

老牌景区迎来从看景到“入景”、从等客到留客的蝶变,且看—— 千山“变”形记

本报记者 关 雪



千山“变”形记

千山“变”形记

引子

7月2日傍晚,距鞍山城区十七公里的千山正门前人头攒动,千山“变”形记在一片歌舞欢腾中启幕,抖音实时数据显示,直播间20万人同步在线,登顶同时段人气榜第一名,点赞量突破5000万;7月6日,坐拥4700万粉丝的国内顶流才艺主播唐艺空降千山“变”形记,来自全国各地的上万名粉丝齐聚现场,抖音直播间开播半小时在线人数就超过30万。

谁能想到,打造出如此现象级文旅场面的千山景区,数年前还深受传统景区“通病”困扰:业态老旧、游客结构单一,淡旺季客流落差巨大,发展一度承压。

如今,景区交出了一张这样答卷:2025年接待游客435万人次,实现客流规模大幅增长。

今天,随着记者的脚步,我们共同走入林间步道、穿行山下村落,在游客的笑语、商户的变迁、村民的增收里,体验千山脱胎换骨的蝶变之路。

四季皆景

在北方众多山岳景区里,季节性冷清是绕不开的通病。春暖花开、盛夏乘凉时游人络绎不绝,秋风萧瑟、寒冬降临后,山道沉寂、商铺冷清,一年大半时间资源闲置、客流断层,曾经的千山景区也深受困扰,守着优质山水资源,却长期面临“半年红火、半年闲置”的尴尬。

近两年,这座千年名山主动求变,跳出传统观光景区的固有模式,在四季运营、消费业态、游客服务、全域联动上持续深耕,让淡季变旺季、山水融新潮、一景带全城。

老鞍山人都会有印象,从前的千山,冬日常是山门冷清、游人稀少。漫长的冬季没有特色游玩项目,皑皑白雪锁住了山林风光,也锁住了景区的人气与活力。为了打破季节桎梏,补齐冬季文旅短板,千山景区全新打造了冰雪千灯祈福节,在银装素裹的冬日山林中,

业态焕新

山水依旧,风景常新,更动人的是山间悄然迭代的烟火气息。如今走进千山,早已不是老式山岳景区单调的观光模样,处处是年轻化、烟火化、品质化的新场景。山间步道旁,清新的网红打卡点位错落分布,暖心标语、特色彩绘、风车廊道点缀山林,贴合年轻人拍照分享、社交传播的游玩习惯。

节假日里,古风NPC穿行山间,互动巡游、沉浸式演绎,让枯燥的登山之旅变得趣味十足。“现在来千山不只是爬山,拍照好看、体验感足,每次来都有新惊喜。”经常周末进山的辽宁科技大学学生王进强说。

暖心惠民的举措,更让千山收获满满口碑。汉服爱好者身着华服免费入园,一袭古风衣袂穿梭青山古寺,山水与古韵相映成画;每年中、高考结束,应届学子凭准考证免费畅游山林,让青春与山野撞个满怀。“考试和同学一起来爬山,景区的优惠政策特别暖心,是属于我们的青春仪式感。”铁岭市应届

考生李悦和同学一结束考试就来到了千山,对景区给学子的免票待遇,连连点赞。面向退役军人、教师、女性群体的定向福利,面向“东北超”“辽超”球迷凭球票免费游千山的待遇,精准覆盖不同人群,用温情服务引客留客、凝聚人心。

业态的更新,更让山间消费实现质的飞跃。曾经的千山,山间商铺只有简单的面包、汽水、平价零食,二次消费一直是短板。如今,六里董法式甜品、蜜雪冰城、海迎春虾饺、八珍素包、素面等特色餐饮相继入驻,精致茶饮、特色美食扎根山林,山野消费蜕变升级。依托鞍山本土特色打造的南果梨奶茶,已成为专属城市味道,亮相省文旅大会收获好评;“小梨仙”文创精巧别致,半年销售额突破200万元,斩获行业重磅奖项,让本土特产真正走出山林、走向市场。适度减免门票让利游客,却带动索道、餐饮、文创、体验项目全面增收,彻底摆脱单一门票依赖,走出了一条品质化、品牌化的文旅增收新路。

带火一城

一山之变,激活一城活力。千山的蜕变,从不局限于一方山林,更以强劲的客流溢出效应,点亮城市、带动乡村,形成“千山+”全域旅游融合格局。紧邻景区的韩家峪村,就是最直接的受益者。

韩家峪村借着千山景区走红的东风,深耕农文旅融合,一步步蝶变为全国乡村旅游重点村。如今村内各色餐饮、民宿错落林立,可同时容纳万人就餐、千人住宿,节假日里游人如织、烟火升腾。400余名村民在家门口就业,返乡创业的年轻人越来越多,采摘观光、食宿接待、文创销售多点开花,小山村真正实现了靠山兴业、借景致富。

山林的人气,源源不断流向城市街巷。如今的鞍山,早已形成多元联动的文旅闭环。登山康养搭配汤岗子温泉,

让短途休闲更有质感;日间游山玩水、夜间打卡城市,带火了夜经济;山水风光联动玉佛苑、鞍钢博物馆,串联起自然风光、人文历史、工业记忆,打造出独属于特色的深度游路线。每到旅游旺季,山下民宿一房难求,城区餐饮、酒店、特产门店客流爆满。很多游客坦言:“本来只为千山而来,最后被鞍山的烟火与底蕴圈粉。”

一峰青山焕新颜,一城文旅启新篇。从四季失衡到四时皆景,从“半年闲”到“全年火”,从单一观光到新潮多元,从孤山独景到全域共生,千山的每一个变化,都可谓文旅转型升级的生动实践。以变革破困局,以匠心塑品牌,以龙头带全域,如今的千山,早已不只是一座名山,更是鞍山市加速推进农文旅体商融合发展的典范。

网红歌星“空降”千山景区,在台上激情表演。

千山景区夜游项目开放,花船演艺定时上演。 本报特约记者 马新艳 摄

求变方能长青

关 雪

钢都新语

固守山水家底坐吃老本,依靠旺季短暂回血,是众多传统景区长期延续的发展模式。千山的蝶变给出硬核答案:老景区想要焕新生,唯有斩断陈旧路径依赖、重构发展逻辑一途可行。

文旅消费早已迈入年轻化、个性化、场景化新阶段,固守老思想老模式,只会持续流失客源、收缩收益。身处增长瓶颈的千山景区选择主动求变,直面市场迭代趋势,跳出传统山岳游的固化框架,精准对接年轻群体消费喜好。景区全域布局网红沉浸式打卡点位,分层打造快慢结合的游览线路,常态化推出互动体验类特色活动,用新潮场景激活山水原生魅力;同步引入网红茶饮、特色文创、连锁商业等多元业态,深耕“小梨仙”专属文旅IP,补齐二次消费薄弱短板。搭配分群体免票、阶梯式惠民引流政策,主动降低门票依赖,实现“门票减量、综合增收”的良性循环,以大刀阔斧的业态革新,让沉寂多年的传统山水资源精准对接全新消费市场,在变局中站稳脚跟、逆势增收。

一山突围,带动一城兴旺,千山这场革新,价值早已超越景区自身边界。依托龙头文旅IP的辐射带动作用,景区拉动周边乡村旅游提档升级,拓宽村民就业渠道,吸引在外青年返乡创业;串联城市温泉、特色夜市、工业博物馆等众多资源,编织全域旅游融合网,持续点燃城市烟火气息,拉动全域产业协同增收,实现了从景区单点出彩,到全域共赢的升级。

从“守着资源吃老本”到“破局焕新谋新篇”,千山景区的蜕变给传统产业转型升级写下了生动注脚:优质存量资源从来不是发展的包袱,故步自封、畏惧变革才是困住发展的最大枷锁。各行各业都能从千山景区敢破敢立的突围实践中汲取力量,以革新求变的魄力打破固化路径,用创新思维重构产业运营模式,让传统产业在迭代升级中焕发新活力。



千山景区推出3款地标造型文创雪糕。



千山景区云潭湖畔,水上空中飞人表演正在进行。