现分钟级态势感知和实时预警决策支持。该系统不再笼统估算整体客流,而是动态追踪旅客出行趋势,形成分时段、分车站、分运行区段的精细化客流画像,客流预测准确率可达98.5%。依托大数据能力,铁路客流研判模式实现升级,从过去的“事后总结”转变为事前预判、事中监测、事后复盘的全链条研判,让客运安排能够贴合人民群众真实出行需求,为提升旅客出行体验、推动客运服务高质量发展打下前置基础。

二、以数智赋能运力调配,实现运能弹性精准适配

铁路运力调配受线路通过能力、动车组车体、乘务交路、检修天窗等多重条件约束,供需矛盾多是时段、区间上的错配,而非单纯运能总量不足。传统模式下,列车开行与编组方案提前数月固化,遵循“先定图、再售票”逻辑,而且依靠人工铺画运行图,导致同步兼顾多类运营约束难度大,方案校核周期长、调整空间狭小。因此,容易出现同一趟列车部分区段车票售罄、其余区段席位闲置的运力资源浪费现象。当前,智能化编图系统的应用,为供给侧运力编排提供了数字化技术支撑。系统能够

对枢纽车站能力运用动态、动车组运行状态、列车客座率等数据进行实时精准分析,让运行图工程师有了更可靠、更精细化的“智能助理”。以广州南站为例,它涵盖2个车场、8个方向、28条股道,日均接发列车1100列,进路交叉冲突识别可实现15秒,全天到发线运用方案生成仅需8分钟,大幅减轻了工作量,提高了编制效率。当然,供给端的调整能力,需要可靠的需求信息作为输入支撑。近期,12306平台新上线的“预约购票专区”将会从需求侧采集旅客出行意向,并将意向数据接入后端运力测算模型,为动态编图提供充分可靠的决策依据。京沪高铁、京沪铁路多趟列车试点该服务,旅客可在开车前第30天至第17天提交出行意向,平台汇总预约数据,梳理不同时段、区间、席别的出行特征,联动编图系统动态调整开行方案与车厢配比,从而告别粗放式运力投放,真正实现“按需开车”。同时系统分批次兑现票额,缓解集中抢票挤兑,辅以失信约束机制遏制恶意占票、黄牛囤票行为,让有限的铁路运力精准对接群众出行刚需,大幅提升资源利用效率。

三、以数智赋能车站组织,实现站内通行高效有序

在精准预判客流、弹性匹配运力的基础

上,铁路部门还将数智化技术进一步下沉车站一线,全面革新车站现场客运组织模式,实现站内组织从被动堵漏向主动防控转变。传统车站客流管理高度依赖人工巡视、现场经验判断,工作人员难以同步覆盖进站、安检、候车、检票、站台、换乘等全域空间,容易出现拥堵发现不及时、疏导滞后、人力配置不均等问题,导致大客流场景下现场服务和秩序管控压力突出。当前,全国大型枢纽车站基本配备智能安检、智能闸机、智能机器人等数智设备,构建起了全域智慧管控和服务体系。例如,AI智能安检系统依托人工智能图像识别技术,通过对海量X光安检图像数据的深度学习,可以精准识别刀具、危险液体等60多种违禁品,安检员根据屏幕提示30秒就能找到禁限品,大幅缩短旅客进站耗时,实现“秒级通关”。AI智能服务体,则是通过接入DeepSeek等主流大模型,支持口语化交互,将站内服务、文旅资讯和商业消费整合为统一入口,提供多项站内服务及城市文旅路线信息,同时具备天气提醒、位置共享等辅助功能。此外,一些车站还同步升级站内智能停车系统,实时采集泊位空余信息,打通主流网约车平台数据链路,实现车位级动态感知与智能派单一体化服务。旅客既可通过手机实时接收车辆位置信息,又能借助候车区高清屏直观查找车辆,化解接驳交织拥堵难题。数智赋能让车站客运组织更加精细、高效、有序,全面提升了旅客进站、候车、换乘、出站的通行体验。