

山西省忻州市忻府区构建“一核两翼”全域文旅发展格局 “山水泉城”聚合力 撬动消费稳就业

■中国城市报记者 叶中华

今年《政府工作报告》明确提出“释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力”；《旅游强国建设“十五五”规划》强调“释放旅游消费潜力”；《扩大消费“十五五”规划》要求“扩大优质文化和旅游消费供给，深化‘文旅+百业’、‘百业+文旅’融合发展”。多重政策叠加之下，山西省忻州市忻府区立足“山水泉城”独特资源，加速构建起以忻州古城为引流核心、联动温泉康养带和乡村民宿集群的“一核两翼”全域发展格局。

忻府区文化和旅游局副局长赵文军向中国城市报记者表示，依托太原至大同之间的区位优势，该区文旅业正加速从区域集散中心向世界级旅游目的地升级转型。通过消费环境优化、场景多元拓展和精准营销，促进餐饮、住宿、购物等消费持续攀升，拉动民宿、非遗文创、演艺等新业态兴起，为本地居民、外来从业者和高校毕业生等多元群体提供大量就业机会，形成“家门口就业”的文旅富民格局。2025 年，全区重点景区接待游客 1609.87 万人次，同比增长 31.57%；旅游综合收入 5.12 亿元，同比增长 52.27%。

古城引流： 文旅空间变消费热土

夜幕降临，忻州古城青石板路上人流如织。泰山庙巷里，“辛公府醋坊”的招牌下，市级非遗辛公府香醋酿造技艺代表性传承人辛彦龙正忙着为游客打醋。“我是第四代传承人，一直遵循‘纯高粱发酵，用良心酿造’的祖训。入驻古城前在县城卖醋，销路不广；依托古城平台，仅 2021 年销售额就达到 134.5 万元。”辛彦龙告诉中国城市报记者，醋坊带动 12 人就

业，月工资 3500 元至 4000 元；采购的高粱来自忻府区董村，辐射带动 20 余户农户增收。

忻州古城运营近 6 年来，“五台山下的自在生活”品牌深入人心。相关运营负责人向中国城市报记者介绍，古城坚持精品化发展，引进喜茶、星巴克、波司登等全国知名品牌，打造《遇见秀容》《唐风晋韵》等高品质演艺项目，50 余家民宿高峰期入住率达 95%。2025 年古城接待游客 1800 万人次，经营收入 5.2 亿元；2026 年春节假期客流量同比增长 44.86%，综合收入同比增长 37.65%，节假日接待量持续位居全省之首。古城先后获评国家级旅游休闲街区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

据介绍，忻州古城还带动周边新增酒店投资 20 余家；通过作坊、小吃等业态帮扶困难群体 100 余户，直接和间接带动就业 6000 余人。

忻府区文化和旅游产业服务中心主任高丽娟向中国城市报记者介绍，当地在优化消费环境方面亦下足了“硬功夫”：“我们实施投诉处理‘一把手工程’，建立违规商户即时清退、明厨亮灶展示、称重公示等机制，确保问题当日发现、当日处置、当日反馈，形成优胜劣汰的良性循环，切实保障游客权益。”

温泉留客： 一池暖汤激活康养经济

距忻州古城半小时车程的忻府区奇村镇，这里温泉民宿星罗棋布。中国城市报记者走进云溪里汤泉水疗民宿，只见每个房间都实现了“一房一景、独门独院”，古风诗意与现代风格相融。该民宿负责人董女士介绍，项目主打“可泡浴住宿”特色，满足短期度假、长期疗养及商务办公等多元需求，客源

覆盖省会太原市，以及北京市、内蒙古自治区等地。“22 名员工中 19 人是本地村民，月均收入 3500 元至 4000 元。”董女士说，同时，民宿年采购本地农产品约 5 万元，布草清洗等配套服务月支出三四万元，间接培育了本地服务业。

“这几年忻府区‘温泉+康养’民宿火了，其不是单纯提供一张床，而是成了串联‘吃、住、行、游、购、娱’的关键模式，实实在在拉动了一整条消费链。”忻府区民宿康养协会会长、乡野半日泉私汤民宿创办人崔文虎见证了这一变化。他表示，协会还推动“村集体+农户+民宿”模式，盘活闲置宅基地打造民宿集群，部分村集体每年增收 40 万元至 50 万元，脱贫户参与安保、后勤人均年增收 3 万元以上。

奇村镇镇长董健光用数据说话：“全镇 176 家温泉民宿、4346 张床位，2025 年营业收入达 4663.5 万元，同比增长 131.8%。民宿产业直接带动 519 人稳定就业，旺季可达 1200 人左右。2026 年上半年接待游客 42 万人次，同比增长 51%。”他介绍，镇政府组建 17 个走访专班开展全覆盖摸排，建立民宿台账，常态化开展安全排查和服务质量抽检，确保游客“放心游、安心住”。

在制度保障层面，2024 年底忻府区成立民宿管理联席会议办公室，整合 16 个职能部门协同治理，制定民宿管理办法及审批流程。“我们还成立了民宿康养协会，承担行业自律、政策建议、发展调研等功能，定期向政府部门汇报行业发展状况，助力科学决策。”赵文军介绍道。

山水富民： 生态禀赋强化致富路

位于忻府区的禹王洞风

景区，是国家 AAAA 级旅游景区、国家级森林公园，亦是忻府区践行绿水青山就是金山银山理念的坚实载体。景区深耕天然溶洞、山岳瀑布等生态资源，激活大禹治水文化底蕴，将传统 2 小时短途观光升级为集探洞、登山、观瀑、研学、采摘于一体的全天候沉浸式体验。

禹王洞风景区相关负责人向中国城市报记者介绍：“2025 年，禹王洞接待游客 12.02 万人次，门票收入 567.14 万元，同比增长 15.15%。目前我们正推进智慧化升级，引入 AR 互动体验项目，预计将来文创收入可提升 35%，重游率提升 25%。”

生态流量持续转化为消费增量，山水资源正加速变现为富民资本。依托“景区引流、消费赋能、产业带动、全民就业”模式，禹王洞风景区构建起固定就业、周边创业、灵活就业三位一体的就业增收体系。管理、导游、安保、保洁等固定岗位优先吸纳本地劳动力，让留守群体和返乡青年稳定就业；沿线鹁儿坑、水峪等村庄顺势发展农家菜馆、特产小店、采摘体验等配套业

态，如今民宿、研学等新业态更让村民实现“家门口创业”；旺季临时用工带动农村妇女、中老年劳动力碎片化就业、常态化增收，全链条消费辐射有效破解了农村空心化等民生难题。

“下一步，我们将持续丰富沉浸式体验业态，打造禹王洞专属文旅 IP，并开展导游讲解、电商销售等专项技能培训，最大化释放文旅消费富民效能，让更多群众在‘家门口’端稳‘旅游饭碗’。”上述相关负责人表示。

从古城引流到温泉留客，再到山水富民，“一核两翼”串起了忻府区文旅产业的完整链条，多级联动形成了“打造文旅精品—带动消费扩容—促进就业增收—保障民生固本”的良性循环。《旅游强国建设“十五五”规划》开篇即言：“旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。”忻府区则用实践印证：通过推动旅游业发展，打造文旅精品，能够高效实现促消费、稳就业、惠民生，从而使城乡之间不断涌动着共同富裕的强大动能。



夏季夜晚，忻州古城内，游人如织，热闹非凡。
受访者供图

广东阳江文旅进京推介 擦亮“绿能之都 海丝名城”城市名片

■中国城市报记者 王楠

山海阳江，八方迎宾。7 月 21 日，“趣阳江·浪一夏”广东省阳江市文旅推介会在北京举办。本次活动集中展示阳江得天独厚的山海风光、底蕴深厚的历史文化资源，同步开设阳江文旅资源、非遗产品（北京）展示专场展区，吸引众多北京文旅企业、市民群众驻足参观、交流咨询，有效拓宽阳江文旅在首都市场的影响力。

阳江地处粤港澳大湾区、北部湾城市群、海南自贸港三大国家战略交汇中心，正以“绿能之都 海丝名城”的崭新姿态加速崛起。阳江历史悠久，钟灵毓秀，人杰地灵，自然风光旖旎，文化资源丰富，是海上丝绸之路重要节点，是国际花园城市、中国优秀旅游城市、中国最具幸福感城市。

中国城市发展研究会相关负责人表示，本次阳江赴京文旅推介活动，既是阳江优质文

旅资源的集中展示，更是京阳两地深化产业对接、资源互通、互利共赢的合作盛会，为首都优质资本、文旅企业、专业机构认识阳江、走进阳江、投资阳江搭建了重要桥梁。北京与阳江两市文旅资源互补性强、产业关联度高，互为重要的旅游目的地和客源地。希望以本次推介会为纽带，两地文旅业界能够进一步深化合作，在资源共享、市场互拓、产品互推、线路互联、客源互送等方面取得更

多务实成果，共同开创互利共赢的新局面。

活动现场，阳江市文化广电旅游体育局围绕“蓝色海洋、绿色生态、特色文化”三张城市名片，全方位、立体化解读阳江“绿能之都 海丝名城”的城市内涵与文旅优势。阳江市多家重点文旅企业依次登台推介，展示特色文旅产品、精品旅游线路和优质产业资源。

此外，线下展示专区亮点纷呈、人气高涨，集中展出“南海

I 号”系列文创、阳江五金刀具、特色凉果、传统炒米饼等非遗手信和文旅产品，全方位展现阳江特色风物，让北京市民近距离认识阳江、了解阳江、爱上阳江。

据介绍，下一步，阳江将持续走出家门、主动推介，全方位展示城市文旅魅力，持续拓宽客源市场、深化对外文旅交流合作，不断提升“绿能之都 海丝名城”城市名片的知名度、美誉度，全力推动全市文化旅游产业提质增效、转型升级。