相比“成为网红”，大同文旅更愿“蓄力长红”

■中国城市报记者 张亚欣

来山西大同的游客，这几年多了，也停留得更久了。

今年10月2日11时19分，云冈石窟年度接待量突破500万人次，比2025年提前23天。7天国庆假期，大同8家重点监测景区接待192.20万人次；云冈石窟32.47万人次，假期首日接待量同比增长26.4%。携程发布的国庆旅游市场分析报告显示，大同在线旅游人次和收入均列山西全省第二。

另据数据，2025年，大同接待国内游客6958.83万人次，旅游总花费758.96亿元，客流连续多年增长。值得注意的是，2021年，游客在大同平均停留1.2天，2025年则延长至3.3天。多停留的两晚让当地的夜间餐馆、民宿、演艺和文创有了更多生意。同时，“网红城市”的标签也被愈发频繁地安在大同头上。不过，这背后，本地人还有自己的“说道”。



山西大同古城内，游客观看旅游演艺《如梦大同》。《如梦大同》出品方供图

游客过夜停留延长 夜间业态先起量

游客流量多了，古城里的餐馆翻台持续更晚，民宿不再只做“睡一晚”的生意，夜场演出也有了更多买票的人。

实地走访大同期间，中国城市报记者看了一场行进情浸式旅游演艺《如梦大同》。没有固定座席，观众跟着演员在几座院落之间移动，灯光、投影和全息升降屏轮换，北魏平城的街市景象就在观众身边浮现。今年国庆假期，《如梦大同》单日演出增至5场，截至10月2日累计接待观众18万人次。另据大同市2025年国民经济和社会发展计划执行情况报告，全市3台旅游演艺接待游客59.8万人次、收入4828.47万元。

文旅平台监测显示，古城东南邑历史文化街区的高峰客流常持续到深夜1点左右。游客登完城墙，下来逛市集、吃宵夜、选文创。大同开发文创产品300余种，取材于平城出土陶俑的“北魏打工俑”在网上人气颇高。

除演艺外，在大同举办的演唱会也在持续吸引客源：2025年星动云中、周华健两场演出吸引5.6万人次观看，门票营收超过1900万元；任贤齐今年“五一”假期连开3场，氛围热闹……演艺和演唱会大多发生在晚上，也大多依赖游客多停留的两晚。

大同市2025年国民经济和社会发展计划执行情况报告显示，8家重点监测景区门票收入约7.5亿元，同比增长18.75%。大同市2025年统计公报数据显示，住宿业增加值增长7.1%，餐饮业增长5.6%。业内人士称，大同的景区门票收入涨得比住宿和餐饮增加值都快，如此看来，消费要从景区门口向城市里面散开，还需要时间。

“云冈石窟、悬空寺、华严寺，放在全世界来看也是高端的。”大同市文化和旅游局副局长刘海鹏在接受中国城市报记者采访时介绍，“十四五”期间，大同入选全国重点旅游城市，文化旅游及相关产业增加值占地区生产总值的比重突破5%。

不同于“爆款”

“网红城市”4个字一经传开，大同人会先把“家底”数一遍。

据大同市文化和旅游局统计，全市A级旅游景区38家，其中4A级及以上13家；博物馆68座。大同市2025年国民经济和社会发展计划执行情况报告显示，云冈、恒山景区2025年接待量分别突破528万人次、441万人次。

“大同从来不缺‘素材’，缺的是把‘素材’讲出去的迭代拓展和持续输出。”大同市政协智库专家任翔宇在接受中国城市报记者采访时感慨，不少南方城市“随手一看就是个点子”，把一个个看点赋予一个故事、包装起来就能“出道”；一些北方人反倒觉得自己城市里的特色点“一直就这样”，见惯了也不觉得稀罕，朴素低调。

2023年，山东淄博凭借烧烤火速“出圈”。那之后，“为什么没有自己的‘爆款’？”在大同成为被频频讨论的问题。

在任翔宇心里，大同不该被算作“网红城市”。淄博过去给人的印象只有烧烤，游客去了才发现比想象中好，会产生惊喜感。大同的则情况不同，其“身影”较为普遍。“比如，连小学课本上都有云冈石窟。你对一个地方从小就有一定认知，加上看过不少照片、视频，还怎么会有惊喜？”任翔宇认为，多数游客奔的是“圆梦”。年轻人玩法再多，来大同看的还是小时候课本里的石窟佛像。

据大同市文化和旅游局数据，2022年大同接待游客3187.62万人次；两年后到6229.89万人次，2025年是6958.83万人次。由此看来，大同并没有出现爆红之后迅速回落的情况。

今年暑期，大同8家重点监测景区接待游客918.17万人次，同比增长25.38%，其中云冈石窟增长5.55%，恒山增长10.26%。据大同市文化和旅游局测算，全市8家景区整体增速高于云冈和恒山两家龙头。

在谈及大同近年来备受关注时，任翔宇很少用“流量”二字。他更常说的是，“外界为什么一直有人看大同”。存续了千百年的云冈石窟、悬空寺、华严寺，常有不少游客到访，这靠的绝不是一时的热点。

过去提起大同的宝贝，常说的是辽金的大殿，而眼下有人专门到大同找元代建筑。任翔宇表示，“网红城市”大多有几个固定的点，游客照着一个一个去。大同的文旅资源丰盛，不同的人能感受到不同的东西。“游客一次次来实际上是情感上的递进，来得多了，看到的东西也就不一样。”任翔宇说。

这就需要把“流量”变“留量”、“网红”变“长红”。而大同要实现“长红”的产业底子，眼下仍压在煤炭上。

大同市2025年国民经济和社会发展统计公报显示，全市原煤产量15775.0万吨，比上年下降2.9%；煤炭工业增加值增长8.1%，非煤工业增加值下降2.3%；三次产业结构为6.6%、31.4%、62.0%。第二产业里，煤炭产业仍是“最粗的一条腿”。

按任翔宇的说法，“养个大小伙子要一口一口吃”，一座城市要实现文旅“长红”，也急不得，需要多方面转型升级的支撑。

把“宠客听劝”做到位

城市底子可以慢慢打，对游客体验的提升却得步步跟上。今年8月，北京游客王瑞带着一家老小到大同，行程排得松快。云冈石窟一早进去，第二十窟露天大佛脚下人还不多；下午转去善化寺，院里安静，王瑞在门槛上坐了一会儿。

“大同适合带着老人小孩慢慢逛。”王瑞告诉中国城市报记者，在东南邑，新旧元素混搭得恰到好处，全家都能找到自己的游玩节奏。“住的地方选在古城附近，吃饭、遛弯、看城墙都方便。”他给行程的评价是“值得N刷”。

游客的好评不假，本地人对服务的看法却更为复杂。“大同的服务业起步比南方晚，热情有余、细致不足，要提升的空间还很大。”任翔宇说，“现在很好，但还可以更好，更上一层楼。”

游客郭女士告诉中国城市报记者，她在大同随便打一辆车，司机都会主动介绍哪里好玩、哪里好吃。起初她担心被拉到奇怪的景点、担心司机拿回扣，走下来发现是诚心带路。中国城市报记者把郭女士打车的故事讲给任翔宇听，他回应说：“普通人身上的主人翁意识，是大同近些年最实在的变化。”

大同市文化和旅游局方面介绍，全市新增停车位2万余个，推出23项暖心举措。国庆假期，云冈石窟停车场免费开放、车位8000多个，开园时间提前到6时30分；古城内外39处停车场开放近7000个车位。12345热线给游客单开了快速通道，“接诉即办”完成时间平均3.2小时。刘海鹏说，一整套举措就是为了把“宠客听劝”做到位。

另据大同市文化和旅游局方面透露，暑期暴露出了博物馆讲解员供给紧张、高峰时段景区预约系统卡顿、古城小吃摊位业态同质化、城郊配套有缺口等短板。假期结束后，文旅、文博、城管等部门均列了整改清单。

至于云冈石窟，多半是游客到大同的第一站，也是大同客流压力最集中的一处。2026年大同市政府工作报告提出启动云冈大景区建设，全年力争投资50亿元以上。按已披露的规划，云冈大景区以十里河生态修复为重点，沿云冈峪建文化长廊，把沟内的点位串起来，后山再修一条循环路。据介绍，云冈石窟眼下单日预约上限4.6万多人，约满之后车辆进出都很困难。循环路修通后，车辆从后山进出，云冈峪腾给游客；十里河沿线生态修复做完，游客能一路走到石窟。现阶段，后山循环路和生态修复都在推进，项目完成了，大同能更从容地开门迎客。



山西大同古城秋日风光。张占兵摄