

# 云南省丽江市： 文旅提质擦亮“舍不得的丽江”品牌

■中国城市报记者 巩静

玉龙雪山巍峨耸立，守护着千年古城的烟火；金沙江蜿蜒流淌，滋养着这片土地的生灵。作为滇西北高原上的一颗璀璨明珠，云南省丽江市凭借得天独厚的自然禀赋、源远流长的民族文脉，在文旅品牌打造的道路上步履不停。近年来，丽江市锚定“世界文化旅游名城”核心定位，系统性推进文旅品牌塑造，深耕“舍不得的丽江”核心IP，推动文旅产业从旅游热点向品牌标杆跨越、从流量吸引向价值沉淀升华，走出了一条具有丽江特色的文旅品牌发展之路，使丽江市在全国地级市品牌评价百强榜中位次稳步提升，书写了文旅高质量发展的亮眼答卷。

文旅品牌是城市核心竞争力的集中体现，是凝聚城市文化精神、提升城市文旅影响力的重要载体。丽江的文旅品牌打造，摒弃同质化发展误区，深度挖掘自身独特的自然生态、民族文化、世界遗产优势，构建起“核心IP引领、多元业态支撑、全域协同发展”的文旅品牌体系，让“舍不得的丽江”成为国内外游客心中最具辨识度的文旅符号，也让丽江成为享誉全球的文化旅游目的地。

## 活化文化底蕴 夯实文旅品牌根基

文化是丽江文旅品牌的根与魂，也是其区别于其他旅游目的地的核心竞争力。丽江坐拥世界文化遗产丽江古城、世界自然遗产三江并流、世界记忆遗产东巴古籍文献三大世界遗产，纳西族东巴文化、摩梭人母系文化、彝族火把节等民族文化璀璨夺目，这些独特的文化资源，为丽江文旅品牌建设奠定了坚实基础。近年来，丽江市坚持“保护优先、活化利用”的原则，让文化遗产从“沉睡”走向“苏醒”，让民族文化从小众传承走向大众传播，不断厚植文旅品牌的文化底蕴。

为保护文化遗产，丽江市持续加大投入，健全保护机制，守护好文旅品牌的文化根脉。针对丽江古城，实施古城水系治理、古建筑修缮、消防安全提升等重点工程，严格控

制古城商业化过度开发，保留古城原有的街巷格局、建筑风貌和生活气息，让古城既有“烟火气”，更有“文化味”，守住“活着的古城”这一核心品牌底色。

丽江市建立东巴文化传承基地、摩梭文化生态保护区，加强东巴文化、摩梭文化等民族文化的传承与保护，培育非遗传承人队伍，让东巴文、东巴画、纳西古乐等非遗项目得以代代相传，成为文旅品牌的独特标识。

同时，丽江市打破“就保护谈保护”的局限，推动文化和旅游、文创、研学等业态深度融合，让文化资源转化为文旅品牌竞争力。打造“一滴水经过丽江”主题研学线路，串联起古城、玉龙雪山、泸沽湖等核心文旅节点，让游客在游览中感受丽江的自然之美与文化之韵，让研学旅游成为文旅品牌新亮点。同时，培育“丽江民谣”“纳西古乐”等特色文化IP，让民族文化以更鲜活、更贴近大众的形式走进游客视野，丰富文旅品牌的文化内涵。

近年来，丽江市推出的“丽江礼物”“丽江瓦猫”等具有辨识度的文创品牌，将东巴文化、民族元素融入文创产品设计，让丽江文化可带走、可收藏，进一步扩大文旅品牌的传播力与影响力。此外，丽江市组建“丽江文化资源开掘与转化研究院”，实施“东巴文化活化赋能工程”，打造“名人与丽江”文化IP、“循着徐霞客足迹”等文化主题线路，构建“1核3翼”IP体系，让文旅品牌更具文化厚度。

在品牌传播推广方面，丽江市精准把握新媒体传播趋势，打造“旅居丽江”“20度的丽江”等文旅衍生品牌，通过短视频、直播、图文等形式，全方位、多角度展示丽江的文化魅力、自然美景和文旅体验，让“舍不得的丽江”核心IP深入人心。

丽江市文化和旅游局党组书记、局长杨树宏表示：“‘十四五’以来，我们持续深耕‘舍不得的丽江’核心IP，推出‘旅居丽江’‘丽江民谣’等衍生品牌，相关文旅品牌全网浏览量超50亿人次，有效提升了丽江文旅品牌的知名度和美誉度，让丽江成为国内外游客心中的‘诗和远方’。”

## 升级多元业态 激发文旅发展活力

业态创新是文旅品牌保持活力的关键，也是推动文旅产业高质量发展的核心动力。丽江市打破“观光型旅游”单一支柱格局，推动文旅业态从“观光型”向“体验型”“度假型”“高端型”转型，培育多元文旅新业态，丰富文旅品牌内涵，为文旅品牌建设注入强劲动能，让“舍不得的丽江”既有文化厚度，更有体验温度。

丽江市实施文旅重点工作“一月一调度”，全力推进丽江古城世界级旅游景区、束河古镇国家级旅游度假区和泸沽湖5A级景区创建，白沙壁画、四季花开入选4A级景区公示名单，全市A级旅游景区从“十三五”末的19家增至43家，形成了“世界级+国家级+省级”的景区品牌矩阵，为游客提供高品质的文旅体验。

其中，丽江古城、大研花巷先后跻身国家级、省级夜间文化和旅游消费集聚区，多元夜间经济业态点亮古城夜色，让“夜游丽江”成为文旅品牌新亮点，延长了游客停留时间，提升了文旅消费活力。

近年来，婚拍市场异军突起，让丽江成为新人青睐的婚拍胜地，“丽江婚拍”成为文旅品牌新名片。丽江市立足市场需求，全力培植文旅新业态，从旅居、研学、观星到婚庆、旅拍、民谣，从文创产品到户外运动，一批新产品、新体验、新场景持续得到游客喜爱。

杨树宏介绍：“我们打造‘月月有活动’品牌，举办‘和和美美’特色文化季、研学季、露营季等活动，培育艺术旅居、体育旅居等7大旅居业态，就是要让游客四季皆有景可赏、有乐可享，让丽江文旅品牌更具吸引力。”

丽江市立足文化资源，锚定“文化融合+品质升级”发展核心，以政策规范为引领、金

融“活水”为支撑、行业创新为动能，推动旅游民宿产业从粗放式“铺摊子”向高质量“上台阶”转型。

2025年《丽江市旅游民宿管理暂行办法》正式施行，构建起全链条、标准化的制度体系，中国工商银行丽江分行推出5亿元“云旅民宿贷”专项授信，有效破解民宿升级资金瓶颈。

如今，大研古城、束河古镇、白沙古镇的民宿各具特色，大研古城民宿融合纳西“三房一照壁”建筑肌理与新中式美学，白沙古镇民宿主打“本土原味+小众静谧野趣”，束河古镇民宿侧重“静谧休闲度假+纳西风格轻融合”，形成“一域一房一特色”的格局，让民宿成为民族文化遗产的鲜活载体、文旅消费升级的重要引擎，为丽江文旅品牌增添了诗意栖居的独特魅力。

## 优化服务品质 提升文旅品牌口碑

优质的服务是文旅品牌的软实力，也是吸引游客、留住游客、提升品牌美誉度的关键。丽江市始终坚持“以游客为中心”的理念，打出旅游市场环境优化“组合拳”，不断提升文旅服务质量，擦亮丽江文旅品牌口碑，让每一位游客都能感受到“舍不得的丽江”的温暖与贴心。

在旅游监管方面，丽江市首创“1+5+N+1”旅游市场综合监管机制和“1+5+14+X”旅游投诉处置工作机制，常态化开展联合执法，构建起“治理并举”的立体化监管体系。旅游“红黑榜”、联合惩戒等举措落地见效，让诚信经营蔚然成风。“30天无理由退货”持续优化，不断加强导游队伍建设，星级导游占比超全省20%，有效规范了旅游市场秩序，提升了游客体验，游客满意度由90%提升至98.8%。

“以前总听说丽江旅游有

坑，来了之后发现完全不一样，商家都很诚信，遇到问题投诉也能快速解决，体验感特别好。”来自北京的游客郭先生一家在体验完古城民俗活动后坦言。

经过多年的不懈努力，丽江文旅品牌打造取得显著成效，“舍不得的丽江”核心IP影响力、竞争力和美誉度不断提升，成为国内外知名的文旅品牌标杆，推动丽江文旅产业实现高质量发展，为经济社会发展注入强劲动力。

目前，丽江市以旅游业为代表的第三产业占GDP比重达54.2%，对经济增长贡献率高达35.8%，文旅产业直接带动20万人就业、间接吸纳约40万人就业，成为带动群众增收、推动乡村全面振兴的重要力量。

丽江市品牌影响力持续扩大，国际品牌酒店、星级饭店、星级特色民居客栈数量全省领跑，入选全国首批高质量户外运动目的地名单，“舍不得的丽江”核心IP成为国内外游客心中的“诗和远方”。如今的丽江，已从一座小众旅游城市，成长为享誉全球的文化旅游名城，文旅品牌的凝聚力、传播力和竞争力不断提升，实现了从资源优势向品牌优势、从流量红利向价值红利的跨越。

“丽江市将继续锚定‘世界文化旅游名城’定位，持续深化文旅品牌打造，进一步挖掘文化内涵、强化生态保护、推动业态创新、优化服务质量，不断提升‘舍不得的丽江’核心IP的影响力和竞争力，推动文旅品牌建设与经济社会高质量发展深度融合。未来，丽江将以更鲜明的品牌特色、更优质的文旅服务、更强劲的发展动能，打造兼具文化厚度、生态温度、体验深度的世界级文旅品牌，让更多人了解丽江、爱上丽江、舍不得丽江。”丽江市委宣传部相关负责人表示。

在云南省丽江市玉龙纳西族自治县，玉龙雪山巍峨耸立，风光壮美。人民图片