



## 细密间见天地，山水间满诗情

### 《跟着春晚游中国》持续引爆无锡文旅热潮

国庆期间，央视综艺频道(CCTV-3)《跟着春晚游中国》开播，节目以春晚为情感纽带与文化桥梁，首站走进2025乙巳蛇年春晚分会场——无锡。

节目通过“爱乐之城”“霞客新游”等主题，在朱迅、马凡舒、李好、于洋、尤长靖、武艺、柬埔寨公主诺罗敦·珍娜等嘉宾的带领下，于山水与音符之间，让观众遇见一个古雅而青春的无锡。

《跟着春晚游中国》打破了春晚“一年一度”的时间局限，将分会场的文化热度转化为可持续的文旅探索动力。首期节目以六位嘉宾的探索旅程为主线，通过一系列趣味文化挑战，让观众在欢声笑语中感受城市的独特魅力。“跟着春晚看壮丽山河”“无锡好美”“好想去看看”……网友纷纷被无锡的江南韵味与时尚活力所折服，相关话题的讨论量已破亿。

无锡篇首期“爱乐之城”随着无锡民族乐团演奏的一曲时尚版《无锡景》，在无锡钟楼、二泉广场与阿炳故居等地标式景点之间启幕。游戏以“官商角徵羽”为线索，将城市的音乐记忆重新编织，构

柬埔寨诺罗敦·珍娜公主惊喜现身，带领嘉宾重温记忆深处的春晚经典；擦身而过的无锡市民，或许就是完成挑战的关键人物！这些“不期而遇”也给这段寻音之旅增添了几分浪漫温暖的色彩。“珍娜公主对无锡文化的喜爱溢于言表，这就是文化无国界的魅力吧！”网友“@去世界旅行”评论道。节目中，珍娜公主对无锡的传统音乐和园林建筑表现出浓厚兴趣，她的参与为无锡文旅增添了一抹国际色彩。

跟随镜头的脚步，来到“江南四大名园”之一的寄畅园，一幅墨色生香的

古运河夜航段生动展现了无锡水乡的现代蜕变与古今交融之美。嘉宾们乘船穿行于吉尼斯认证的“最大规模光纤灯”光影长廊，在春晚经典节目与国民金曲的欢快演绎中，完成了一场趣味横生的竞猜之旅。

鸟语随波光流转，游船缓缓前往总台春晚无锡分会场主舞台。典雅的小桥旁，灰鹭悠然栖息；古朴的老宅畔，时尚潮店悄然生长。千年运河承载着春晚记忆，辉映出水乡的昂扬新貌。朱迅与马凡舒在清名桥夜游时，偶遇水鸟伫立桥头“站岗”，成为节目中一道自然和谐的风景区。无锡优良的栖息环境与生态资源可见一斑。此外，节目中不经意

展现的科技细节，如水域上执行垃圾清理任务的无人机、支持无线充电的智能花坛等，无不体现出无锡“智慧城市”建设的成果。

记者了解到，节目播出后，无锡各景点人气飙升。在阿炳故居，许多游客手持节目截图，寻找嘉宾们走过的路线。“看了节目特地来打卡，感受无锡深厚的音乐文化底蕴。”来自上海的游客张先生告诉记者。“无锡古运河的夜景太震撼了！传统与现代在这里完美融

#### 春晚记忆被唤醒

建了一座移动的音乐博物馆，让理科科普与春晚情怀在趣味互动中自然流淌。“看了节目才知道无锡的音乐底蕴这么深厚！”网友“@行走的乐谱”在微博上留言道：“难忘阿炳的《二泉映月》，锡剧的婉转唱腔，无锡不愧是‘爱乐之城’。”

在一系列音乐挑战中，“游戏黑洞”朱迅与“游戏高手”于洋的反差互动笑料频出，李好与武艺学习锡剧《双推磨》的刻苦努力令人动容，而马凡舒与尤长靖的默契配合与机智应答，也成为节目中值得一看的趣味时刻。网友“@江南小雨”调侃道：“朱迅老师玩游戏的样子像极了我本人，可爱又搞笑！”这条评论获得了近3000次点赞。在这段充满音乐与互动的旅程中，无锡“爱乐之城”的基因也穿越时空与春晚旋律巧妙融合。嘉宾与无锡市民相遇，一同唱响《相约一九九八》《难忘今宵》等深入人心的春晚金曲，熟悉的旋律不仅是对这座城市音乐基因的生动诠释，更唤起了几代人与春晚有关的时代记忆。

#### 江南古韵邂逅国际视野

江南长卷在眼前徐徐展开。嘉宾们穿过“得月”门洞，遥望惠山，江南婉约让人沉醉。“节目把寄畅园拍得太美了，那种文人雅士寄情山水的乐趣一下子就体会到了。”网友“@园林爱好者”在社交媒体上分享了自己的感受。穿过八音洞，嘉宾们执卷寻句。“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。”从前古人应和着朗朗上口的诗歌，现

#### 古今交融辉映水乡新貌

合。”网友“@夜航船”发布了自己在无锡古运河的打卡照片，并表示“不虚此行”。节目播出后，古运河夜游项目预订量明显增加，许多游客希望亲身体验节目中展示的光影奇观。

据无锡市文旅局统计，国庆期间，全市累计接待游客量较去年同期增长约40%，其中崇安寺、南禅寺、寄畅园、清名桥、惠山古镇等节目中出现的经典景点接待游客数超320万人次。而随着第二期节目播出，南尖公园等新秀打卡地

#### 非遗体验环节中，嘉宾们拜访了

锡绣大师赵红育，深入了解精微绣技艺。现场展出的锡绣版《千里江山图》以一丝分百缕的极致工艺，再现山水意境，令嘉宾们叹服。“细密间见天地，山水间满诗情”，正是无锡人文精神的最佳写照。赵红育曾为春晚主持人制作刺绣团扇，此次节目再次让全国观众感受到无锡非遗的精致与传承。“想要把锡绣团扇带回家。”“我已经给妈妈预订了锡绣的胸针，太精美了。”网友在微博上纷纷留言，对锡绣工艺充满向往。

#### 游客量迅速上升，无锡整体旅游搜索量

在多家在线平台环比增长逾60%，相关旅游产品预订量持续走高。此外，跨省市远距离出行游客较往年明显增多。人流涌动的背后，是强劲的消费活力。假期八天，梁溪区重点监测的14家大型商业综合体人气旺盛，接待客流量约370万人次，带动销售额约2.5亿元。

#### “跟着春晚游中国”不仅是一档节目

更是无锡文旅产业的催化剂。”业内人士表示，“节目通过央视平台的强大影响力，将无锡的城市文化、旅游资源、人文风情以更生动、更接地气的方式呈现给全国观众，为无锡文旅市场注入了强劲而持久的动力。”

#### 无锡文旅市场注入了强劲而持久的

动力。”

## 文旅新视界

### ◆城乡区域一体 拓展旅游城市的美好空间

推进城乡一体化，优质发展具有江南特色的乡村旅游，精心打造具有无锡个性的美丽乡村，让美丽乡村点“靓”城市，让城市向往美丽乡村。无锡的乡村旅游发展和美丽乡村建设基础很好，独具特色。“十五五”当围绕优质发展，提档升级，深入推进农文旅融合和“农文旅+”，精心培育一批高品质的美丽乡村；以集聚发展打造一批特色化的乡村民宿；以生态圈、产业链构建“乡村旅游+”新型社区，积极拓展乡村度假新业态，打造主客共享“美好生活”的新空间。

都市休闲、乡村度假是未来旅游消费的两大“潮流”。“十五五”当在旅游度假建设和提升上下功夫。我市现有九个旅游度假区，其中两个国家级：无锡太湖国家旅游度假区、宜兴阳羡生态旅游度假区；七个省级：阳山生态休闲旅游度假区、太湖山水城旅游度假区、江南古运河旅游度假区、鸿山旅游度假区、翠屏山旅游度假区、江阴徐霞客旅游度假区、鹅湖旅游度假区。如此规模，全国不多见。但如何让每一个旅游度假区“有规模、有内容、有功能、有特色”，成为高品质旅游度假目的地城市建设的新动能、新空间，需要进一步优化规划、正确定位、着力推进、集聚发展，即集聚产业主体、集聚旅游休闲要素、集聚休闲度假功能、集聚基础设施和服务体系以及集聚创业人才队伍，并坚持特色发展、差异发展，“各美其美，美美与共”，使新时代的旅游度假区成为人们共享美好生活的诗意栖居地。

旅游资源无边界，生活空间无边框。坚持“一体两翼”，发挥交通优势，牵手江阴、宜兴两地，走进“同城时代”。江阴、宜兴这两座江南宝藏小城，恰如两颗明珠闪耀中华大地，“霞客故里，美好之旅”“宜人之美，兴致所归”新成著名品牌，展现美好前景。让“两翼”振翅而飞，“双珠”交相辉映，在县域旅游城市中“出圈”“走红”，共绘“太湖明珠·江南盛地”的崭新图景。推进区域旅游协同，与环太湖旅游城市“合唱太湖美”，齐打“太湖牌”，一起向未来，共建世界级旅游度假目的地。深化城市旅游合作，与长三角旅游城市、国内国际友好城市，互为客源地，互为目的地，共谱文化旅游“双城记”，实现文化旅游交流和入境出境旅游“双向奔赴”，进而持续提升无锡旅游品质和城市旅游的“流量”“留量”和增量。

### ◆践行人文经济学 创造旅游城市的幸福生活

《中共中央 国务院关于推动城市高质量发展的意见》指出：“城市是现代化建设的重要载体、人民幸福生活的重要空间。”旅游让城市更美丽，城市让生活更美好。在推进城市高质量发展的进程中，打造高品质的旅游度假目的地城市，是新时代人文经济学的最新实践。人文经济学是以人的全面发展为核心，强调文化价值、伦理关怀与经济活动深度融合的新型经济范式，旨在实现物质文明与精神文明协调发展，实现人们对于美好生活的向往。

旅游即城市，旅游即生活，旅游即美好。践行人文经济学，就是要坚持以人为本，树立一切以人民为中心的发展理念，以优美的城市环境、多样化的文旅产品、沉浸式的生活场景、智慧型的旅游服务，满足人们物质生活和精神生活的需求，让人们在美好的旅游体验中获得感和幸福感，进而实现人的价值。践行人文经济学，就是要张扬城市特色，以“太湖明珠·江南盛地”IP，以绝佳自然生态和深厚人文底蕴的交相辉映，以工商基因时尚范和市民生活烟火气的双重体验，凝练、创造既有江南城市共性更有无锡城市个性的生活方式，即人们心之所向、主客共享的“锡式生活”。践行人文经济学，就是要注重实践创新，以经济活化文化、科技赋能旅游，推进文脉传承、场景焕新、产业创新、城市更新，把文化旅游业打造成面向未来的幸福产业，让城市托举起更加美好的生活。

创建友好型旅游城市，是人文经济学新实践的题中之义。友好型旅游城市是以游客需求为核心，兼顾本地居民生活品质，通过完善的基础设施、优质的服务体系和良好的文化氛围，为游客提供安全、方便、舒适、美好的文化旅游体验的目的地城市。“无锡充满温情和水”，我们这座城市具有友好型的禀赋和特质，游客满意度一直在国内名列前茅。精心推进“三个友好”，即基础设施友好、服务供给友好、文化包容友好；倾心推进“全龄友好”，让每一个游客和本地居民“在同一个屋檐下”共享美好的旅游生活。一个有温度、有情怀、有特色的旅游城市，一定会吸引越来越多的旅游者走进来、留下来，体验“旅游的美好”和“美好的旅游”。

创造城市的情绪价值，促进文旅消费，提升城市旅游的经济价值。情绪价值是通过产品、场景和服务满足消费者的情绪需求，让消费者产生愉悦、满足、感动等积极情绪，进而提升其对于城市的情感共鸣和价值认同，提高为情绪体验消费的频次和热度。总台春晚分会场以及“苏超”创造的现象级文旅爆款，足以说明情绪价值已成为城市旅游新的“流量密码”。情绪价值的提供和创造正在成为城市文旅的“心引力”。“无锡景、江南情”“太湖美、江南好”，以体验型的文旅产品、客型场的旅游服务、特色化的文旅供给、社交化的文旅场景，为旅游者提供代表我们这座城市的情绪价值，进而转化为城市旅游的经济价值，促进旅游城市高质量发展。

(王清平)

# 以创新之笔，描绘『旅游即城市』的新人文图景（下）