

文旅融合视域下自治区旅游景区强基焕新发展研究

——以阿尔山国家森林公园为例

刘艳艳, 赵丽丽*

赤峰大学法学与商务学院, 内蒙古 赤峰

收稿日期: 2026年3月11日; 录用日期: 2026年4月21日; 发布日期: 2026年4月29日

摘要

本文以文旅融合作为视角, 以阿尔山国家森林公园为例, 探讨内蒙古自治区森林生态型旅游景区强基焕新发展之路。通过现场考察、问卷调查、座谈交流等方式, 对景区文旅融合发展的现实情况、资源优势以及存在的问题进行了详细分析, 发现尽管景区实现了由林业到旅游业的转变, 形成了初步的多样性业态并且知名度有所提高, 也有着独特的生态、多样的文化和叠加的优势, 但是也有着文化资源开发不足、基础设施落后、业态单一、生态保护与开发之间存在矛盾等问题。基于以上思考, 从文化、设施、制度三个方面提出强基路径, 从产品、业态、科技、营销四个角度提出焕新路径, 打造“一核带动、多种支撑”的文化格局, 打造全区域智慧旅游, 推动生态保护和旅游开发协调发展, 开发沉浸式旅游产品并创新旅游业态。本研究对阿尔山国家森林公园高质量发展起到指导意义, 也对内蒙古自治区乃至全国类似的森林生态类景区实现文旅融合发展及强基焕新起到理论和参考作用。

关键词

文旅融合, 阿尔山国家森林公园, 旅游景区, 强基焕新

A Study on Strengthening and Revitalizing the Development of Tourist Attractions in Inner Mongolia Autonomous Region from the Perspective of Cultural and Tourism Integration

—A Case Study of Arxan National Forest Park

*通讯作者。

Yanyan Liu, Lili Zhao*

School of Law and Business, Chifeng University, Chifeng Inner Mongolia

Received: March 11, 2026; accepted: April 21, 2026; published: April 29, 2026

Abstract

This paper takes cultural and tourism integration as its perspective and Arxan National Forest Park as an example to explore the path of strengthening and revitalizing the development of forest ecological tourist attractions in Inner Mongolia Autonomous Region. Through on-site inspections, questionnaires, and discussions, a detailed analysis was conducted on the current situation, resource advantages, and existing problems of the scenic area's cultural and tourism integration development. It was found that although the scenic area has achieved a transformation from forestry to tourism, formed a preliminary diversified business format, and improved its popularity, and possesses unique ecological, diverse cultural, and overlapping advantages, it also faces problems such as insufficient development of cultural resources, backward infrastructure, a single business format, and contradictions between ecological protection and development. Based on these considerations, a strengthening path is proposed from three aspects: culture, facilities, and systems; a revitalization path is proposed from four perspectives: products, business formats, technology, and marketing. This aims to create a cultural pattern of "one core driving multiple supports", develop smart tourism across the region, promote coordinated development of ecological protection and tourism development, develop immersive tourism products, and innovate tourism formats. This study provides guidance for the high-quality development of Arxan National Forest Park and offers theoretical and reference value for similar forest ecological scenic areas in Inner Mongolia Autonomous Region and even nationwide to achieve integrated development of culture and tourism and to strengthen their foundations and revitalize their tourism industries.

Keywords

Cultural and Tourism Integration, Arxan National Forest Park, Tourist Attraction, Strengthening Foundations and Revitalizing Tourism

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着文旅融合战略的不断推进,我国旅游景区的发展已经从规模扩大时期进入到提高质量时期,强基焕新是解决景区发展的症结问题、提升景区核心竞争力的有效途径之一[1][2]。森林生态型景区是生态旅游和文化旅游的重要平台,在丰富的自然资源和深厚的人文历史的基础上,对于发挥生态效益、经济效应和社会效应具有重要的意义[3]。内蒙古自治区有着大量的森林生态旅游资源,而阿尔山国家森林公园是这些森林生态旅游资源中的佼佼者,它融火山森林、温泉湿地等自然景观与林俗、鄂温克族民俗等人文景观于一体,是“生态资源 + 地域文化”的结合体,其发展前景虽然受到文旅深度融合发展的助力,但也存在底子薄、项目少、单一、生态脆弱等问题。在文旅融合的大趋势下,森林生态型景区如何提升自身实力,焕发新生,使生态环保硬性的要求与文旅深度融合的发展要求相互融合,是目前亟待解决的

问题。现有的相关文献多从宏观角度或者单个景区的角度来论述文旅融合的相关内容,对于内蒙古自治区边疆多民族地区的森林生态型景区如何进行文旅融合下的景区强基焕新,相关研究还比较少。因此,本文以阿尔山国家森林公园为例,在对景区实际情况深入了解的基础上,从文旅融合视角出发,分析景区存在的问题及原因,提出适合景区的发展需求的强基焕新途径,建立科学有效的文旅融合、强基焕新发展模式。研究成果不仅能够对阿尔山国家森林公园的发展起到良好的促进作用,也能够为内蒙古自治区及全国类似森林生态型景区的强基焕新、文旅融合发展起到积极的推动作用,有利于我国森林生态旅游产业的长远发展。

2. 阿尔山国家森林公园文旅融合发展现状与基础

2.1. 案例地概况

阿尔山国家森林公园位于内蒙古自治区兴安盟阿尔山市,位于大兴安岭西南麓,总面积 1031.5 平方公里,2000 年批准设立,2017 年被评为国家 AAAAA 级景区。公园的主要景点有火山地貌、原始森林、温泉水、湿地等,有天池、石塘林、三潭峡等多个景点 20 多个,火山熔岩平台占总面积的 28%,是亚洲最大的火山熔岩群之一。公园周围有天池镇、白狼镇等 4 个镇,人口约 1.2 万多人,少数民族占 31.7%。交通方面,距离阿尔山伊尔施机场 25 公里,白阿铁路穿境而过,内部建成了 98 公里环线公路,支线都是砂石路。本研究于 2025 年 7 月至 8 月对景区游客进行了现场调查,发放问卷 190 份,回收有效问卷 180 份,回收率为 94.74%,同时进行了 26 人次的深度访谈,包括景区工作人员 8 人,社区人员 10 人,经营户 8 人,调查材料和访谈内容是本文研究的基础。

2.2. 文旅融合发展取得的成效

2.2.1. 产业转型成效显著,旅游经济稳步增长

阿尔山国家森林公园完成了从林业经济到旅游经济的根本性转变。2000 年景区开业之初,当地林业产出占地区生产总值的 68%,旅游收入不到一千万元;到 2024 年末,景区所在地阿尔山市旅游产业总产值占地区生产总值比重达到 52.3%,高于 2010 年 38.6 个百分点。2021 至 2024 年,景区接待游客人数从 125 万人次增加到 186 万人次,旅游总收入从 8.7 亿元增加到 15.2 亿元,年均增速分别为 14.8% 和 18.2%。这次对于 180 个游客的调查来看,游客停留时间为 1~2 天最多,人均花费为 501~1500 元之间的人最多,总体来看,游客停留时间有所增长,人均花费有较大幅度提高,反映出旅游经济的发展水平有了进一步提升。

2.2.2. 文旅融合项目落地,多元业态初步形成

景区依托生态资源,发展“生态观光 + 文化体验 + 康养休闲”的基本业态。建成了阿尔山林俗博物馆,藏品共计 1200 余件;建设了鄂温克族民俗体验村,有民族服饰展示、手工艺品制作等项目,2024 年接待体验游客 28 万人次。同时建设了 3 个温泉康养中心,推出了“森林 + 温泉”康养产品,实现了观光与科普、康养的初步结合。本次调查共调查游客 180 人,对生态观光业态的参与率为 100%,满意度较高,对文化体验与康养休闲业态的参与率也较高,各业态共同发展,较好地满足了不同游客的需求,体现了业态多样化发展的良好开局。

2.2.3. 节庆赛事赋能发展,品牌影响力逐步提升

景区与地方合作举办了各种节庆赛事活动,从 2016 年开始每年举办阿尔山森林文化旅游节,至今已经举办了九届,共接待游客 150 多万人次,冬季举办国际冰雪节弥补了冬季旅游文化活动的空白,在此期间成功举办过国家级赛事 8 项,自治区级赛事 15 项,先后获得“中国最美森林旅游景区”等 17 个荣誉称号。通过调查 180 位游客我们发现,游客了解景区的主要途径丰富多样,而且大部分游客对景区有

一定的了解, 说明景区品牌的传播面在不断扩大, 影响力在不断加深。

2.2.4. 试点项目带动发展, 周边配套不断完善

作为自治区文旅融合试点景区, 景区用政策资金投入 1.2 亿, 修缮了 35 公里环线公路, 增加了 50 辆游车; 附近建有 18 家酒店、126 家民宿, 入住床位从 2018 年的 8000 张增长到 2024 年的 12,000 张。同时建有三个游客中心, 42 个环保厕所, “景区 + 乡村” 良性互动。本次调查了 180 名游客, 对景区道路、住宿、服务设施和卫生条件等各方面游客的满意程度都比较高, 充分说明游客设施完善带来的积极影响, 极大地提升了游客的游玩感受。

2.3. 文旅融合发展的资源禀赋优势

2.3.1. 生态资源独特, 旅游开发基底良好

阿尔山国家森林公园森林覆盖率达 95%, 原始森林占 78%, 空气中负氧离子达到每立方厘米 3.8 万个左右。这里有丰富的火山锥、火山口等完整的火山地貌景观, 还有 13 个湖泊、120 平方公里的湿地, 每年有 200 多种鸟儿在这里生活。这里的生态资源珍贵而且丰富, 是阿尔山国家森林公园发展旅游的基础。我们这次对 180 个游客进行了调查, 发现生态资源是他们来到这的主要原因, 接近八成的游客是出于生态资源的独特性而来, 远远超过了他们因为文化体验或者康养休闲等原因而来。

2.3.2. 文化资源多元, 文旅融合潜力巨大

景区位于边远少数民族聚居地, 拥有林民俗文化、火山文化、少数民族文化以及边疆军旅文化的多元化文化面貌。阿尔山林民俗文化入选内蒙古自治区非物质文化遗产, 鄂温克族狩猎文化和蒙古族游牧文化保持较好状态, 边疆军旅文化和爱国主义教育有很好的结合点, 多种文化资源丰富, 为文旅融合发展创造了良好的条件。此次对 180 位游客进行的问卷调查结果显示, 游客对于各种文化体验都有一定兴趣, 而且大多希望得到真实、有趣的体验方式, 说明景区内的文化资源有着较好的开发空间, 同时也能指引文旅融合的方向。

2.3.3. 政策红利叠加, 发展保障持续增强

景区具有自身优势和发展前景, 得到国家、自治区、盟市三重政策资金的支持, 政策红利不断叠加, 给文旅融合以及强基焕新发展提供了有力的后盾。景区先后被列入全国森林旅游重点发展区, 国家自然保护区融合发展试点, 得到国家 2.8 亿的资金支持; 内蒙古自治区将其作为文旅融合示范景区, 提供税收优惠、项目审批等各项便利; 兴安盟每年安排不少于 5000 万文旅融合发展专项资金, 同时积极鼓励政府与企业合作, 吸引社会资金 3.5 亿元投入景区建设, 政策倾斜与资金注入双管齐下, 助力景区文旅融合高质量发展。

3. 文旅融合视阈下阿尔山国家森林公园发展的问题诊断

3.1. 文化基底薄弱, 文旅深度融合不足

3.1.1. 文化资源挖掘碎片化, 核心 IP 尚未构建

景区对多元化文化资源的发掘不够全面, 林民俗文化偏重于生产工具的展示, 火山文化偏重于地学知识的介绍, 少数民族文化仅停留在表面的体验上, 文化资源之间联系不足, 缺少一个核心的文化 IP。本次对 180 位游客进行调查发现, 有 68.89% 的游客对于景区的文化特色不了解, 只有 21.11% 的游客能够准确地知道景区的文化特色, 而且游客提到的文化特色比较分散, 主要是火山文化(被提及的比例为 92.11%), 对林民俗文化(57.89%)、少数民族文化(50.00%), 特别是边疆军旅文化(18.42%)的了解程度很低, 充分说明了文化资源发掘碎片化、缺少一个核心的文化 IP 的问题。

3.1.2. 文化展示表层化, 沉浸式体验缺失

景区文化展示主要是静态展示、文字介绍, 林俗博物馆缺少多媒体互动, 鄂温克族民俗体验村参与性差, 火山文化讲解没用上现代技术, 文化体验只是走个过场。我们对有文化体验感受的 102 名游客进行了调查统计, 结果显示沉浸式体验感严重不足, 有 69.61% 的游客觉得文化体验的形式比较单调, 缺少互动性, 而且有 81.37% 的游客感觉只能获得皮毛体验, 不能够充分了解景区的文化, 体验感较差。

3.1.3. 文化转化能力弱, 与旅游业态融合度低

景区文化资源转化为旅游产品的转化率较低, 文创品同质化, 2024 年文创品收入仅占旅游总收入的 2.3%; 文化内涵未能很好地加入到生态观光、养生休闲等项目中去, 呈现表面化特征。此次对 180 名游客进行调查发现, 对景区文旅融合程度的评价不高, 有 42.78% 的游客认为融合度很低, 而认为融合度一般的游客也占了 47.78%, 并且有 83.72% 的游客表示文化与旅游项目结合的不够好只是表面化地进行了展示而非真正的融合。

3.2. 基础设施滞后, 服务保障能力有待提升

3.2.1. 部分接待设施老化, 旺季承载压力较大

景区 48 间特色民宿超过 10 年没有更新, 老旧问题严重; 6 间三星级酒店以下无法满足中高端游客的需求。支线道路 42 公里为土路, 旅游旺季游客等候时间较长, 2024 年暑期单日最多有 8.2 万人来访, 超过其最大接待量的 36.7%。此次对 139 名旺季游客的调查当中, 有 64.03% 的游客表示交通不便, 有 65.47% 的游客认为接待能力差, 有 41.73% 的游客认为住宿设施老化, 而且在老化的住宿设施中, 有 59.55% 的游客觉得交通不便的问题很严重, 有 63.74% 的游客觉得接待能力差的问题很严重, 说明了景区由于接待设施老化而不能承担旺季过多的游客。

3.2.2. 智慧化建设不均衡, 数字化应用程度低

景区线上购票率仅为 38.2%, 支线景点还是人工检票; 智能导览机仅有 150 台, 而支线景点还没有线上导览; 没有实现视频监控全覆盖, 也没有建立大数据分析平台, 智慧旅游发展不平衡。而我们调研了 180 位游客后发现旅游者的数字化应用明显不足, 在他们所体验过的各种智慧化服务中在线购票比例最高为 38.33% 其次为智能导游 23.33%、智慧监控 15.56% 而大数据个性化推荐服务体验仅占 6.11%, 但是旅游者对于智慧化服务的需求却很高在线购票、智能导游需求分别达到了 87.22% 和 87.78%, 大数据个性化推荐也达到了 76.67%, 可见旅游者对智慧化服务的需求远高于实际获得的比例, 也表明旅游者的智慧化需求与智慧化的应用之间存在一定的差距。

3.2.3. 配套服务不完善, 游客体验感不佳

景区解说服务只在主要景点提供, 而且只有汉语和英语两种; 而支线路线景点便民服务站很少, 很多母婴室、无障碍通道都没有; 并且只有两个医疗服务站, 35 人的紧急救援队, 不能满足需要。此次调查了 180 名游客, 游客对服务的整体满意率较低, 解说是 42.78%, 便民的是 39.44%, 均低于 50%, 其中 78.40% 的游客认为解说服务范围小, 85.60% 的游客对便民服务站数量不满, 89.60% 的游客对医疗服务站数量不满, 游客体验受到很大影响。

3.3. 业态体验单一, 全季发展格局尚未形成

3.3.1. 产品附加值低, 深度体验项目匮乏

景区旅游产品浅尝辄止, 缺少徒步、地质科普、实景演出等一系列体验项目, 高端定制化的旅游产品不足 5%, 无法满足游客消费升级的需求。本次对 180 个游客的调查显示, 有 83.89% 的游客对于

深度旅游产品的需求比较大,但是对于目前所提供的深度旅游产品的需求满足度只有 28.48%,同时有 48.33%的游客有对高端定制化产品的需求,但是目前所提供的高端定制化旅游产品的满足度只有 10.34%,说明景区内的深度旅游产品少,附加值低。

3.3.2. 淡旺季差异显著, 冬季旅游吸引力不足

景区 6~9 月份游客人数占到全年游客总数的 78.5%,而 11 月份至次年的 3 月份只占到 12.7%;冬季开放的项目很少只有雪地摩托、冰雪观光等寥寥几项,而且很多基础设施处于闲置状态,很多道路以及服务都停止运营,导致冬季旅游发展滞后。此次对 180 位游客的调查充分暴露出冬季旅游的薄弱环节,76.67%的游客不愿意在冬季去景区,其中 86.23%的游客认为项目少,81.16%的游客认为设施不够完善,71.01%的游客认为气候寒冷不方便,说明景区冬季旅游的吸引力不够大,四季发展的格局还没有形成。

3.4. 发展平衡失衡, 生态保护与开发矛盾凸显

景区核心景点开发密度过大,天池、三潭峡等地植被覆盖度比 2010 年下降了 3.2%,土壤板结面积为 1.2 万平方米。垃圾清理主要依靠人力,支线景点垃圾乱扔现象严重;温泉资源被大量开采造成水量减少、温度降低;周围居民区违法建筑越来越多,生态保护与开发的矛盾愈发尖锐。此次访问了 180 个游客,其中 54.44%的游客认为景区有轻度破坏,8.33%的游客认为景区有中度甚至重度破坏,其中 77.55%的游客表示景区出现土壤板结现象,83.67%的游客表示景区垃圾得不到及时处理,说明景区保护与开发的矛盾已经比较明显。

4. 文旅融合赋能阿尔山国家森林公园强基路径

依托可持续发展理论与文旅融合理论,从文化、设施、制度三大维度推进基础能力建设,既契合文旅资源融合创新对产品供给侧升级的核心要求,也通过底层基础的系统化打造,为新型消费体系构建提供硬件支撑与制度保障,弥补现有森林公园文旅融合中基础建设与文化挖掘脱节、开发与保护失衡的研究短板。

4.1. 文化强基

4.1.1. 系统梳理多元文化资源, 构建特色文化体系

基于文化地理学理论与文旅资源融合的系统性原则,组建由文化学者、地质学家、民俗传承人组成的专门队伍,开展为期半年的文化资源普查,全面收集整理林俗文化、火山文化、少数民族文化、边疆军旅文化的文献、实物及口述等资料,建设完备的文化资源库并实施归类分级管理。区别于现有文旅资源整合中单一文化挖掘的模式,本研究以火山生态文化为核心脉络,挖掘各文化资源的内在关联,将鄂温克族生态智慧与火山生态保护深度结合,把林俗奋斗精神与边疆军旅爱国精神有机汇聚,构建“一核统领、多点支撑”的文化格局,明确各文化内容的重要程度与发展先后顺序,为文化资源的产业化转化奠定基础^[4]。这一模式突破了传统文旅融合中文化资源碎片化开发的局限,实现了多元文化的协同赋能。

4.1.2. 打造核心文化 IP, 塑造专属文化标识

依据文旅融合背景下地域文化 IP 构建的核心逻辑,基于文化体系梳理成果打造“火山林海·秘境阿尔山”核心文化 IP,设计融合火山、森林、鄂温克族驯鹿元素的卡通形象“阿山鹿宝”作为景区专属文化标识。相较于现有文旅 IP 开发中重设计轻运营的问题,本研究围绕核心 IP 构建全链条产品矩阵,开发文创摆件、数字藏品、旅游纪念品等系列衍生产品;同时将 IP 形象全面融入景区门票、导览系统、观光车辆、服务设施等载体,在天池、石塘林等核心景点打造 IP 主题打卡场景,通过标准化文化标识体系强化游客的视觉记忆,有效解决景区文化形象模糊、辨识度低的行业痛点。本研究的创新点在于将 IP 打造与景区全场景融合,实现了文化标识从“视觉符号”到“体验载体”的转变。

4.2. 设施强基

4.2.1. 升级生态友好型基础设施, 提升承载能力

以可持续发展理论为指导, 坚守生态保护优先原则, 制定景区基础设施升级专项规划, 弥补现有森林公园基础设施建设中生态性与实用性失衡的研究不足。支线道路采用生态透水混凝土与木栈道结合的建设方式, 完成 42 公里砂石路的生态化改造, 最大限度减少对土壤与植被的破坏; 新增 30 辆新能源观光车, 优化旺季调度方案并设置潮汐式乘车点[5], 将游客平均排队时间控制在 20 分钟以内, 提升游览体验; 对 48 家老旧民宿进行生态化改造, 推广太阳能供暖、节水卫浴等设施, 兼顾住宿品质与生态环保。同时结合景区承载力核定标准, 建立旺季游客预约限流机制, 从制度层面规避接待超负荷问题, 实现基础设施升级与生态保护的协同发展, 这一实践路径相较于传统基础设施建设, 更突出“生态友好型”的核心导向, 为自然景区基础设施升级提供了新范式。

4.2.2. 构建全域智慧旅游体系, 优化服务效率

依托数字文旅融合理论, 搭建集票务、导览、监控、数据分析等功能于一体的景区全域智慧旅游管理平台, 实现景区运营的数字化、精细化管理, 突破现有文旅融合中数字技术应用碎片化的局限[6]。接入主流 OTA 平台, 完善线上购票、分时预约、电子检票等功能, 推动线上购票占比提升至 80% 以上; 为支线景点配备智能导览牌, 开发支持多语种语音讲解、AR 地质景观复原的景区官方导览小程序, 弥补线下导览设施的不足; 将视频监控覆盖范围拓展至景区全域, 结合 AI 技术实现森林火灾、游客走失的智能预警, 同时通过大数据分析游客流量、消费习惯等数据, 为景区运营决策提供科学支撑。本研究的创新之处在于构建了“线上线下一体化”的智慧旅游服务体系, 将数字技术从单一的管理工具升级为服务游客、保障生态、支撑决策的综合载体, 丰富了数字赋能文旅融合的实践路径。

4.3. 制度强基

4.3.1. 优化景区管理体制, 提升运营效率

基于社区参与理论与治理现代化理论, 建立“景区管委会 + 运营公司 + 社区合作社”的三元管理体制, 明确各方权责边界: 景区管委会负责生态保护、政策落实与监督管理, 运营公司负责景区日常运营、产品开发与品牌推广, 社区合作社负责社区参与项目的运营与管理, 弥补现有景区管理中主体单一、社区参与度低的研究短板[7]。简化管理流程, 建立跨部门协调机制, 对文旅项目审批、设施建设等工作实行一站式服务, 提升管理效率; 制定涵盖解说服务、住宿服务、餐饮服务等领域的标准化运营服务规范, 定期开展服务质量考核并将考核结果与运营团队绩效挂钩, 推动景区管理向标准化、精细化转型。与传统的单一管委会管理模式相比, 本研究构建的三元管理体制实现了政府监管、市场运营、社区参与的有机结合, 强化了社区在文旅融合中的主体地位, 为自然景区的治理体系创新提供了参考。

4.3.2. 建立生态保护与开发协同机制, 实现可持续发展

紧扣可持续发展理论与文旅产业高质量发展的核心要求, 编制景区生态保护与旅游开发专项规划, 明确生态保护红线与旅游开发边界, 对核心生态区实行严格保护并禁止开展旅游开发活动, 破解现有文旅融合中开发与保护脱节的行业难题[8]。建立由卫星遥感、实地监测构成的生态环境动态监测体系, 对植被覆盖率、土壤状况、温泉水量等指标进行实时监测并建立监测数据台账; 实行旅游开发项目生态影响评价制度, 所有文旅项目开工前均需完成生态影响评估并配套建设生态保护设施; 设立生态保护基金, 从景区门票收入中提取 5% 作为专项基金, 专项用于生态修复、环境治理等工作, 形成“开发 - 保护 - 修复”的闭环机制。本研究的创新点在于将生态保护纳入文旅开发的全流程, 通过制度设计实现旅游开发与生态保护的协同发展, 相较于现有研究, 更突出了生态保护基金的市场化保障机制, 为文旅融合的可

持续发展提供了制度支撑。

5. 文旅融合赋能阿尔山国家森林公园焕新路径

基于旅游地生命周期理论, 针对阿尔山国家森林公园文旅发展的升级阶段特征, 从产品、业态、科技、营销四大维度推进焕新升级, 契合文旅资源融合创新与新型消费体系构建的良性循环机制[9], 通过产品创新与业态升级激活消费需求, 借助科技赋能与营销焕新拓宽消费场景, 弥补现有研究中自然景区文旅融合产品同质化、业态单一化的不足, 实现景区从“资源依托型”向“体验创新型”的转型。

5.1. 产品焕新

5.1.1. 开发生态康养类深度体验产品

依托康养旅游理论与文旅融合的产品创新逻辑, 利用景区森林、温泉、高负氧离子等独特自然资源, 联合专业康养机构打造差异化康养产品, 突破现有康养旅游产品单一、体验浅层化的研究局限。针对老年群体的康养需求, 推出“森林浴 + 温泉理疗 + 中医养生”七天康养游; 针对年轻群体的休闲需求, 推出“森林徒步 + 露营观星 + 轻食康养”三天休闲游。打造森林康养步道、负氧离子体验区、康养科普馆等专属基础设施, 配备专业康养顾问为游客制定个性化康养方案, 将生态康养由单一的一次性体验转变为系统性、个性化的深度体验产品, 实现康养产业价值的提升[10]。本研究的创新之处在于根据不同客群的需求进行康养产品的精准设计, 实现了康养资源与旅游体验的深度融合, 丰富了自然景区康养旅游的产品体系。

5.1.2. 打造文化沉浸式体验产品

基于场景理论与文旅融合的体验升级要求, 创造多元文化沉浸式场景, 推动游客从“观光者”向“参与者”转变, 弥补现有文化旅游产品体验性、互动性不足的短板[11]。在林俗文化方面, 还原林业工人生活与工作场景, 开设“一日林工人”体验项目, 让游客亲身参与伐木、搬运木材、制作林业工具等活动; 在火山文化方面, 运用虚拟现实技术建设火山喷发模拟体验馆, 开展地学科考研学体验活动; 在少数民族文化方面, 建立鄂温克族狩猎文化沉浸式营地, 开展驯鹿养殖、桦树皮制作等活态体验活动。通过沉浸式场景打造, 强化游客的文化体验感与参与感, 实现文化资源从“静态展示”到“动态体验”的转化, 这一实践路径相较于传统的文化观光模式, 更突出了文化体验的互动性与沉浸性。

5.2. 业态焕新

5.2.1. 培育文创、民俗体验新业态

依据文旅融合背景下业态创新的核心逻辑, 建立景区文创产品研发中心, 以火山文化、林俗文化、鄂温克族民俗文化为核心素材, 开发火山石摆件、林俗主题文创盲盒、鄂温克族桦皮工艺品等兼具实用性与收藏价值的文创产品, 突破现有文创产品同质化、地域特色不鲜明的问题[12]。建设文化创意产业园区, 邀请文创设计师、非遗大师入驻, 形成文创产品“设计 - 生产 - 销售”的全产业链布局; 举办常态化民俗表演、文化节等活动, 培育夜间文化消费场景, 打造森林音乐会、民俗篝火晚会等特色夜间产品, 丰富旅游业态种类与表现形式。本研究的创新点在于将文创产业与民俗体验深度融合, 实现了文创产品的地域化、特色化开发, 同时培育夜间消费新业态, 延长了游客的消费时间, 提升了景区的消费附加值。

5.2.2. 发展户外赛事、休闲运动业态

结合景区的地理资源特征, 依托体育旅游融合理论, 发展山地自行车、森林徒步、攀岩、冰雪越野等户外运动项目, 弥补现有自然景区业态单一、客群覆盖面窄的研究不足[13]。常年举办中国山地自行车

锦标赛、森林徒步大会等高端户外赛事, 树立“阿尔山森林户外体育旅游品牌”, 提升景区的行业影响力; 建立户外运动基地, 配备专业的户外运动器材与教练员, 为游客提供户外运动培训、器材租赁等一站式服务, 吸引户外运动爱好者群体。本研究通过“体育 + 旅游”的业态融合, 实现了景区客群的精准拓展, 将生态资源转化为体育旅游资源, 相较于现有研究, 更突出了赛事品牌与基地建设的协同发展, 打造了体育旅游的特色标杆。

5.2.3. 打造科考、自然教育研学业态

依托景区火山地质、原生态森林等独特资源, 基于研学旅行理论打造国家级研学旅行基地, 突破现有研学业态中课程体系不完善、设施配套不足的局限[14]。开设地质考察、生态保护、民俗文化等系统化研学课程, 编制专业化研学教材, 配备专业研学导师; 建设集住宿、餐饮、教学于一体的研学营地, 为中小学生、大学生等不同客群量身定制“阿尔山森林研学”产品。将科考资源与自然教育深度融合, 让研学业态成为景区的新亮点, 本研究的创新之处在于构建了“资源 - 课程 - 设施 - 服务”的全链条研学业态体系, 实现了科考资源的教育价值与旅游价值的双重转化, 丰富了文旅融合的研学业态实践路径。

5.3. 科技焕新

5.3.1. 运用 VR/AR 技术, 实现文化与生态资源数字化展示

依托数字文旅融合理论, 运用 VR/AR 技术推动景区文化与生态资源的数字化展示, 契合文旅资源融合创新中数字技术赋能的核心要求, 弥补现有研究中数字技术应用与资源展示脱节的不足。建立虚拟景区数字文化体验馆, 通过 VR 技术再现火山爆发、林业采伐等历史与自然场景, 实现文化资源的数字化复原; 在石塘林、天池等主要景点设置 AR 导游, 游客通过手机即可查看地景形成过程、相关文化故事等内容, 提升游览的趣味性与知识性; 搭建景区元宇宙体验平台, 打造虚拟景区与虚拟打卡场景, 实现线上线下游览体验的融合, 让游客足不出户即可感受景区美景。本研究的创新点在于构建了“VR 复原 + AR 导览 + 元宇宙体验”的全维度数字展示体系, 将数字技术从单一的游览辅助工具升级为资源展示、体验创新的核心载体, 丰富了数字赋能文旅融合的实践形式。

5.3.2. 依托大数据与 AI, 提升景区智慧化管理水平

基于数字智能转型理论, 以景区智慧旅游管理平台为基础, 借助大数据与 AI 技术实现景区管理的智能化、精准化, 突破现有智慧景区建设中技术应用与运营管理脱节的问题。通过大数据分析实现游客数量的科学调控、旅游产品的个性化推荐与生态环境的智能化监控; 利用游客年龄、性别、消费喜好等数据推送个性化旅游路线及产品[15]; 借助 AI 技术实现观光车自动排班、垃圾清理智能报警, 提升景区运营管理效率; 通过大数据构建精准的游客画像, 为景区产品设计、品牌推广提供科学支撑。与现有智慧景区研究相比, 本研究更突出大数据与 AI 技术在“管理 - 服务 - 设计”全流程的应用, 实现了技术赋能与景区运营的深度融合, 为文旅融合的数字智能转型提供了新路径。

5.4. 营销焕新

5.4.1. 精准定位品牌形象, 打造特色文旅品牌

基于品牌营销理论与文旅融合的品牌建设要求, 结合景区资源与文化特色, 精准定位“火山林海·康养秘境·民俗家园”的品牌形象, 以生态、文化、康养为核心亮点进行品牌识别, 弥补现有景区品牌建设定位模糊、特色不鲜明的短板[16]。制定标准化的品牌视觉形象体系, 涵盖品牌 LOGO、宣传语、宣传画册等; 编制景区品牌宣传手册, 明确品牌宣传的内容、途径与方式, 实现品牌宣传的规范化、系统化, 提升品牌知名度与辨识度。本研究的创新点在于将品牌定位与景区核心资源、文化特色深度绑定,

构建了系统化的品牌视觉与宣传体系, 相较于传统品牌建设, 更突出了品牌形象的精准化与差异化。

5.4.2. 拓展新媒体营销渠道, 实现精准传播

依托新媒体营销理论, 组建专业新媒体营销团队, 聚焦抖音、小红书、快手等年轻群体聚集的平台开展运营, 突破现有景区营销中渠道单一、传播效果不佳的局限。拍摄具有故事感、娱乐感的优质内容, 包括景区文化短视频、游客体验 Vlog、民俗故事漫画等[16]; 开展抖音挑战赛、小红书打卡等互动性营销活动, 邀请游客参与内容创作, 形成“官方传播 + 用户自发传播”的传播格局; 通过大数据分析实现精准营销, 针对不同地区、不同年龄段的游客推送个性化营销信息, 提升营销精准度与效果。本研究的创新之处在于构建了“内容创作 - 互动参与 - 精准推送”的新媒体营销体系, 将游客从“营销受众”转变为“内容创作者”, 实现了营销传播的裂变式增长, 丰富了文旅融合的新媒体营销实践路径。

6. 结语

本文选取阿尔山国家森林公园作为案例, 研究文旅融合视角下的自治区旅游景区强基焕新发展的路径选择, 指出虽然自治区旅游景区拥有生态、文化、政策三大优势, 且已初见成效, 但在实际运行过程中还存在着基础文化缺失、配套不足等问题, 梳理了文旅融合和强基焕新的关系, 提出了适合其发展的具体对策。这些经验对于同类型景区具有一定的借鉴意义, 但是也有案例单一、研究方式单一等不足。未来将扩大案例数量、运用定量方法、进行更加持久的跟踪等丰富和完善研究, 提高结论的适用范围, 更好地为自治区旅游景区强基焕新、高质量发展服务。

基金项目

赤峰大学研究生科研创新项目; 项目编号: Cfxyyjskycx2026054。

参考文献

- [1] 王贺婵. 文旅融合视角下辽宁红色文化遗产的活化利用研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2026, 42(2): 113-115.
- [2] 蒋依依, 马晓龙, 厉新建, 等. 文旅资源融合创新与新型消费体系构建[J/OL]. 自然资源学报: 1-19. <https://link.cnki.net/urlid/11.1912.N.20260211.1418.003>, 2026-02-21.
- [3] 何芸. 数字文旅融合发展的新模式与新业态研究[J]. 中国管理信息化, 2026, 29(3): 119-122.
- [4] 徐蔚, 刘逸. 文旅融合背景下公共艺术设计赋能常德地域文化 IP 构建的路径研究[J]. 鞋类工艺与设计, 2026, 6(2): 93-95.
- [5] 李红梅, 刘宁. 文旅融合背景下防震减灾场馆宣传路径研究——以河北省为例[J]. 地震科学进展, 2026, 56(1): 31-38.
- [6] 李晓云, 王兆峰. 文旅融合赋能乡村振兴的内在机理及实证检验——基于城乡融合发展的中介效应[J]. 地理与地理信息科学, 2026, 42(2): 122-131.
- [7] 魏帆, 雷钦. 数字能力对广东省文旅融合发展水平的影响研究——以肇庆市为例[J]. 中国商论, 2026, 35(1): 86-89.
- [8] 袁永奇, 孙博文, 刘辉, 等. 数字赋能黑龙江少数民族文旅融合创新发展研究[J]. 中国集体经济, 2026(1): 133-136.
- [9] 李晶晶, 任建华. 安徽省文旅融合产业高质量发展路径研究——基于长三角一体化战略分析[J]. 边疆经济与文化, 2026(1): 66-72.
- [10] 邸炫华, 李启宇. 乡村振兴视角下大安区大山铺镇文旅融合发展研究[J]. 甘肃农业, 2025(12): 59-67.
- [11] 禹玉环. 文旅融合背景下遵义红色旅游高质量发展研究[J]. 遵义师范学院学报, 2025, 27(6): 57-60.
- [12] Yang, L. (2025) Research on the Inheritance and Innovative Utilization of Yiyang Zhuzhi Poems from the Perspective of Cultural and Tourism Integration. *Open Journal of Social Sciences*, 13, 266-281. <https://doi.org/10.4236/jss.2025.1312020>
- [13] 刘梓汐, 杜建敏. 文旅深度融合推动民族地区共同富裕: 价值定位、作用机理与实践进路[J]. 广西民族研究,

2025(6): 266-275.

- [14] Wang, P., Hu, Y., Wei, N. and Wu, X. (2026) Dual Pathways for High-Quality Development: The Role of Cultural Tourism Integration and Digital-Intelligent Transformation in Chinese Tourism Enterprises. *International Review of Financial Analysis*, **110**, Article ID: 104867. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104867>
- [15] 王晶, 陈德广. 文旅融合背景下三亚西岛旅游景区可持续发展研究[J]. 国际公关, 2025(23): 161-163.
- [16] 侯鹏程, 田维飞. 文旅融合视域下安阳苏奇灯笼画的设计发展路径研究[J]. 美与时代(上), 2025(12): 21-26.