

◀ 上接02版

↓ 游客在猫儿山景区体验窝囊漂。(资料图片)

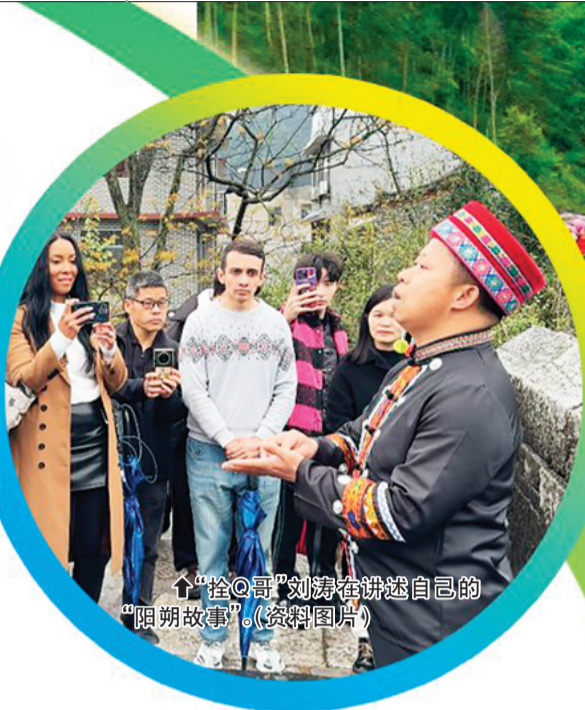
从“性价比”到“心价比” 桂林文旅惊艳转型升级

当“打卡同款”让位于“深度入戏”，桂林正以山水为底色、文化为灵魂、科技为翅膀、情感为纽带，编织一张让游客“慢下来、留下来、还想来”的沉浸式体验之网。

去年，随着电视剧《阵地》在央视热播，拍摄地之一的七星景区推出特色活动。游客可深入七星岩，在《阵地》拍摄现场打卡，参与“岩洞教育”，回望文化抗战岁月。桂林艺术节期间，天然岩洞还作为“洞剧场”上演了多部国内外经典剧目。美国奥城大学戏剧学院的克里斯·库斯说：“在这样有厚重历史的岩洞里演出，是我们的荣耀。”

随着天气逐渐升温，能玩水的地方成了热门旅游目的地。2025年夏天，兴安猫儿山的“窝囊漂”项目在社交媒体上悄然走红。游客们身着救生衣，悠然躺在清澈的河水中，随波逐流，看云卷云舒，享受着宁静与惬意。这个主打“慢节奏、轻体验”的漂流与传统漂流的惊险形成鲜明对比，精准契合了当代人对心灵疗愈的强烈渴望。“穿着救生衣躺在河里看云卷云舒，这才是夏天该有的样子！”来自湖南的游客李萌说。

在象山景区对面，一个名为“象目里”的新空间正悄然改变游览体验，这个1700多平方米的空间融合了科技展示、文创艺术、非遗体验等多种功能。正在建设的“桂林之眼”科技文旅体验馆将借助全息投影、虚拟



↑“拴Q哥”刘涛在讲述自己的“阳朔故事”。(资料图片)

现实等技术，让山水“活”起来、文化“悦”起来。

数据显示，自2026年1月开业以来，“象目里”日均售出饮品300余杯，暑期高峰达500杯，月营业额稳定在25万元左右。此外，即将开放的球幕影院则让游客能够360度沉浸式体验桂林四季之美。这种“四季皆可游，昼夜都精彩”的新体验，也吸引了五湖四海的游客。来自印度的游客拉杰说：“桂林人民热情好客，让我感到宾至如归……这种人与人之间的联系和互动让我觉得桂林市不仅风景独特，更是一个人情味浓厚的城市。”

“从感官愉悦”到“情感共鸣”

桂林让山水可感、文化可触、情绪可留

“未来旅游业的竞争，是情绪生产力的竞争。”不久前，广西新闻网一篇评论写道，“桂林正以情绪为纽带，将‘到此一游’变为‘心之所向’。”

越来越多旅游案例证明，让游客“游”得自在、玩得痛快，围绕情绪消费打造一系列创新场景，让山水可感、文化可触、情绪可留，这才是地方文旅应有的打开方式。

“拍照阿姨”的持续走红，给予了文旅专家和从业者许多启发。桂林旅游学院科研处处长王亚娟深度剖析了“拍照阿姨”的走红，并从专家视角解析了桂林文旅近年来的转型升级之路。

“‘拍照阿姨’的案例证明，最具竞争力的文旅资源往往是‘非标准化’的人。没有巨额投资，凭一个鱼鹰、一顶斗笠和满腔热情，她就创造了远超许多高价摄影项目的体验感。游客购买的不再是单纯的照片或景点，而是‘被看见、被赞美、被关怀’的心理满足。‘拍照阿姨’那句带着乡音的赞赏，提供了机器和标准化服务无法复制的情感连接。这种低成本却高共鸣的互动，精准击中了现代都市人渴望真诚社交的痛点，是‘体验经济’从‘感官刺激’向‘精神悦己’跃迁的典型体现。”王亚娟说。

王亚娟还指出，“拍照阿姨”的走红，在于她的“真”。她不是在表演，她就是在生活。游客通过她的镜头，短暂地融入了漓江渔家的真实生活图景。这种去舞台化、去景区化的互动，打破了传统旅游中“看客”与“演员”的界限，让游客在微小的切口中获得了深度的文化沉浸。

纵观桂林近年来的文旅升级转型之路，这座老牌城市展现出

坚定的转型决心。未来，还会有许多“拍照阿姨”涌现。为进一步增强游客和桂林的“黏合度”，王亚娟提出建议：在传统的“打卡”模式下，山水是背景，游客是旁观者，记忆是扁平的。而“拍照阿姨”指导游客“演”了一回漓江人。桂林未来的沉浸式体验，也应是整座城市变成一个巨大的开放式剧场，让每一位游客都能找到属于自己的角色，从而实现从“到此一游”到“体验生活”的转变。其次，文旅体验构建全域沉浸空间，开发多条主题式“主题体验”线路。当游客不再局限于某个景点，而是深入社区，与当地人的互动中感知城市的温度。

王亚娟还建议打造“情绪价值”评估体系，以此引导服务升级。引导全行业认识到“真诚是最高级的技巧，情感是最好的产品”。

“当游客在桂林获得深度的情感体验和身份认同时，他们不仅愿意停留更久、消费更多，更愿意成为桂林文化的传播者。这种基于情感共鸣的品牌忠诚度，比任何广告投放都更具生命力，也是桂林从‘旅游胜地’迈向‘世界级旅游城市’的关键软实力。”王亚娟说。



→ 游客在象山区田心村14号享受都市之外“诗与远方”的闲适。
记者韦莎妮娜 摄

● 记者手记： 让“山水甲天下” 升维成“体验甲天下”

今年三月，一条随手拍的短视频，把在漓江边默默为游客拍照的赵莲娥推到了镁光灯下。

在这条不足十秒的视频下方，是网友们高度一致的点赞，还有清一色的留言“想去桂林找阿姨拍照”。一个农村妇女，带动了一个村甚至一个地方的文旅发展。

“拍照阿姨”现象级出圈，令人不得不思考两个问题——谁说当今文旅同质化、去哪里都一样？游客们要的，究竟是什么。有人说，“拍照阿姨”用五块钱，上了一堂价值千万的“文旅课”。

从淄博烧烤、哈尔滨冰雪、天水麻辣烫，到“拍照阿姨”，如今撬动文旅市场的已不完全是“资本驱动”，更多的是“人本驱动”。与真实的人互动、情绪消费、与当地产生深度链接——这种“真诚互动”更能打动人心，带来独特的旅游体验。而从“拍照阿姨”的五元夸赞，到桂林注重提升旅游体验的种种尝试，桂林正悄然完成从“性价比”到“心价比”的转型升级。山水依旧，打开山水和城市的方式成倍增加，游客不再是“到此一游、拍照即走”，而是作为流动的主角，参与到“主客共享”的温情生态中。哪怕只是几天，这种独一无二的体验，带来的是情感留存和“再来一次”的复购。

我们有理由相信，未来，桂林不仅仅是“山水甲天下”，更是“体验甲天下”。
记者韦莎妮娜

◀ 在桂林艺术节期间，七星景区内的天然岩洞作为“洞剧场”，上演了多部国内外经典剧目。
记者韦莎妮娜 摄

