



# CULTURE 文化周刊



荔波小七孔水上森林。

● 2025年,贵州全省接待游客人次、旅游总花费同比分别增长8.9%、11.1%。

● 贵州的国家5A级景区从最初1家增加到10家,分布在全省各地,撑起了“多极支撑”的全域旅游格局。

● 2025年全省民宿经营主体总量约1.3万家,数量位居全国第一梯队。根据中国旅游协会民宿分会数据分析,在全国民宿主体增长放缓的2025年,贵州民宿以超过30%的增幅领跑全国,形成万峰林、梵净山等十大民宿集群。



□ 文/贵州民族报全媒体记者 宋兰  
图/本报特约记者 秦刚

## 从“地无三尺平”到热门旅游目的地,贵州——何以黔景无限?

### 资源优势,筑牢旅游发展根基

贵州,是旅游的“黔”力股。这里,峡谷、溶洞、瀑布、峰林、森林、温泉密布,构成了世界级的山水景观矩阵;这里,保留的非遗项目、民族节庆、传统村落、民俗技艺等数量庞大,形成了不可复制的文化“富矿”。

自然禀赋,是这里与生俱来的实力。本届旅发大会发布的贵州旅居地图,将全省划分为清凉避暑旅居带、贵南阳光旅居带、康养疗愈旅居带,正是对贵州资源优势的系统化梳理与市场化转化。

清凉避暑旅居带覆盖贵阳、遵义、安顺等地,夏季清凉宜人;贵南阳光旅居带涵盖黔西南、黔南、黔东南,地处北纬24度至27度,光照充足、温暖宜人;康养疗愈旅居带以温泉、中医药、森林、山地运动为特色,资源覆盖全省九市(州),满足不同人群的康养需求。这张地图既是游客出行指南,也是产业投资地图,让贵州的生态、气候、文化资源真正变成可体验、可消费、可投资的旅游产品。

自然是画卷,人文是根脉。多彩文化,是这里最动人的底色。贵州的文化吸引力,胜在原生、贵在活态、强在共情,是文旅核心竞争力。

近年来,贵州坚持推动非遗活化利用,让民族文化从“观赏”走向“沉浸”。游客可以亲手体验蜡染扎染、银饰锻造、古法造纸、陶艺制作,把非遗技艺变成可带走的文创伴手礼;可以参与苗年、侗年、姊妹节、六月六、龙船节等民族节庆,感受最热烈的民俗狂欢;可以穿上民族服饰行走在山水间,让民族美学融入现代生活。越来越多非遗文创、民族服饰、特色美食走出深山,成为游客喜爱的消费选择,真正实现“文化可穿、可赏、可带、可用”,让民族文化在当代生活中焕发新生。

贵州旅游的底气,一半在世界级山水,一半在多彩文化。生态为底、文化为魂,贵州不仅是“山地公园省”,更是“民族文化大观园”。这种多彩文化交织迸发出的吸引力,让游客来了不想走、走了还想来,也为贵州旅游持续

出彩、成果不断,筑牢了深厚、持久、动人的基础。

### 绘制蓝图,推进旅游提质升级

贵州旅游成果集中爆发,核心动力来自贵州长期坚持旅游产业化战略,一张蓝图绘到底,大力发展旅游。

长期以来,贵州把旅游产业定位为战略性支柱产业,连续举办二十届旅发大会,实施旅游产业化“四大行动”,推动文旅体、交旅、康旅、农旅深度融合,将旅游作为兴业、强县、富民的核心抓手。

本届旅发大会由省府主办,省市联动、部门协同,构建“1+4+N”体系,举办四大主体活动与系列体旅赛事,以高位平台集中招商、推介、签约,为旅游产业注入强劲动能。

本届大会推出的“票根经济”,是政府引导、平台支撑、市场参与的数字消费创新典范。围绕五类票根构建全链消费体系,联动38家企业组建票根经济联盟,实现景区、餐饮、零售、住宿等权益互通,把单次消费转化为全域、多次、长效消费。数字人IP“黄小西”与爆款线路“黄小西吃晚饭”,由政府统筹打造、平台运营推广,成为贵州文旅超级符号,有效提升品牌传播力与游客吸引力。

近年来,在政府统筹推动下,贵州将大数据优势转化为旅游核心竞争力,打造一批可复制、可推广的数字化标杆工程。“支支串飞”航线网络打通省内“空中走廊”,串联重点景区与旅游城市,大幅提升省内旅游通达性,让“快进慢游”成为现实;“一码游贵州”作为省级官方文旅平台,整合全省500余家A级景区,覆盖门票预约、酒店民宿、消费优惠、资格认证等全场景服务,实现“三秒审核、一次认证、畅游全省”,累计服务游客超2.27亿人次,成为全国智慧旅游标杆。

从顶层规划到政策落地,从交通组网到数字平台,从IP打造到消费创新,贵州以政府为主导、以大数据为引擎,实现旅游从“被动靠资源”向“主动做产业”转变,从“传统观光”向“智慧

旅居”升级,为旅发大会持续输出高质量成果提供制度与技术保障。

### 多维协同,构建旅居核心吸引力

底层有得天独厚的山水人文资源留住游客,顶层有系统完善的政策与数字服务支撑产业,上下联动、多维协同,共同构筑起贵州不可替代的旅游吸引力,让“去贵州旅居”逐渐成为文旅消费新潮流。

从2023年到2025年,越来越多外地游客从“观光打卡”转变为“长住体验”,他们被这里的文化底蕴、生活节奏与人情味打动,在村寨里开民宿、做文创、传技艺,在城里买房定居避暑,把贵州当作“第二故乡”。

据统计,从2023年到2025年,全省民宿经营主体总量约1.3万家,总量跻身全国民宿产业第一梯队。年接待旅居游客超900万人次,营业总收入突破70亿元。2025年,省外客群在黔购房达3万套,占全省销售总量17.9%,越来越多外地人选择在贵州安家置业、长期旅居。

在肇兴侗寨,从贵阳前来经营民宿与蓝染店的三青感慨:“我去过凤凰、丽江、大理等很多古镇,肇兴风景

不算最惊艳,但人情味、烟火气最浓。其他地方虽然好玩,但没有这种踏实、回归生活本身的感觉。”

在石阡县坪山侗族侗寨乡佛顶山村老上民族文化村,从六盘水来到这里经营“尧上·相遇民宿”14年的王克琴说:“贵州的山水灵动、空气好、水好,民风特别淳朴,在这里就像回家一样,住惯了这里,再去外面都不习惯了。”质朴的话语,道出了外地经营者与游客对贵州人文环境的高度认可。

为了让更多人安心留下来,贵州持续以温和而务实的政策护航旅居发展。打造多元旅居产品,包括避暑旅居、康养旅居、研学体验、山地运动等特色业态,依托贵州凉爽气候、温泉资源、民族文化等优势,推出“医养健食娱住”一体的旅居融合体系;推动城市旅居与乡村旅居协同发展,城市方面打造“精装交付、拎包入住”的旅居小区,乡村方面通过盘活闲置农房,打造“整村运营”的旅居村寨,推广“企业+村集体+农户”运营模式。

如今在贵州,旅居早已成为一种可触摸、可亲近、可落地的生活方式。贵州何以黔景无限?独一无二的资源禀赋加上系统推进的文旅布局,让贵州旅游产业不断创造新亮点、取得新突破、实现新跨越。

贵州何以黔景无限?独一无二的资源禀赋加上系统推进的文旅布局,让贵州旅游产业不断创造新亮点、取得新突破、实现新跨越。

### 链接>>>

#### 春假去哪儿

4月1日至3日,贵州省迎来首个春假。春假与清明节假期相连,形成6天小长假,省内多景区同步推出免票政策与特色文旅产品,让学生家长在行走中亲近自然、感悟文化。

时间:4月1日至4月20日  
地点:荔波小七孔  
优惠:每名小学生可携带2名户籍亲属免小七孔景区首道门票入园(凭户口本到景区窗口办理)

国家级5A级风景名胜,世界自然遗产。这里集洞、林、湖、瀑、石、水多种景观于一体,玲珑秀丽,令游客耳目常新,有“超级盆景”的美誉。

时间:4月1日至4月3日  
地点:花江峡谷大桥  
优惠:对7至18岁学生免二层观光电梯门票

花江峡谷大桥位于安顺市关岭布依族苗族自治县与黔西南布依族苗族自治州贞丰县交界处北盘江江段,国家3A级景区花江大峡谷风景区上空,大桥主桥跨径居山区桥梁跨径世界第一、桥梁高度居世界第一。

时间:4月1日至4月3日  
地点:乌江寨旅游度假区  
优惠:对全国中小學生免景区门票

乌江寨国际旅游度假区位于遵义市播州区高播镇,是一个集观光、休闲、度假、康养、会展于一体的综合性文化旅游休闲度假区。



贵阳路边音乐会现场。(资料图片)