

附件 2

**巴中市哲学社会科学规划项目  
结项申请书**

立 项 编 号 BZ25YB122

项 目 类 别 一般项目

项 目 名 称 以米仓文旅走廊建设助推巴中文旅高质量发展的策略：资源整合、流量裂变与价值转化

项 目 负 责 人 林书竹

所 在 单 位 中共巴中市委党校

填 表 日 期 2025 年 10 月 17 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							
结项成果名称							
是否变更	A、是      B、否		变更的内容				
原计划成果形式			现成果形式				
原计划完成时间	年 月 日		实际完成时间		年 月 日		
项目负责人及参与人员变更情况							
原负责人	姓 名		性别		民族		出生日期 年 月
	所在单位			行政职务			专业职务
	通讯地址				联系电话		
现负责人	姓 名		性别		民族		出生日期 年 月
	所在单位			行政职务			专业职务
	通讯地址				联系电话		
原参与人员	姓 名	单 位		职 称		联系 电话	

现 参 与 人 员	姓    名	单    位	职    称	联系 电话

## 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。 )

该成果无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容; 最终结果的内容质量符合预期研究目标。

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

# 最 终 成 果

# 以米仓文旅走廊建设助推巴中文旅高质量发展的策略：资源整合、流量裂变与价值转化

**摘 要：**米仓文旅走廊是四川《“大蜀道”交通与文化旅游融合发展实施方案》的核心组成部分，巴中作为走廊核心区，交通骨架加速成型，资源禀赋得天独厚，品牌影响持续提升，产业潜能厚积薄发，具备文旅高质量发展基础。但也面临三重瓶颈：有“珍珠”缺“线绳”，协同效能仍待释放。有“流量”缺“留量”，经济效益亟须提升。有“人气”缺“财气”，产业生态尚未成熟。为充分建设好米仓文旅走廊，助推巴中文旅产业高质量发展，建议：一是实施系统性资源整合，构建“大米仓”产品体系；二是推动精准化流量裂变，完善“全时段”吸引体系。三是深化多元化价值转化，打造“巴中礼”产业生态。将米仓文旅走廊切实打造成为助推巴中文旅高质量发展的“黄金引擎”。

习近平总书记指出：“文旅融合前景广阔，要推动文旅产业高质量发展，真正打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业。”文旅产业是拉动内需、促进经济高质量发展的重要引擎。文旅融合是实现交通运输和旅游行业转型升级的有效途径，四川省为加快建设交通强省、文化强省、旅游强省，出台了《“大蜀道”

交通与文化旅游融合发展实施方案》，米仓文旅走廊是其中明确的四条文旅走廊之一，以 G347、S205、G244、S204 等国省干线为走廊主骨架，全长约 730 公里，串联辐射阆中古城、光雾山、恩阳古镇、米仓山等 2 处 5A 级、11 处 4A 级景区和众多蜀道遗存。巴中市是米仓文旅走廊的核心区域，拥有丰富而独特的文旅资源，省级“大蜀道”战略为巴中文旅产业高质量发展提供了重要机遇。本文在分析米仓文旅走廊巴中段资源禀赋与发展瓶颈的基础上，建议实施系统性资源整合，构建“大米仓”产品体系。推动精准化流量裂变，完善“全时段”吸引体系。深化多元化价值转化，打造“巴中礼”产业生态。三大策略协同发力，做优米仓文旅走廊建设，将效益切实转化为助推巴中文旅高质量发展的“黄金引擎”。

## 一、现实基础

(一) 交通骨架加速成型，为“快进畅游”奠定基础。一是干线公路网络有序推进。米仓大道作为旅游大环线核心干线，沿线连接 7 个市域内重要景区，预计通车后，诺水河至光雾山车程将从 4 小时缩至 40 分钟，实现景区高效串联。二是跨区域交通联动升级。汉巴南铁路巴中至南充段开通运营，基本实现至成渝“90 分钟交通圈”，机场、铁路有效联通国内多个城市，多个公路项目有序推进。三是交旅融合设施稳步优化。沿线服务区、旅游驿站、观景平台和充电设施按省级标准统一规划建设，“快进慢游”交通体系初具雏形。

**(二) 资源禀赋得天独厚，为“资源整合”提供富矿。**一是顶级资源高度集聚。巴中段是米仓文旅走廊的核心展示区，坐拥光雾山-诺水河世界地质公园这一世界级生态资源，更是川陕苏区核心区的红色文化高地，保存有南江米仓古道、阎王碥栈道、渡水溪古道等蜀道遗存，这些世界级，国家级资源是进行高端整合的稀缺资本。二是资源组合优势显著。“红、绿、古”三色资源在巴中境内交织融合，能够形成“春赏杜鹃、夏避酷暑、秋观红叶、冬览冰挂、四季品鉴红色史诗与古道文明”的全季全域体验格局，具备开发复合型旅游产品、打造差异化竞争力的天然基础。例如南江县通过《幻享·米仓道》演艺项目，将古道文化与现代科技融合，打造沉浸式体验。三是政策红利空前叠加。四川省委十二届七次全会审议通过了《关于推进文化和旅游深度融合发展、做大做强文化旅游业的决定》，为文旅融合注入强劲动能，“大蜀道”方案将米仓文旅走廊建设提升至省级战略，市委五届十次全会提出“要大力推动文旅融合，织密‘快进慢游’交通旅游网络，盘活道路资源搭建文旅展示和展销平台，加快发展‘一五九’米仓民宿集群，让旅途成为风景。”省市战略同频共振，米仓文旅走廊在项目审批、资金扶持、土地保障等方面有望获得更持续有力的支持。

**(三) 市场品牌影响扩大，为“流量裂变”积蓄势能。**一是赛事节会 IP 效应持续放大。“光雾山红叶节”已成为区域性知名旅游 IP，巴人文化艺术节持续举办，恩阳区连续承办“中

华龙舟大赛”等特色活动，创新打造的“羊”BA乡村篮球赛事IP热度持续攀升，影响力不断扩大，为吸引瞬时流量提供了支点。以2025年四川·南江“羊”BA相约光雾山篮球擂台挑战赛为例，创新推出“日游夜赛”模式，精准契合夏季旅游市场需求，线上线下累计关注突破300万人次，赛事期间光雾山景区门票、餐饮、住宿等消费同比增长70%，文旅综合效益显著提升。二是新媒体传播矩阵成效初显。出台了《巴中市文旅新媒体宣传营销奖励评选方案》，系统性布局、做优抖音、微信视频号等平台官方账号矩阵，选拔文旅推介官，坚持线上线下联动宣传，文旅品牌知名度正在提升，2024年首次市场化举办四川光雾山国际红叶节，开展“我把红叶寄给你”主题营销，第十二届光雾山红叶节宣传实现“登大报、上大台、出爆款、占热搜”，吸引全球100余家海外媒体报道，全网触达超2亿人次。三是客源市场基础正不断巩固。在稳定周边市场的同时，中远程客群比重逐步提升，市场拓展成效初显。

(四) 产业潜能厚积薄发，为“价值转化”拓宽空间。一是文旅产业集群发展态势良好。“159米仓民宿”项目带动民宿产业提质升级，社会资本投入持续加大。二是新兴业态培育成效显著。全市共创建消费新场景23个，“幻享·米仓道”沉浸式演艺、“梦境光雾山”数字夜游、恩阳“梦华录”街区等项目相继落地，成为引流利器，构建“一核多点”夜间经济空间体系，在2025年上半年，已实现夜间消费1200万人次，同比

增长 20%；拉动消费 40 亿元，同比增长 13%，夜经济活力不断增强，全时段、多场景的文旅经济模式正在成型。三是产业融合效益持续释放。坚持“文旅+百业”“百业+文旅”发展路径，“文旅+农业”“文旅+康养”“文旅+研学”等模式有效带动特色产业发展和群众增收，产业附加值显著提升，形成了良性互动的发展格局。例如南江县光雾山镇桃源村 2024 年集体收入达 60 余万元，接待游客超 100 万人次，旅游消费收入约 800 万元。

## 二、瓶颈障碍

(一) 资源整合之困：有“珍珠”缺“线绳”，协同效能仍待释放。一是核心景区联动不足。光雾山、诺水河、恩阳古镇这几个核心景区虽同处米仓文旅走廊，但受限于交通连接和产品设计，尚未形成有效的“双核驱动”效应，游客往往择一而游，尚未完全达成“1+1>2”的协同发展格局。二是管理体制存在壁垒。景区、文保单位、乡村景点等分属不同管理体系，虽然成立了文旅示范区统筹，但在市场化层面，仍旧缺乏统一的运营平台和利益协调机制，导致资源整合深度不足，难以推出跨区域、一体化的旅游产品和线路。三是文化资源转化深度不够。对米仓古道文化、红色文化、巴文化、生态文化等核心文化 IP 的挖掘和展示仍较多停留在静态参观层面，兼具文化深度与市场吸引力的沉浸式、互动式体验产品仍旧不足，文化资源的现代价值和旅游吸引力未能充分释放。

(二) 流量裂变之困：有“流量”缺“留量”，经济效益亟须提升。一是游客停留时间与消费水平有待提升。当前旅游形态仍以“一日游”“过境游”为主，能让游客“慢下来、住下来、玩起来”的深度体验项目和夜间消费业态相对不足，部分夜间消费场景的开放时间与游客晚间休闲消费节奏不匹配，旅游综合效益未能充分显现。二是客源结构与消费时段相对单一。旅游市场对“光雾山红叶节”等季节性IP依赖度较高，淡旺季客流落差显著；客源地虽有扩展，仍以周边城市为主，对中远程高端休闲客群、年轻消费群体的吸引力仍需加强。三是内容生产与精准传播体系尚不健全。虽在新媒体传播上有所尝试，但缺乏体系化、专业化的内容生产和流量运营，用户自传播(UGC)的积极性和创造性未被充分激发，影响了流量的稳定性和裂变能力。

(三) 价值转化之困：有“人气”缺“财气”，产业生态尚未成熟。一是旅游产业链条较短。旅游收入仍较为依赖门票和基础住宿餐饮，“旅游+”跨界融合的深度和广度不足，高附加值的文创商品、特色演艺、研学课程等二次消费产品供给相对稀缺，产业增值空间受限。二是品牌附加值未能充分彰显。“光雾山”等核心品牌在游客心中更多是景观概念，尚未完全升华为具有深厚文化内涵和情感连接的生活方式品牌，导致旅游衍生产品和服务的溢价能力较弱。三是产业联动与富民效应有待加强。文旅发展对本地特色农业、手工业、食品加工业等

产业的拉动多为初级产品的直接销售，在推动产品品牌化、产业链延伸、价值链提升方面的带动作用尚未完全显现，文旅发展成果惠及更广泛城乡居民的渠道有待进一步拓宽。

### 三、对策建议

推动巴中文旅高质量发展，必须紧扣“食住行游购娱学”七大要素，构建完整的旅游消费链条。针对当前存在的瓶颈障碍，要通过资源整合打造核心引力，流量裂变扩大市场影响，价值转化提升综合效能，形成三大策略相互支撑、协同发力的良性发展格局，全面提升巴中文旅产业的核心竞争力。

（一）实施系统性资源整合，构建“大米仓”产品体系。  
一是成立高规格运营主体，用市场化机制破解管理壁垒。推动巴中市文旅集团统筹所有核心景区的经营权，统一品牌营销、产品开发、利益分配等，破解管理壁垒，实现统一市场化运营。同步组建“米仓文旅走廊发展联盟”，改变单一行政整合模式，由政府牵头，联合核心景区、乡镇、酒店、民宿及餐厅等企业成立发展联盟，制定清晰的利益分成模型，统一发行“米仓一卡通”，通过积分折扣将游客消费与成员利益深度绑定。二是打造“米仓古道”主题精品线路，以产品创新实现资源联动。以“古道”为魂，有机串联光雾山、诺水河、恩阳古镇等资源，设计推出如“重走米仓”徒步研学线、“红谷古道”自驾线等 2-3 条跨区域精品线路，推行“线路套票”一票通玩，推出“米仓古道探秘家”产品包，内含手绘地图、特色干粮、向导服务、民宿住宿和独

家文创，在专业平台销售，以产品强制联动资源，变“景点”为“场景”。三是强化文化 **IP** 活态转化，打造可玩性强的沉浸式体验项目。推动文化 **IP** 的“场景化”与“社群化”转化，让文化遗产从“静态展示”转向“动态体验”，从“可看”变为“可感、可玩、可分享”。创建“古道剧本游”，以米仓古道历史为背景，开发一条贯穿恩阳古镇或光雾山景区的实景剧本杀线路。游客通过小程序领取角色和任务，在游览中解谜、与 **NPC**（由景区工作人员或当地村民扮演）互动；设立“米仓驿站·非遗传承点”，在走廊沿线的服务区、游客中心、驿站，定期邀请非遗传承人驻点，不仅展示非遗技艺，推广非遗表演，更开设半小时体验课程（如巴山剪纸），让游客在休息间隙就能完成一件小作品，并乐于在社交媒体分享，丰富游客体验，实现“参观经济”向“体验经济”转变。

（二）推动精准化流量裂变，完善“全时段”吸引体系。  
一是设立“米仓内容工坊”，变“宣传”为“赋能”。设立专项基金，联合知名短视频创作者和本地网红，围绕四季景观、古道探秘、红色传承、美食体验等主题，持续批量生产高质量短视频与图文攻略，并设立“米仓旅拍”奖励，游客在社交媒体发布带有#米仓古道#话题的优质内容，经认定后可获得景区门票、民宿折扣券等奖励，将官方的“要我传播”变为游客自发的“我要分享”，持续激发用户生成内容裂变。二是启动“百名村干部做达人”孵化计划，打造最真实的“本地代言人”。遴选并培训

有表达意愿的村干部或乡村青年，用本地乡音讲述古道故事、展示风土人情，提供策划与流量扶持，将其个人流量直接引导至民宿预订和特产销售，构建“内容-引流-消费”的闭环，实现从依赖外部网红到培育内生动力转变。三是策划“贯穿四季的主题事件日历”系统布局全年热度。以“红叶节”“巴人文化艺术节”为旗舰，系统布局全年活动，形成持续市场热度。春季“古道寻芳”，举办山地自行车越野赛、古道徒步大会。夏季“巴山夜雨”，打造森林音乐会、星空露营节、稻田艺术节。秋季“红叶映衬”，在做强光雾山红叶节核心 IP 的同时，鼓励在恩阳区、巴州区设立分会场，同步推出特色文化展览或艺术活动，通过互联网发放“红叶消费券”，核心景区门票票根联动餐饮、住宿及特产销售优惠，推动流量共享与效益倍增，实现“红叶搭台，经济唱戏”的良好格局。冬季“热雪沸腾”，利用山区气候，用好人工冰雪乐园，并在全市范围联动举办“巴山年货节”，集中展销各地特产，配套翻山铰子等非遗表演，开展写春联、逛灯会等民俗活动，打造“玩冰雪、逛古镇、购年货、赏非遗”的沉浸式年味体验，让冬季旅游“热”起来。以四季不间断的标志性事件，打破旅游淡旺季壁垒，塑造“全年可游、全时可享、全域可玩”的旅游目的地形象。四是完善“留客”设施与业态，用“小改动”解决“大痛点”。大力发展夜间经济，提升各类美食街、恩阳“梦华录”等项目的夜游体验；在旅游集散中心增设“景区直达巴士”，配备导览系统并定时发车，解决游客“找车难、停车难”的痛点。

同时，将关键服务区升级为文旅综合体，引入咖啡厅、观景台、伴手礼零售等业态，使其本身成为旅游目的地，打造“打卡露台”，将交通通道转化为消费空间。

**(三) 深化多元化价值转化，打造“巴中礼”产业生态。**一是打造“巴中有礼”文旅商品体系。在“巴食巴适”农产品区域公用品牌框架下，设立“巴中有礼”文旅商品认证体系，推动初级农产品向旅游伴手礼升级。联合设计机构，针对通江银耳、南江黄羊、巴中云雾茶等开发高端礼盒、便携即食产品等“地道风物”系列；同时，严格认证标准，在机场、高铁站设立“巴中有礼”旗舰店或自动贩卖机；在核心景区设立品牌专柜；在符合标准的酒店、民宿、零售店，甚至大巴山干部学院授权销售；开发线上小程序，实现“一个品牌、一套标准、多元产品、全城售卖”，避免内耗，形成市场合力。二是打造“一桌巴中宴”美食文化品牌。联合知名美食家、文化学者与本地厨师，在“十大碗”基础上，系统整理并制定一套标准化宴席菜单，明确菜品典故、选材标准与工艺。建立品牌授权机制，对沿线达标的酒店、民宿与餐厅进行认证授权，使其成为游客“必尝”项目。让油茶、南江黄羊、通江银耳、白衣炸鱼、长赤大酥肉、火烧馍等分散的巴中特色美食资源整合提升为统一的“巴中美食名片”，成为“巴中宴”中不可或缺的经典名菜，推动“巴中味道”系统化、标准化、品牌化，显著提升餐饮附加值与文化体验感。三是实施“民宿集群引领”计划。积极引入国内头部民宿品牌落地核心区，树

立品质标杆。重点培育本地“主人型”民宿，鼓励本地民宿业主发掘自身特长（如厨艺、手工艺、绘画、音乐等），打造“一宿一主理，一宿一主题”的个性化体验，让巴山民宿变成“有温度、有故事、能交友的”旅途中的家。定期组织“最美民宿主人”评选，奖励那些能为游客提供独特在地体验和情感连接的业主，通过“品牌引流”与“民宿温度”相结合，满足不同客群需求，从提供住宿升级为提供一种生活方式。**四是推动“文旅消费街区”提质升级。**对已建成运营的消费街区（如各类美食街、恩阳“梦华录”），持续进行业态优化和品牌导入，统一视觉系统、鼓励开发沉浸式、互动式消费项目，实施“明厨亮灶与故事营销”工程，鼓励并帮助商家挖掘和讲述美食的历史渊源或家族故事，让一份小吃也承载文化记忆。联合商家设立“美食护照”打卡点，鼓励游客打卡集章，将简单的“吃饭”升级为有趣的“美食探索任务”，全面提升消费体验与综合效益。**五是推动“文旅+产业”深度融合。**坚持“文旅+百业”“百业+文旅”发展路径，文旅+研学，依托革命遗址、世界地质公园、“科普大视界”等，开发《探秘米仓古道》标准化研学课程，对外加强宣传推介，争取成为川渝地区中小学研学实践推荐目的地。文旅+康养，借力民宿集群做好森林康养、温泉疗愈等业态，变游客为“住客”“常客”。

（数据来源：①从巴中市文旅局、商务局收集整理的相关报告、报道；②央广网、四川日报、巴中日报等权威媒体

发布的官方报道；③与部分文旅行业从业人员开展深度访谈。）