

巴中市哲学社会科学创新工程“揭榜挂帅”

结 项 申 请 书

立 项 编 号 BZ25WLRH003

项 目 类 别 “揭榜挂帅”研究项目

项 目 名 称 打造巴中文旅融合新地标研究

项 目 负 责 人 谭智黎

所 在 单 位 中共巴中市委政策研究室

填 表 日 期 2025 年 10 月 30 日

巴中市社会科学界联合会 制

2025 年 3 月

声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是☐ 否☒

成果是否涉密： 是☐ 否☒

项目负责人（签字）

年 月 日

填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称		打造巴中文旅融合新地标研究						
结项成果名称		打造巴中文旅融合新地标研究						
是否变更		否		变更的内容				
原计划成果形式		研究报告		现成果形式		研究报告		
原计划完成时间		2025 年 10 月 30 日		实际完成时间		2025 年 10 月 30 日		
项目负责人及参与人员变更情况								
原 负 责 人	姓 名	张大梁	性别	男	民族	汉族	出生日期	1972 年 4 月
	所在单位	中共巴中市委办公室			行政职务	市委副秘书长	专业职务	——
	通讯地址	四川省巴中市巴州区望王路西段 185 号				联系电话	13981663961	
现 负	姓 名	谭智黎	性别	男	民族	汉族	出生日期	1994 年 7 月

责 任 人	所 在 单 位	中共巴中市委政策 研究室	行政职务	市委政 研室调 研二科 科长	专业 职务	——
	通讯地址	四川省巴中市巴州区望王路西段 185 号		联系电 话	18398953005	
原 参 与 人 员	姓 名	单 位	职 称		联系电话	
	张大梁	中共巴中市委政策研究室	主任		13981663961	
	谢翱	中共巴中市委政策研究室	副主任		18398954193	
	谭智黎	中共巴中市委政策研究室	科长		18998953005	
	两仪	中共巴中市委政策研究室	科长		13678273898	
	朱娟	中共巴中市委政策研究室	科长		13981659887	
现 参 与 人 员	姓 名	单 位	职 称		联系电话	
	张大梁	中共巴中市委办公室	副秘书长		13981663961	
	谢翱	中共巴中市委政策研究室	副主任		18398954193	
	谭智黎	中共巴中市委政策研究室	科长		18998953005	
	两仪	中共巴中市委政策研究室	科长		13678273898	
	朱娟	中共巴中市委政策研究室	科长		13981659887	

二、申请人所在单位审核意见

（审核事项:1.成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容;2.最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。）

签 章
年 月 日

三、县（区）社科联意见

（审核事项:1.成果有无意识形态问题;2.是否同意结项。）

单位（公章）:

负责人签字:

年 月 日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1.成果有无意识形态方面的问题： 有 ☐ 否 ☐

2.是否同意结项：是 ☐ 否 ☐

3.鉴定等级：优秀 ☐ 良好 ☐ 合格 ☐

主审专家签字：

年 月 日

五、市社科联审核意见

单位（公章）：

年 月 日

打造巴中文旅融合新地标研究

文旅地标是展示城市形象、提升城市美誉度的重要窗口，也是吸引人、留住人的关键载体。市委五届十次全会深入贯彻省委决策部署，着眼巴中丰富文旅资源，聚力推动文化和旅游深度融合发展，提出打造“诗意山水·红色巴中”文旅品牌矩阵，明确建设“生态康养度假文旅地标”“红色基因传承文旅地标”“传统文化体验文旅地标”和“数字科普研学文旅地标”。课题组立足巴中实际，深入研究巴中市所拥有的生态康养、红色文化、传统文化以及数字科普等四大核心资源优势，结合当前文旅融合发展新阶段新趋势，探索打造巴中文旅融合新地标的实践路径，提出具体意见建议，形成本课题研究报告，供参考。

一、文旅地标核心资源

（一）生态康养资源。具有优质性、立体性和宜居性。巴中环境空气质量年均优良率 95%以上、森林覆盖率 63.18%，被誉为“中国气候养生之都”。拥有 1 个世界地质公园、1 个国家 5A 级旅游景区、21 个 4A 级旅游景区，其中光雾山、米仓山、天马山、空山天盆、诺水河等景区发展生态康养度假基础条件较好，已具备一定市场规模。米仓大道即将建成通车，可有效串联光雾山、米仓山、神门、空山天盆、诺水河等景区景点，以光雾山—诺水河为核心，形成生态康养度假廊道。沿线集奇峰怪石、幽深峡谷、原始森林、地下溶洞于一体，空气中负氧离子含量极高，夏季平均气温 22℃左右，境内有各类中药

材 2400 余种，98 种被收录进《中国药典》，南江皇柏林、西厢楠木等古树名木，南江大叶茶等古茶树资源，为发展森林康养、温泉疗养、中医药康养等提供了优越条件，是绝佳的避暑康养胜地。

（二）红色文化资源。具有独特性、权威性和规模性。巴中是“中华苏维埃共和国的第二大区域”川陕苏区首府，红色遗址遗迹星罗密布，被誉为“中国革命露天博物馆”。全市现有国家级爱国主义教育基地 3 个、全国经典红色旅游景区 5 个、国家 A 级红色旅游景区 7 个，“川陕苏区·红岩精神”被列为全国 12 个重点“红色旅游区”，已普查登记红色资源 1191 处，川陕苏区红军石刻标语和文献是巴中个性鲜明的标识。川陕革命根据地红军烈士陵园、川陕革命根据地博物馆、川陕苏区将帅碑林、刘伯坚烈士纪念馆、巴山游击队纪念馆、恩阳女红军纪念园等红色景区景点已开发成熟。特别是王坪烈士陵园作为全国规模最大、安葬烈士最多的红军烈士陵园之一，具有无可替代的历史价值和崇高地位，这是巴中文旅资源最具辨识度的“红色 IP”。

（三）传统文化资源。具有悠久性、艺术性和神秘性。全市现有省级历史文化名城 2 个（巴州古城、通江县城），国家级历史文化名镇 3 个（恩阳古镇、白衣古镇、毛浴古镇），国家级传统村落 29 个。以米仓古道为代表的古代交通文化遗产，见证了南北文化的交流融合。南龕、北龕、西龕、东龕、水宁寺石窟为代表的摩崖造像，历史悠久，雕刻精美，造就“四龕福城”

独特城市空间格局，是佛教艺术宝库，也是研究古代社会、艺术、宗教的活化石，具有极高的文化价值和艺术观赏价值。月亮岩、擂鼓寨等巴人文化遗存，得汉城、小宁城等川渝宋元山城遗址，更增添了历史的神秘感和厚重感。

（四）数字科普资源。具有典型性、科普性和趣味性。巴中以国家级科普视听创新应用产业基地（科普大视界）为核心载体，正加速构建全国知名的科普视听研学旅行目的地。基地汇聚虚拟现实视听技术创新与应用国家广电总局实验室、成都影视硅谷超高清基地两大国家级平台，形成 16K 球幕 LED 动感飞翔影院、10 个元宇宙光影馆与聚落以及 1 个大巴山影像记忆馆“1+10+1”的沉浸式视听体验矩阵，配套世界音乐博物馆、全国首个科普视听馆。光雾山—诺水河独特的地质构造（喀斯特地貌、峡谷地貌等）是天然的地质教科书。依托《知识就是力量》科普视听馆，将人工智能、航空航天等前沿科技转化为可感知的互动体验，通过成功举办首届青少年科普视听大会，并策划“一年一大会、一月一院士、一周一专家”的常态化活动，打造“永不落幕的科普之城”，有效推动“视听+科普+文旅”的产业融合，为数字科普研学文旅地标建设提供强大动能。

二、市场分析与需求趋势

（一）市场潜力与消费规模持续扩容。近年来，国内文旅市场呈现爆发式增长态势，尤其是在节假日，出游人次和规模大幅度增长。数据显示，今年中秋国庆假日期间，全国国内出游 8.88 亿人次、总花费 8090.06 亿元，比去年国庆期间增长

16.08%、15.44%；全省共接待游客 4734.15 万人次，实现旅游消费总额 384.01 亿元，分别同比增长 8.32%、6.53%；尽管受降雨天气影响，但全市 A 级景区仍接待游客 105.81 万人次，同比增长 1.84%，实现门票收入 793.51 万元。暑期出游市场活力迸发。比如，今年暑假期间，光雾山康养避暑深受青睐，从 7 月初到 8 月下旬光雾山附近民宿一房难求，酒店民宿入住率达 95%以上，一度时期“梦境·光雾山”“红叶空漂”等沉浸式体验项目限流售罄，诺水河溶洞漂流日均接待量超 3000 人次。文旅市场发展潜力与消费规模呈现快速增长态势，成为拉动经济增长的重要引擎。

（二）需求结构向“全龄化+个性化”深度演进。随着经济社会发展与消费需求变化，文旅市场呈现代际分化与场景细分典型特征，不同群体在消费偏好、行为模式和需求重点方面存在显著差异。

表 1：全龄客群需求结构分析

客群分类	年龄范围	主要特点	消费倾向	出游时间
学生群体	6—18 岁	倾向寓教于乐，喜欢主题乐园、博物馆、科技馆等具有教育属性的场所，注重在游玩中增长知识。	研学旅行、夏令营等活动。	集中在暑期
Z 世代	18—26 岁	追求个性化、体验感和社交分享，热衷“打卡”文化，偏好沉浸式、互动性强的体验项目（如剧本杀文旅、实景解密游戏）。	愿意为优质内容（文创产品、限定纪念品）和社交体验付费，注重性价比但也接受为提升体验的	不固定，多以周末、节假日为主

			增值服务支付溢价。	
客群分类	年龄范围	主要特点	消费倾向	出游时间
年轻家庭客群	27—40 岁 (有孩家庭)	注重孩子的成长体验和教育价值, 偏好亲子友好型目的地, 重视安全设施、儿童专属区域和寓教于乐的项目。	愿意为儿童教育体验、高品质住宿(家庭套房、亲子主题房)和便利性服务(如托管、儿童看护)付费, 注重健康饮食。	暑期、法定节假日
银发族群体	55 岁以上	偏好慢节奏、舒适性高的旅行方式, 重视健康养生元素, 怀旧情怀浓厚, 喜欢结伴出行。	注重健康投资(养生项目、健康检查), 愿意为舒适性(高品质住宿、便捷交通)和文化深度体验付费, 倾向购买实用型纪念品。	不固定, 可根据个人需求灵活安排(错峰出游)
高端商务客群	—	消费能力强, 对服务品质和独特性要求高, 兼顾商务与休闲需求, 追求私人定制、限量体验, 注重隐私和专属服务。	愿意为稀缺性体验(私人定制路线)、高端住宿(精品酒店、米其林餐厅)和具有收藏价值的艺术品、高档文创产品付费。	节假日(通常结合商务活动安排)

专业兴趣 群体	—	包括摄影爱好者、美食家、户外运动爱好者等，基于特定兴趣形成客群，深度垂直的兴趣导向明显，为特定目的愿意远行。	愿意为专业设备和服务（如专业向导、特殊装备）、专业级体验（最佳摄影点、正宗美食、专业级运动设施）以及获取专业知识（专业讲座、培训课程）付费	不固定（根据个人兴趣爱好确定）
------------	---	--	---	-----------------

（三）产品供给从“资源驱动”转向“创新驱动”。供给端呈现三大转型趋势。一是“科技+文旅”融合加速，AR/VR、人工智能、大数据等数字技术广泛应用于文旅场景，智慧文旅成为标配。从“CtiyWalk”（城市漫游）到“TechWalk”（科技漫游），恩阳科普大世界凭借科技创新+视听场景，一跃成为一座集科技、文化、旅游于一体的国家级科普视听基地，受到全国瞩目。开馆以来，入园近10万人次，研学接待超2万人次。二是“赛事+文旅”效应凸显，体育赛事见证城市高光时刻，通过以赛兴城，让赛事流量变经济增量。巴中累计承办的10余场国省级体育赛事吸引超20万人次参赛观赛，带动餐饮、住宿、文创消费同比增长40%。特别是今年10月以来，以“川超”为代表的城市足球联赛成为引领消费升级的现象级文化符号，足球“小赛事”成就消费“大生态”，在这场绿茵盛会的牵引下，完整的消费链条正化作激活城市消费的新引擎。三是场景创新引领消费升级，越来越多的文旅消费趋势证明，需求场景早已从“观光游”向“沉浸游”升级，游客不再满足于走马

观花式的参观，而是渴望深度参与和互动，获得情感上的共鸣和精神上的满足。比如，光雾山景区通过“红叶空漂+卡丁车+飞天魔毯”组合产品，使游客单次消费额提高 42%。

（四）竞争格局呈现“差异突围+区域协同”特征。今年 7 月，川东北五市围绕文旅融合发展主题以全会方式作出决策部署。巴中在川东北文旅竞争中形成独特优势，交通壁垒逐步打破，巴南铁路通车后巴中至成都铁路运行时间缩短至 2 小时 25 分，恩阳机场航线增至 17 条，与汉中、南充、达州组建“小三环”客源联盟，与成都、重庆、西安构建“大三环”市场网络，以文旅推介会引流，2024 年省外游客占比达 37%。

表 2：川东北五市文旅融合发展方向

市（州）	出台文件	发展目标	重点载体	文旅品牌
巴中市	《中共巴中市委关于深入贯彻省委十二届七次全会精神推进文化和旅游深度融合发展的实施意见》	加快建设文化强市、旅游强市，打造全国红色文化传承新标杆，建设革命老区精神文明新高地	光雾山—诺水河；川陕革命根据地红军烈士陵园、川陕苏区将帅碑林；“四龛”石窟；恩阳科普大世界	诗意山水·红色巴中
达州市	《关于以巴山大峡谷八台山深度融合发展为引领、做大做强文化旅游业的决定》	建设巴文化传承创新和旅游发展高地	巴山大峡谷、罗家坝遗址	巴风骠韵·安逸达州
南充市	《中共南充市委关于全面落实党中央和省委决策部署，推进文旅产业高质量发展、加快建设巴蜀特色文化旅游发展示范区的决定》	加快建设巴蜀特色文化旅游发展示范区	阆中古城、朱德故里	世界古城·春节原乡、将帅故里·红色南充、中国绸都·丝绸源点、赛事名城·垂钓天堂

广元市	《中共广元市委关于建设大蜀道国际文化旅游目的地和康养度假胜地加快打造国际旅游城市的决定》	建设具有国际范、中国味、巴蜀韵、广元样的国际旅游城市	翠云廊、剑门关、曾家山、昭化古城	剑门蜀道、女皇故里、红色热土、康养胜地
广安市	《中共广安市委关于推进文化和旅游深度融合、建设重庆都市圈北部文旅副中心的决定》	建设重庆都市圈北部文旅副中心	小平故里、华蓥山、沿口古镇	小平故里行·华蓥山上居·嘉陵江畔游

三、重点任务与具体措施

（一）强化资源整合与极核打造，构建清晰的地标空间体系。一是打造世界级生态康养度假文旅地标（光雾山—诺水河）。强化极核带动，构建全域全时康养格局。通过实施“一五九米仓民宿”计划，引入社会资本沿米仓大道布局建设高端野奢度假标杆性民宿集群、中高端特色文化体验精品民宿聚落和大众消费和乡愁体验特色民宿点，形成梯度布局。联动市内外医疗机构、森林康养基地等资源，布局建设专业康养健康管理中心，提供健康监测、温泉疗养、药膳食疗等专业服务。在巩固秋季“红叶节”品牌的同时，主打“中国气候养生之都”名片，重点打造“36℃的夏天·18℃的光雾山”避暑康养品牌，推出森林徒步、气候疗养等夏季产品；春季推出一批精品徒步线路，利用清明五一等节假日开展“赏花观云海”登山活动；冬季则结合冰雪资源，发展冰雪观赏与娱乐项目，并依托温泉和民俗文化，开发“暖冬温泉季”和“巴山年味”体验。二是打造国

家级红色基因传承文旅地标（通江王坪烈士陵园+巴城红色景点）。王坪景区可参照井冈山景区发展模式，打造红色教育培训、研学旅行、国防教育三大核心产品，开展“为烈士寻亲”活动，依托其丰富的红色资源，深化精神内涵与叙事方式，不仅仅是参观陵园和纪念馆，更要构建完整的“红色叙事体系”。巴州城区作为游客旅游的“中转站”，可参照延安红街模式，利用便捷的交通条件，依托川陕革命根据地博物馆、川陕苏区将帅碑林等景点，盘活现有闲置资源，打造沉浸式红色商业街区。三是打造区域性传统文化体验文旅地标（“四龕”石窟+恩阳古镇+米仓古道）。推动石窟艺术IP化与数字化活化，对重点石窟进行高精度三维数字化扫描，建立数字档案。研究阐释石窟文化价值与时代背景故事，深入“四龕”背后的祈福文化、艺术价值，形成完整的巴中石窟文化叙事体系，开发系列文创产品，如仿制雕塑、祈福牌、丝巾等。利用城市更新机遇，重新规划完善功能区，不搞大拆大建，开发城市登高祈福、巴河漫步骑行线路，沿巴河步游道发展休闲咖吧、休闲茶吧、民谣酒吧、美食小店等，布局一批富有创意、十步一景的网红打卡点，让人慢下来、坐下来、住下来。利用“十五五”规划，围绕米仓古道申遗精心包装一批文旅项目，如在南江县建设米仓古道博物馆，沿着米仓古道打造精品徒步线路，布局户外露营基地等。四是打造国内一流数字科普研学文旅地标（恩阳科普大世界）。

做强“科普大视界”极核，打造沉浸式视听矩阵。全力运营好以**16K球幕LED动感飞翔影院**、**10个元宇宙光影馆**、大巴山影像记忆馆为核心的“科普大视界”场馆群。持续更新巴中本土特色（如地质、历史）创作的科普影片和先进科技领域**VR**内容，并积极引入人工智能、脑机接口等前沿互动科技，保持体验项目的前瞻性与吸引力，巩固其在全国科普视听领域的领先地位。系统性推进科普视听课程化、产品化，与市内研学教育形成联动。例如，推出“聆听院士讲座”“周末专家深度研学营”等高端研学产品，将顶流科学家资源转化为独特的市场吸引力。

（二）聚焦业态创新与场景营造，培育地标核心吸引力。

一是打造红色文旅场景，从“强参观”到“强体验”。打造“青春红”体验场景，通过“红色场馆+角色沉浸+历史事件”等方式，运用**VR/AR**、全息投影、体感互动等技术，打造“**VR战役体验室**”（如模拟空山坝战役）“**苏维埃生活体验区**”（如体验扩红、支前、生产）等，为游客创造革命文化沉浸式体验场景，让历史可感可触。依托大巴山干部学院，整合《问君归期》《望红台》等红色剧目演艺资源，打造红色主题教学精品课程，并利用学员晚间课堂时间，探索开展常态化实景演出。

二是丰富科普研学业态，推动“文科教”深度融合。推进研学课程体系化，与教育部门、科研机构合作，针对小学、中学、大学不同

学段，开发“地质奇观探秘”（光雾山—诺水河）、“红色岁月”（结合超高清技术讲红军历史）、“古代工匠的智慧”（石窟雕刻技术）等系列化、标准化的研学课程。推进研学基地标准化建设，在关键点位设立设施完备、安全规范的研学实践基地，配备专业的研学导师，提供从课程实施到后勤保障的一站式服务。

三是培育文娱赛事品牌，实现“体旅商”联动发展。持续打造顶级赛事IP，继续办好光雾山中国自由式小轮车联赛、恩阳中华龙舟大赛、巴州皮划艇马拉松等赛事，并提升其专业度和观赏性。开发“赛事旅游”产品，针对每项赛事，设计相关的主题旅游线路，如“小轮车赛观赛+实际体验套餐”、“龙舟赛观赛+古镇休闲套餐”，将赛事观众转化为旅游消费者，延长消费链。

（三）着力服务升级与品质提升，提升地标形象口碑。

一是打造可体验的“舌尖印记”。开展“巴中味道”全域美食推广行动，建立“一县一桌”地域美食体系。策划拍摄巴中系列美食视频，讲好美食故事，传播美食文化。鼓励本地餐饮美食企业将美食与文旅创意相结合，推出各具特色的村宴、乡宴、主题宴、主题菜、创意菜，推广“巴中美食地图”和主题性美食线路，鼓励特色餐饮进景区。建立餐饮门店“好客指数”评选激励机制，每年培育推出10家“好客服务标杆单位”、百名“好客服务标杆个人”。

二是打造可带走的“旅游记忆”。实施“巴

中有礼”文创开发计划，举办文创设计大赛，支持各类文化创意工作室、非遗传承人、设计工坊、制造类企业等开展文创产品设计。比如，以光雾山红叶为原型，推出“一叶知巴山”系列文创产品，发展“叶脉经济”文创产业链。在重点景区建设“巴中非遗手作工坊”，设置竹编、剪纸、叶雕等体验课程，游客可参与制作并带走作品。借鉴河南万岁山银票玩法，巴中也可推出“四龕福城”打卡、恩阳古镇“提灯夜游”，NPC 互动集福，兑换巴中特色小吃或者文创产品。三是打造可感知的“产品记忆”。以工业园区为载体，围绕饮料及名优酒、高端肉制品、智能终端等产业赛道，优选一批制造业企业，实施旅游功能配套微改造，建设一批透明观光工厂，打造“生产线即风景线”示范项目。开发“工业研学游”线路，将工旅体验纳入全市研学旅行目录。联合制造业企业推出“景区门票+特产礼盒+工坊体验”为一体的“工业之旅”套票。

（四）搭建智慧文旅与全媒体营销矩阵，扩大地标影响力。一是建设“文旅大脑”。整合文旅、交通、公安、气象等数据，构建智慧管理、智慧服务、智慧营销于一体的文旅云平台，为游客提供“一键游巴中”的全程智能化服务。二是推动破圈传播。突出以人为导向的旅游宣传逻辑，把游客到巴中怎么去、玩什么、吃什么、住哪里作为营销推广重点，整合梳理市内景区景点、酒店餐饮、特色美食等信息，加强与抖音、去哪儿、

飞猪旅行等平台合作，对巴中吃住行游购娱等信息资源深度重构、全面推广。结合资源禀赋和游客圈层，分类分层锁定不同圈层意见领袖、圈子红人、攻略达人，建立长期合作关系，推进深度种草和口碑营销，形成“头部达人引流、意见领袖种草、素人游客晒单”传播链。三是创新营销方式。与头部短视频平台、旅游攻略平台深度合作，开展文旅局长代言、达人采风、直播带货（特产、民宿套餐）等活动。策划具有话题性的网络事件，如“寻找巴中最美石窟守护人”“光雾山四季延时摄影大赛”等，持续制造网络爆点热点，实现“流量”向“销量”的转化。比如，今年6月，千万粉丝文旅网络达人“小黑诸鸣”到光雾山拍摄两条短视频，用文旅人的视角为全国网友解析了“光雾山”的由来，视频转发量超过2万余次，为暑期光雾山避暑康养带来了一大波流量。

课题组成员：张大梁、谢翱、谭智黎、两仪、朱娟