



翠江竹筏

游客排队乘坐竹筏

NPC演员和竹筏上的游客互动

在刚刚结束的“五一”假期，飞天山翠江旅游区（以下简称“飞天山”）再度引发全网关注，“一票难求”“竹筏霸江”“寻找第十仙”等话题热度持续攀升。据统计，飞天山在假期期间累计接待游客达10.72万人次，同比增长286%；实现综合营收464万元，同比增长69%，成为我市唯一启动紧急限流措施的景区。

难以想象，这个热度居高不下的景区，两年多前濒临关停（当时年客流量不足7万人次，年收入低于260万元）。2024年2月，湖南郴山郴水旅游投资开发有限公司（以下简称“公司”）临危受命，肩负起景区复兴的重任。在短短两年内，这支勇于开拓、善于作为的团队，凭借破釜沉舟的决心、化腐朽为神奇的策略及开拓创新的精神，推动景区实现了绝境突围，一跃成为我市文化旅游产业的标杆，缔造了令人瞩目的“飞天神话”。2025年，景区接待游客已突破80万人次，年度收入超过5500万元。

临危受命 于困局中扛起复兴大旗

近年来，中国旅游产业正经历深刻变革与格局重塑，众多传统景区普遍面临资源禀赋退化、产品供给老化、运营机制僵化等发展难题，飞天山便是其中的典型代表。

“刚接手时，景区负债已超2000万元，员工大量流失，各类纠纷错综复杂。”公司董事长李建达回忆当时情景仍感慨万千，“面对困境已无退路，唯有全力以赴。我天天泡在景区，带领团队核心成员沿山水反复踏勘，系统梳理问题症结，深入研判发展路径。”

为扭转困局，李建达率团队突破体制机制障碍，着力巩固景区运营根基：先行垫付原经营主体拖欠的员工薪酬20余万元，稳定队伍；代付工程欠款620余万元，推动基础设施恢复建设；妥善处

理被挪用的旅行社预收款20余万元，重建市场信誉；投入2000余万元对老虎寨、九龙水寨等核心景点实施升级改造，同步修缮观景平台、徒步栈道、游客服务中心及游船码头等配套设施，有效改善了景区长期失修的破败状况。

调解矛盾、梳理产品、提升硬件、调整人员结构……焕新后的飞天山秩序井然，尽显蓬勃生机，成功摆脱了此前门庭冷落的困境，并入选第二届湖南旅游发展大会重点观摩项目。

“山还是那座山，水还是那片水，但人心齐了、创意新了、环境优了、人气来了，信心也就足了。”已在景区工作17年、亲历兴衰变迁的老员工肖朝辉如是感慨。

精准破局 差异化定位解锁文旅发展核心密码

文旅项目，最忌盲目跟风、重复建设及同质化内卷。

在郴州，看水有东江湖，看山有高椅岭。处于夹缝中的飞天山，复兴的底气何在？从河南省到福建省、从江西省到重庆市，李建达与公司总经理颜振华带领团队步履不停，深入婺源篁岭、望仙谷、万岁山、老君山等知名网红景区调研。经过无数次彻夜研讨与头脑风暴，团队最终明确了发展方向：以水上丹霞地貌为根基，深度挖掘本土文化内涵，通过打造特色小场景推动整体发展。

“产品是景区生存与发展的根本。我们始终从游客需求出发探索市场、打磨产品，发现将竹筏体验与NPC演艺相结合，能够有效增强游客互动性，符合‘重水轻山、小而精美’的定位。”颜振华说，“飞天山翠江九曲蜿蜒，湾汊交错，丹霞地貌则以鬼斧神工的造型与丰富意韵著称。公司以此为依托，先后推出翠江竹筏漂、九龙探秘游等适合各年龄段游客的游览线路，迅速获得市场认可，其中翠江竹筏漂更成为省内外游客到访郴州的必游项目。”

文化是山水的灵魂，也是实现差异化竞争的关键。如何让飞天山绝美的山水

“活”起来、“趣”起来？公司组织力量查阅历史文献，系统梳理秦观、韩愈、徐霞客等古代文人在此留下的足迹，以及九仙、二佛等民间传说。通过将文化元素与水墨青山的自然景观巧妙融合，串联形成独特的景观节点，并编制专属解说词，精心构建“大串联、小链接、大循环、小衔接”的水陆联动游览格局，进而提炼升华出“轻舟已过万重山”的景区核心IP。

这一IP兼具情感治愈价值与文化传播力，贯穿景区入口、码头、步道等关键场景，成为飞天山最具辨识度的品牌标志。其不仅暗合了国有企业探索市场化路径、景区于逆境中实现重生的艰辛历程，亦精准触达当代游客“在信息过载时代寻求人生豁达”的情感诉求。

截至2024年底，翠江竹筏漂、九龙探秘游项目实现收入1400余万元，推动飞天山成功扭转经营颓势，步入良性发展轨道。

解析飞天山从濒临停业到逆袭成为顶流景区的深层逻辑

□ 郴州日报·今日郴州客户端全媒体记者 谭洁 黄云



景区工作人员为游客答疑

2024年10月2日，对飞天山而言具有里程碑意义。当日，翠江竹筏漂、九龙探秘游项目获得市场热烈反响。此后，各地游客纷至沓来，踊跃参与九龙水寨逍遥洲的NPC互动体验，亲身感受田园生活的世外桃源意境。

这得益于公司拥有一支勇于攻坚克难、善于创新突破的创意营销团队，以及决策层敢于放手、鼓励创新的管理理念。

此前，公司已围绕九龙水寨及竹筏项目开展数月集中推广，但市场反应始终未达预期。不少游客在游览后反馈：“此处自然风光虽佳，但开发程度尚显不足。”

市、区两级主要领导在考察九龙水寨时明确指出，景区要提升文化品位、凸显个性。

随着国庆长假临近，公司面临巨大经营压力。“那段时间，团队全员连续开会，精神高度紧张，不知熬了多少个不眠之夜。一个个点子被提出，又一次次被推翻。”公司创意负责人黎志回忆说。

大家深知，随着文旅消费持续升级，游客已不再满足于“看过这里的风景”，更追求“获得了独一无二的体验与情绪满足”，可要如何将此需求具象化呢？

团队成员多次实地考察大面洲、翠江及九龙水寨的山水，从陶渊明“结庐在人境，而无车马喧”的诗句中汲取灵感。经过深入探讨与细致推敲，决定突破传统静态观光模式，在九龙水寨码头至逍遥洲沿线，通过场景化演出与角色互动，再现宋代百姓生活图景。其间精心设计了洗衣浣纱、孩童蹴鞠、江边垂钓、乌篷船卖货等生活化场景。

此次宋代美学NPC互动项目的成功，进一步拓展了飞天山在文旅深度融合领域的探索边界。公司精准把握各年龄段游客需求，紧密结合“返璞归真、情绪治愈、场景打卡”的文旅消费趋势，大胆创新业态形式，构建起“季季有主

题、月月有活动”的品牌推广体系。“1岁很哇（瓦）噻”“不做牛马做神仙”“青春追心计划”“飞天山花朝节”等特色活动，均有效引导游客从旁观者转变为深度参与者。

凭借独特的创意设计与优质的游客体验，景区获得中央及省、市主流媒体的多次关注与报道，品牌影响力逐步扩大至国际市场，成为韩国游客的重要旅游目的地，目前日均接待韩国旅游团超过5个。今年“五一”假期，景区以“寻找第十仙”为主题，推出听钟祈福、竹筏寻幽、鱼灯巡游、投壶蹴鞠、宫灯飞仙、少游对诗等一系列活动，串联老虎寨、九龙水寨、瓦窑坪等核心景点。游客乘筏沿江而下，仿佛化身穿越者，沉浸式体验“人在画中游”的意境，在完成九龙探秘之旅后，最终领悟自身即是逍遥自在的“第十仙”。

市场推广方面，公司采取“线上+线下”联动策略：线上以短视频、直播为核心传播载体，由专业摄影师张龙杰持续创作多视角、多情境的风光影像作品，并联动文旅达人形成传播矩阵，同时启动全民营销激励计划，促使越来越多的员工、市民及游客自发成为景区“代言人”；线下则深耕旅行社、导游、车队等核心渠道，优化合作机制以保障客源稳定，同时推出针对性优惠产品，积极拓展境外市场。

“坚持原创内容生产、保持高频曝光、聚焦本地文化的现代表达，以及构建‘NPC—游客互动—情绪价值—精神共鸣’的递进式体验体系，是飞天山实现快速走红与持续破圈的深层原因。”公司营销宣发负责人骆源源说，“如今，飞天山已从区域型景区成长为全网知名文旅IP，实现了从‘一季热’向‘四季热’的转变，客流源源不断。今年‘五一’假期，线上购票游客突破3.3万人次，二刷及三刷游客占比超过10%。”

服务提质 细节匠心让流量变“留量”

网红易做，长红难求。流量能否留住，核心在服务。

公司始终将游客体验放在首位，通过精细化、人性化与智慧化的服务举措，成功将短期流量转化为“留量”和实际消费。

5月2日，一名网名为“活爷”的残疾游客从长沙前来游玩。坐着轮椅的他在密集的排队人流中行动受限，并突发身体不适。得到求助信息的景区工作人员第一时间来到他身边，为其开通绿色通道，全程提供引导陪同与热情服务。

“在这里，我不仅被‘轻舟已过万重山’所蕴含的豁达心境疗愈，更被平凡人的温暖善举感动，此次旅行不虚此行！”返程后，深受感动的他在社交媒体分享旅行感受。

这样的暖心故事在景区不胜枚举。每逢节假日，面对日均数以万计的客流量及高负荷运营压力，公司均会提前召开专题会议，对客流趋势进行研判，增配一线服务人员，强化协同联动保障机制，完善应急预案，确保为游客提供稳定、有序、安全且富有温度的游览环境。

从清晨到日落，从山峰到江面，从一句句温馨提示到一次次紧急援助，从设施优化升级到服务流程再造，飞天山把暖心服务与匠心精神融入每一个细节、每一个环节，以“零事故、零重大投诉”的成效彰显企业高效、精细的承接能力。

服务是景区最直观的形象名片。为了让每一位游客能够便捷入园、安心游览、舒心体验，公司常态化开展服务礼仪、应急救援、安全操作等专题培训，全面提升员工的服务意识与专业能力。同时，公司加快推进科技赋能与智慧文旅建设，在核心区域安装200余个监控设备，并接入省、市文旅智慧管理平台。今年“五一”期间，景区还启用了智能叫号系统与入园识别设备，并设置了可容纳260人的等候区域。

共生共荣 书写区域赋能鲜活答卷

国有企业的责任担当不仅体现于自身发展，更在于赋能区域经济、推动共同富裕。飞天山的涅槃重生为此写下了生动注脚。

一方面，公司秉持就近招聘原则，竹筏工、讲解员、保洁员、安保员等一线岗位中，七成面向周边村民，让更多群众享受政策红利，不用背井离乡即可实现家门口稳定就业。

另一方面，文旅消费的持续升温直接带动了周边餐饮、民宿、农产品销售等关联产业的蓬勃发展，沿线村庄人气兴旺、商业活跃，村民纷纷投资开办农家乐、民宿、露营地，销售土特产，吃上了“旅游饭”，挣上了“稳定钱”，生活面貌焕然一新，幸福指数一路飙升。此外，曾经闲置的演艺中心与地质博物馆也被全面盘活，改造成游客服务及业态经营的优质空间，实现了资源的高效利用。

“得益于景区的蓬勃发展，我们老百姓的日子也日益红火。”家住景区附近，经营着一家农家乐的村民周小军在忙碌中竖起了大拇指。

两年砥砺前行，两年华丽蜕变。飞天山在困境中崛起、在创新中发展，先后斩获多项国家级、省级行业荣誉，成功入选“2025年中国旅游产业影响力案例——旅游产业赋能城市发展和乡村振兴典型案例”，并被授予2025年郴州市“四敢”企业称号，成为我市发展速度最快、增长势头最劲、市场口碑最佳的头部景区之一。

青山叠翠，碧水长流，竹筏轻荡，文脉绵延。飞天山的成功实践表明，唯有敢闯敢创、坚忍拼搏、脚踏实地，方能成就卓越与辉煌。

船到中流浪更急，人到半山路更陡。展望未来，李建达目光坚定：“我们将锚定‘创建国家5A级景区’目标，继续深化‘轻舟已过万重山’文化IP，升级行进式山水剧场等沉浸式体验产品，深耕大湾区、长株潭核心客源市场，积极拓展入境旅游业务，努力把飞天山打造成世界级旅游目的地。”

大面洲码头实景航拍