



# 大同文旅看云冈：“暑期档”火爆出圈

本报记者 梁有福



云冈景区游人如织

刚刚过去的7、8两个月，我市文旅迎来期盼已久的喜人局面。从大同古城到长城沿线，从北岳恒山到县区民宿，各处景区景点游人如织。其中，龙头打卡地云冈石窟更是火爆出圈，游客井喷式爆增，成为今年“暑期档”大同文旅的风向标。

## 一、利好叠加 客流大增

来自云冈研究院的统计数据 displays，早在今年“五一”期间，云冈景区单日最高接待量就突破了5万人。进入7、8



利用煤矿卷扬机铁筒制作的太和塔

月，工作日每天游客量达1万多人，双休日每天客流量达2到3万人，相较2019年同比增加80%，创近年来暑期客流新高。出于安全和文物保护等方面的需要，第五、六窟不得不实行轮流开放。

云冈研究院党委书记张焯在分析“暑期档”火爆原因时表示，这是天时、地利、人和三重利好叠加的结果。首先从天时上讲，断断续续三年的疫情，使人们的出游愿望受到很大阻碍。疫情基本结束后，形成了久蓄思动的有利局面。

其次，华北地区今年暑期从早热到晚，很多城市都出现了“35+”的高温天气。而大同地处黄金北纬40度，历史文化底蕴深厚，云冈石窟作为世界文化遗产地、山西旅游的经典名片，地处山西最北端，气候凉爽宜人，环境优美，是绝佳的避暑胜地。于是，云冈成为周边地区游客的避暑热门打卡地。

第三，大同具有历史文化名城和资源枯竭型城市的双重属性，发展文旅等替代产业振兴大同经济，是全市人民的共同心愿。今年以来，市委、市政府出台多项举措，大力宣传和改善大同文旅环境，云冈研究院也是上下一心，全力做好旅游接待服务工作，为振兴大同文旅发挥了示范引领作用。

## 二、未雨绸缪 全员上阵

云冈研究院文旅融合发展中心主任崔晓霞介绍说，云冈是外地游客来同的首选打卡地。去年疫情政策调整

后，云冈研究院就预计到今年客流量会大增，于是提前谋划，从停车到售票，再到讲解和洞窟安保以及景区消防、保洁等，均制定了全面详细的预案。从去年冬季就开始招聘讲解员，进行礼仪服务专业技能培训。讲解员从原有的100多名增加到280名。

尽管如此，今年“暑期档”的火爆仍出乎意料，不能完全满足游客需求。云冈研究院动员所有能讲解的研究生、研究员，全部充实到一线去，还在线上开通了专家讲解预约服务。

7月、8月，讲解员每天早晨8点20分上岗，到晚上7点半才能结束，一个讲解员一个月要讲到179批次，平均一天6批次，没有一天休息日，中午饭也没法吃。很多讲解员的嗓子都哑了，还有的讲解员晕倒在了洞窟中。金牌讲解员接待的批次虽然没有普通讲解员多，但由于讲得更细更深，讲解时间相应也要长得多。

游客量激增，也增加了保洁难度。保洁员们每天在固定和流动岗位上清理公厕、园路、石窟群等地的各类垃圾，不少保洁员年龄偏大，患有各种疾病，但尽职尽责，保证了人山人海的景区清洁如新。

这种高强度的工作量，以前只在“五一”、国庆等节假日出现，那时人们在忙碌三五天或七八天后就能缓一下，今年的旺季持续时间特别长，很多人都在超负荷工作。

除了自驾和组团游，研学游是云

冈今年暑期的一个新亮点。云冈景区每天都要接待五六六个来自全国各地的研学团队。孩子们在云冈边玩边学，把游与学自然融为一体，激发出学习雕塑、绘画、书法、古诗词的浓厚兴趣。后来，很多讲解员都是忍着腿疼、哑着嗓子回答孩子们千奇百怪的问题。

## 三、泊车有位 游玩尽兴

今年暑期，云冈停车场在人员少、工作量大的情况下，迎酷暑、战高温，实现了让游客“有位停车、观景舒心、游玩尽兴”的目标。

云冈研究院产业办负责人丰驰介绍说，停车场是游客进入云冈景区的第一个“窗口”，收费口及售货街又是景区服务的最后一块区域。他们定期对车辆看管人员从着装站姿、指挥手势、解答询问、案件预防等方面进行培训。今年1-8月，来景区的游客车辆达431444辆/次，创历史新高，管理人员的工作量不断增加，所有人员放弃休息应对超大工作量，车辆看管人员由原来每天工作十小时延伸至十三小时。

停车场负责人石磊整个夏季一天都没有休息，每天早晨6点多就提前到岗，晚上最后一辆车离场才回家。停车场工作骨干张九斤连续两个月放弃正常休息，带病坚持在工作岗位上。监控室负责人赵常增是一名专业技术过硬的复转军人，在旅游高峰期期间，高烧带病坚持工作，到门诊输液后，立即奔赴工作岗位。收费负责人周荣每天工作超过十一个小时，收费员杨文丽是收费员中年龄最大的一位同志，但工作激情不输年轻人，工作量一直遥遥领先。

为方便游客泊车，他们更换、新增交通标志牌15块，智能停车场及备用一、二停车场重新施划停车位700余位，施划增设5个无障碍停车位。

售货街现有固定商铺22家，使用面积4730.04平米，个体摊位60余家，从业人员达200余人。

产业办规范了明码标价行为，每月开展物价检查、食品安全检查、消防安全检查，与所有商户签订了“服务承诺书”。至今未发现出售过期变质食品及虚假报价的现象。从6月份起，产业办要求售货街商户不再使用扩音喇叭招揽游客，旅游环境进一步优化。



媒体采访游客(视频截图)



蜗牛公寓夜景

## 四、完善景区 留住游客

在云冈，吸引游客的除了石窟群，景区内的各类场馆和休闲娱乐设施也功不可没。

云冈研究院在景区建设中，始终秉持低碳节能、循环利用的理念。东山蜗牛公寓、“太空舱”公寓等景观，占地约600亩，基础材料全部来自当地砂岩废石或煤矿淘汰的铁矿车、旧风筒、胶车轮、大铁罐等。据统计，云冈石窟这些年共消化固体废物4万立方米，废钢材两千多吨，节省资金上亿元，走出了一条节约型、可持续、有特色的发展道路。张焯也被国家生态环境部授予全国生态环保领域最高奖项

“2016—2017绿色中国年度人物”。今年4月26日，第二届国家工业遗产峰会在江西景德镇隆重开幕，云冈石窟工业文化园区项目被评为优秀工业遗产保护利用典型案例。同时获得这一殊荣的还有首钢老工业区改造西十冬奥广场、东阿阿胶工业遗产等著名工业遗产地。现在，游客在云冈逗留的时间已由景区扩建之初的平均一个多小时，增加到四个多小时。

崔晓霞告诉记者，为带动大同文旅产业发展，云冈研究院日前专门召开会议，研究推出冬季研学、各种展览、文艺表演、特色文创等吸引游客的组合项目，力争延续“暑期档”火爆势头，让云冈旅游向淡季不淡的方向发展。

# 依托一个云冈石窟 盘活一座大同古城

本报记者 赵小霞



“同济大学熊猫叨叨行走看中国”大学生社会实践

5月21日，“东方甄选看世界”抖音直播活动走进云冈石窟，俞敏洪、董宇辉在山西云冈石窟开启文旅直播首秀，云冈研究院党委书记张焯共同出境进行直播。直播边走边看，张焯给大家深度解读云冈石窟的历史文化以及云冈新景区的变化，此次直播吸引了10多万网友观看，评论区互动频繁，网友们纷纷表示一定要来云冈石窟看看。同时，随着旅游旺季的到来，来自海内外的众多游客也纷纷前往云冈石窟景区游览，每个洞窟都摩肩接踵、人头攒动，人们对云冈石窟的兴趣依旧不减，大同古城也迎来了旅游行业的春天。

云冈石窟旅游的热度不仅体现在线下，线上平台关于云冈石窟旅游的热帖也层出不穷，抖音、今日头条、搜狐、新浪、腾讯等各大平台时时有关于云冈石窟旅游“热”的图文及视频帖；游侠客、马蜂窝等旅游网站关于云冈石窟的游记浏览量分分钟破万。今日头条优质旅游领域创作者“芒果旅行日记”发帖引热议，在亲自去过敦煌莫高窟、大同云冈石窟和洛阳龙门石窟后，该作者认为中国的四大石窟都是无价的艺术宝库，各有特色，不过他更建议第一个去参观云冈石窟，因为云冈石窟目前开放参观，参观不限时可反复观看，而且保存比

较完好，体验感更好。微信公众号创作者“蹉跎笑我”细致入微地描述了云冈石窟旅游的感受，在文末还赋诗一首《永遇乐·云冈怀古》以表纪念，评论区更是讨论得热闹非凡，网友们表示读过创作者文字后，更加加深了对云冈石窟的认知。游侠客创作者“申申与漫漫”在游记中表达了两次打卡云冈石窟，探寻石窟艺术背后的秘密，网友互动都想抽时间去看看，被云冈石窟深深地震撼了。

2023年山西省第九次旅游发展大会暨云冈文化旅游季活动中提出，依托一个世界级文化IP(云冈石窟)，盘活一座古城(大同古城)，扩展一个“朋友圈”(“京津冀晋蒙”大同会客厅暨“连理同庆”友好城市协作体)，吸引一批重要客群(青年群体、儿童研学群体、会奖旅游群体)。微信公众号创作者“同济大学熊猫叨叨行走看中国”发表了对云冈石窟研学游的感受，法国硕士生安蕊说“想到建造和维护云冈这些石窟所需的精力和时间，我对贡献于开凿这些石窟的匠人感到特别敬佩。我们能亲眼欣赏云冈石窟的壮观确实是一种荣幸。”云冈石窟景区内到处都是亲子游，青少年们带着对知识的渴望走进云冈石窟，每到一处都带着很多问题，来自广西的一家人对记者说：“暑假带着儿子和母亲自驾来大同，第一站就是云冈石窟，之前去过敦煌莫高窟，一直想来这儿看看，看着儿子一直在跟导游提问，心里非常欣慰，带孩子出来长见识真是太对了。”

云冈石窟带火大同文旅，不仅景区人潮涌动，从景区归来的游客都意

犹未尽地走入大同古城，体验塞上名城的美食和人文。古都大同游客云集，酒店客房爆满。走在鼓楼东西街、下寺坡街、东南邑历史街区体验一街一巷的闲适，凉爽宜人的天气、色香味俱全的美食、历史厚重的遗迹、包容亲和的人文，都是游客留下来的理由，在全国各地游客眼中，这座文化名城值得人们停留驻足，静下来游览和体验。



鼓楼东街头攒动

# 云冈石窟的“龙头效应”

冯楨



来大同过大年，来大同逛古城，来大同看云冈，来大同走长城，来大同避暑纳凉，来大同休闲康养……

大同，已成为旅游目的地、网红打卡地。

这个暑假，古城火，城墙上人流络绎不绝，古城街巷人头攒动；云冈火，旅游专线上，汽车排起了长龙，景区内，十几个停车场车停得满满当当；恒山悬空寺火，为了保护文物本体，只得实行网上预约、实时限流……天南的、海北的，古都大同游客云集，酒店客房爆满。大同古城“活起来、火起来”了。

来大同旅游的大多数人，首先是奔着云冈石窟来的，因为，云冈石窟的名气、魅力太大了。

一是作为世界文化遗产的非凡感召力。不能不说，世界遗产毕竟是令人仰望的天花板级别的存在。

二是作为世界三大石窟、中国四大石窟之一的品牌影响力。云冈石窟不仅是顶级的石窟艺术瑰宝，也是一座世界文化艺术宝库。

三是作为5A级景区的巨大吸引

力，中外文明在这里交流碰撞，古今文化在这里相映成辉，石窟文化、边塞文化、现代艺术、工业文化在这里多元融合，产生强大的文化张力。宜人的环境、舒适的气候、丰富的文创产品、可口的特色美食，带给人们自在舒暢的感受。

四是传统媒体、新媒体热度不减的持续报道产生的“轰炸力”。央视多个频道先后播出史诗级的全景展示6集大型纪录片《云冈》、纪录片《人类的记忆——中国的世界遗产：云冈石窟》等，“千年一窟看云冈”“云上龙门，牵手云冈”“东方甄选看世界”等数场大型网络直播，高规格、高品质的云冈论坛、展览等，在线上线下形成强大的吸睛力。

最酷的景区、最佳的管理、最优的服务，加上最惠的政策、最火的风评，还有最好的季节，云冈旅游的火是必然的。龙头昂，龙身舞，云冈旅游的火，带火了古城旅游，带动了大同旅游。看完云冈逛古城，看完云冈游恒山，看完云冈走长城，大同的旅游就这样火起来了。