



丽江古城：文旅IP与遗产流量的“双重奏”

●通讯员 王冰 中国商报记者 李锦兰

800年，正青春。
丽江古城是会呼吸的历史，也是时代的见证者。它的每一片砖瓦都浸润着文化底蕴，每一条巷道都承载着时代缩影。它是一座“活着”的古城，是“人+城”的活色生香。

多家在线旅游平台数据显示，6月以来，“毕业旅行”相关搜索热度环比上月显著上升；进入7月，丽江古城客栈民宿订单陡增。随着中高考结束，年轻人约上好友，共赴山海，在旅途中告别青春；家长们带上孩子，走过名山大川，探访人文古迹，寻找更有意义的假期。
丽江古城何以常年出圈出彩？文旅IP创新赋能，“活态”关键在遗产吐故纳新，新体验激发新活力，这座人类文明的瑰宝，在不断推陈出新中赓续发展，熠熠生辉。

动静两相宜

“生活不在别处，就在丽江古城。”客栈老板莎莎熟练地泡着茶，笃定地说道。

莎莎是四川德阳人，她和很多人一样，对丽江古城爱得近乎痴迷。无数次往返之后，今年4月，她盘下了这家名为“木头人”的客栈，携家人一起，在丽江古城里过上了慵懒惬意的“慢生活”。

位于丽江古城七一街兴文巷的漫筑·木头人轻奢客栈大隐于市，相比四方街的喧闹，这里显得格外安静。莎莎表示：“预订量从6月份就开始快速增长，目前天天满房。游客大多是一家人，或是同学三两结伴。”

因为没有物色到合适的伙计，莎莎的丈夫便临时干起了接送客人、订房订车等琐事。莎莎的日常，是每天泡一壶好茶，和客人天南海北地拉家常。“在这里，你可以安心地做个‘闲人’，保持自己的节奏，过想要的生活，巴适得很。”莎莎说，走过许多地方之后，唯有丽江古城，让她有了一种“我心归处是家园”的感觉。

游客许凤深有同感。几年前，在北京工作的许凤机缘巧合下来到丽江散心。“即便你体验遍了全世界的阳光、人文、风俗、美景，这里还是能够一次戳中你的软肋。”许凤认为，丽江的石板小巷、古老木楼、潺潺溪流，都散发一种别样的悠闲感，是治疗焦虑、失落等情绪的“良药”。

疗愈旅游作为一种新兴趋势，正在重塑年轻人的旅行体验。作为享誉世界的热门旅游目的地，如今的丽江正掀起一场以慢生活、治愈风为主题的热潮。

进入暑期以来，丽江古城迎来大量游客，人们通过非遗体验、古迹寻踪来感受这座遗产城市的独特特质。途牛旅游网数据显示，亲子游、毕业游在6月下旬迎来第一波热潮，7月中旬正式进入高峰。其中，学龄前儿童的亲子家庭、高考生和大学生占比53%。

对不少学子来说，毕业旅行是一种纪念和仪式，也是对青春的记录。大学毕业生往往更加喜爱自主设计行程，前往热门网红旅游城市“打卡”成为他们看世界的方式——在丽江古城民谣音乐广场和大大小小的酒吧，民谣乐队和歌手的驻场演出吸引了越来越多的年轻人。

年轻客群给丽江古城带来了新气象。不断上新的旅游产品，包括持续开展民谣音乐广场演奏、四方街打跳、酒吧街对歌等活动，以及研学、旅拍、剧本杀等新业态、新玩法、新体验，让古城旅游市场更加丰富多彩的同时，也为游客提供了多元选择，年轻人的个性化出游需求得以释放。

“用脚步丈量大好河山，留下属于青春的浪漫回忆。”东南大学大四学生侯晓彤把自己毕业旅行的第一站选在了丽江古城。盛夏的丽江古城透着清凉，交错纵横的水系、曲径通幽的巷道、纤尘不染的蓝天、绚烂多姿的花海，是避暑休闲、放松心情的好去处。

宁静与喧嚣，是丽江古城的一体两面。丽江古城的简单与大都市的繁杂形成强烈对比，是吸引无数人纷至沓来的核心原因。

这是一座动态的古城。在四方街，游客与纳西族阿妈手牵手打跳，背景音乐正是人们耳熟能详的《纳西三部曲》；在天地院，伴随79岁高龄的纳西族文化专家和学光声如洪钟的旁白，踏着悠扬的音乐，纳西族传承千年的民族歌舞“热美蹉”正在上演；在油纸伞创意街、一滴水玉璧、大研花巷、马帮文化街、大石桥、狮子山等网红文化新地标，人头攒动、热闹非凡。

这是一座静态的古城。在晋王府，一袭汉服的游客侯晓彤变身温婉可人的公主，执一把油纸伞，与斑驳的廊静默相对；在文化巷，东巴造纸大师和秀昌认真地撕扯着芨芨树皮，身披羊皮坎肩的纳西族汉子默默地在皮具上雕刻花纹；在六和书院，创始人徐墨林用古法雕版印刷线装书，10多年痴心不改，在浮华城市里寻找难觅的知音。

动，可观热情欢畅之态；静，可享闲情逸致之景。在丽江古城，动与静不再冲突，而是同根同源，相得益彰。热闹与恬静调制出界限分明的层次感，历史、文化和自然美景巧妙融合，再辅以民谣音乐渲染出婉约和浪漫，不知不觉间让人们与古城产生情感交互，流连忘返，忘却归期。

会“呼吸”的遗产

游客眼里，丽江古城的商业化越淡越好。但在古城管理者看来，商业特别是夜间经济发展水平还有待提高。

“丽江古城因商而建、因商而兴，没有商业就没有今天的丽江古城。”世界文化遗产丽江古城保护管理局党组书记、常务副局长木丽并不回避这个话题。她认为，商业化的问题要用商业的手段来解决，前提是在世界文化遗产公约和5A级景区管理标准的要求下，在保护中发展、在发展中保护，实现



丽江古城推出夜间经济“升级版”，重新定义夜间文化。（本报记者 和丽勇 摄）



旅拍摄影成为游客近年出游丽江的高频需求。（通讯员 王冰 摄）

保护与发展的良性互动。

“我们有信心在文化遗产真实性保护与文旅创新发展之间找到新的平衡点，打造出更有文化内涵、更多业态产品、更加智慧便捷的古城。”木丽说。

丽江古城始建于宋末元初，是茶马古道上的交通要道，也是中国西南民族经济文化交流的走廊，其商业本身就是文化的重要组成部分。1986年，丽江古城被国务院列为中国历史文化名城。1997年12月4日，丽江古城被联合国教科文组织列入世界遗产名录，填补了中国世界文化遗产无历史文化名城的空白。

申遗成功20多年来，丽江古城严格按照“保护为主，抢救第一；合理利用，加强管理”的文物工作方针进行真实性保护，着力在民居建筑、街巷广场、古树名木等要素进行系统性保护，把文化遗产保护与人居旅游环境的改善、民族文化品位的提升、历史文化名城内涵的丰富、古城原住民生活质量的提高紧密结合起来，让文化遗产保护成果惠及广大群众。

面对“商业化太浓”的质疑，丽江古城始终在不断发掘、培育和拓展文旅新业态，调整力度在近两年尤为明显。一方面，通过系统的保护、管理、监测等工作，使其真实性、完整性得到有效保护，大力弘扬纳西族文化内核，回归这座小城的自然古朴、淳朴民风、祥和宁静；另一方面，在科学保护好文化遗产的同时，对民族文化的挖掘、整理和弘扬进入量质提升的阶段，将各类文化元素植入游、购、娱、住、行等各个环节，用文化的浓度来稀释商业的密度。

在“手道丽江”见证一张东巴纸的诞生；在老木艺术空间看木头上长出新生命；在喜鹤纳西人家体验一场东巴婚礼；在天地院看一场涤荡心灵的纳西族歌舞；在雪山书院听名家讲座；在十月文学院安静地读书……近年来，丽江古城先后打造了以恒裕民居博物馆、手道丽江民间手工艺美术馆、纳西象形文字绘画体验馆、天地院、十月文学院、徐霞客纪念馆、三联书店等为代表的30个文化院落和展示馆，营造了良好的人文环境，增强了古城文化的承载力、创造力和传播力。

把文化资源包装成产品，再找到合适的时机推向旅游市场，丽江古城循“古”向“新”，既激活了古老非遗的生命力，找到并创造传统文化与消费群体之间的“触点”，更契合游客从走马观花到深度体验的需求升级。

多元文化业态不仅守住了丽江古城的血脉和根基，也传承、重塑了世界文化遗产的“魂”。在多方共同努力下，保护古城的理念已深入人心。古城管理者、原住民、游客共同守护文化遗产，坚定文化自信，成为传播优秀传统文化的典范。

跨过800年的岁月长河，从遗产地到遗产城市，从干店一面到千姿百态，丽江古城如今展示给大家的，不仅是斑驳的城市肌理，更是烙印深深的文化血脉。

“一千个人眼里有一千个古城。丽江古城是一座

会‘呼吸’的城市，无时无刻不在吐故纳新、推陈出新。曾经生活在这里的人，来过又离开的人，关心爱护它的人，共同成就了今天的古城，让大家看到了它开放包容、海纳百川的样子。”木丽表示，丽江古城是一座“活着”的古城，是“人+城”的活色生香。

越夜越“年轻”

丽江古城的夜晚，从一首民谣开始。

每周五、周六的民谣音乐广场的精彩演出，以及酒吧街情歌对唱，让人们解锁了丽江古城的新玩法。在这座古色古香的小城里，每个人都可以等一日日落，听一首民谣，在微醺中做真实的自己。

有人说民谣关乎爱情和远方。民谣恰似当代人的精神乌托邦，描绘人间百态，容纳每一个人的精神小憩。在丽江，民谣抓住古城遗产特质，借助场景塑造、情感共鸣，引发裂变式传播。

抖音集团旗下营销服务平台巨量引擎发布的《美好城市指数白皮书》显示，在美好城市构成要素中，51%的受访者会因为娱乐活动而关注一个城市。民谣能够让人们对城市产生情感联结，愿意为“情感的共鸣”而前往旅游目的地。

丽江古城恰到好处地与广大游客产生了“情感的共鸣”。近年来，丽江古城景区推动“音乐+文旅”跨界融合，举办民谣广场演出、音乐节、城市巡演、酒吧对唱等活动，孵化出不同的文旅新业态和消费场景，为音乐产业带来新的增量。

假日消费向来是透视一座城市经济走势的重要窗口。近年来，以文旅热带动消费市场实现增长，已经成为各地假日经济的支柱内容。在丽江古城，民俗风情与文化旅游繁荣共生，夜间经济与“非遗+”亲密碰撞，文旅消费与国风国潮深度链接，遗产城市的经济价值得以彰显。

其实，夜间经济对于丽江早已不是一个新鲜话题。20多年前，丽江旅游刚刚崛起之时，酒吧街对唱就吸引了无数游客，也让其他旅游城市争相效仿。

作为夜间经济的先行者，丽江古城走出了一条“好山、好水、好玩”的路子，商业业态越来越丰富，各种夜间活动推陈出新。2021年，丽江古城在入围第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区之后，顺势推出夜间经济“升级版”，重新定义夜间文化，并对夜间消费年轻化、社交化、体验式需求提供相应的产品承接。

相关调查报告显示，60%的消费发生在夜间，而90后、00后更是其中主力，他们的消费意愿和能力不断提升，改变着夜间经济的消费趋势。面对“更好玩、更爱玩”的年轻人，丽江古城如何在下一个10年甚至20年继续保住领先地位，打造全品类、多业态、跨界的夜间消费场景，仍有待进行诸多尝试。

今年6月，丽江古城景区出台夜间经济发展三年行动计划，将重点打造“一街五集多产品”的夜

间消费文化IP，旨在重构集土特产、文创、非遗、长街宴、演艺互动为一体的农文旅商业新业态，鼓励沉浸式夜游文化消费。

踏着欢快的旋律，穿过大街小巷，随处可以看到华服霓裳、鬓影衣香。在化妆师的妆造和摄影师的镁光灯下，身穿汉服的游客和古城共同构成了美丽的风景线。

“7月至8月亲子游特别多，占旅拍的六七成。9月就一两周的空档期，接下来就是中秋和国庆了，到时候人会更多。”从事旅拍10多年的摄影师钱林桃说，每遇节假日，一个摄影师往往要为10多位客人拍照。

旅拍热与汉服国潮的兴起密不可分。作为在文旅配套服务中的新型消费项目，用镜头记录美、传递情的旅拍摄影，成为游客近年出游的高频需求。对于年轻游客而言，到丽江穿一袭汉服或着当地少数民族服装沉浸式“打卡”，已然是最时髦玩法。目前，丽江古城已形成“汉服+妆造+拍摄+写真”全链条产业，相关店面330多家，“汉服+古城”的引流效应正在显现。

不难发现，丽江古城发展文旅经济，靠的是互联网思维和流量思维下的特色文化IP符号打造，是将历史文化优势转化为经济发展优势，让历史赋予的强大基因与经济效益充分结合，从而推动商业业态升级，走出了独具特色的文旅发展之路。

简而言之，丽江需要立足遗产属性，深入挖掘其固有的、原真性文化“DNA”，才能拥有下一个时代的发言权。

古城正青春

“翠色山峦下，商居掩古城。花溪曲巷，岁月悠悠。”玉龙雪山脚下，丽江古城千年一脉，斑驳的是历史，不老的是青春。

从茶马古道的熙熙攘攘到如今市肆林立的人间烟火，从风起云涌堆土成城到商贸云集繁华鼎盛，丽江古城风貌变化万千，不变的是灯火可亲、生生不息的乡愁。

作为有雪山庭院美景、有阳光音乐咖啡的慢生活目的地，丽江古城家家流水、户户垂杨、花树掩映、一街一景，始终让人们趋之若鹜。璀璨夺目的民族文化，依山就水的古街、古道、古宅，诗情画意的小桥、流水、人家，皆是吸引游客纷至沓来的“流量密码”。

在网络时代，文旅IP就是永动机，流量就是生产力，二者融合共生，唱响“双重奏”。作为全国知名的文旅IP，丽江古城依托丰富的历史文化资源，积极培育文旅新业态，开拓文旅融合新场景，开辟文化创意新空间，解锁古风国潮新玩法，不断丰富和提升古城文化内涵，全方位打造“文化游”“文化购”“文化行”。

“众星捧月”之下，丽江古城越来越有生命力，也增添了更多的文化自信；传承和弘扬民族传统文化、红色文化和生态文化，处理好文化与旅游融合、文化与商业平衡等问题，探索传统文化现代表达、民族文化世界表达、静态文化动态表达的新路径。

“在文化自信不断提升的背景下，文化蕴含的创新创造基因被不断激活，呈现出文化繁荣与经济高质量发展的交融互渗。”在木丽看来，发展旅游与遗产保护并不矛盾，文旅融合不仅增加了当地居民的收入，也有力反哺了遗产保护。

透过丽江古城今年如火如荼的“暑期档”可以看到，结合自身特色打造商文旅融合消费场景，以此撬动假日经济和规模化消费市场，仅仅是丽江古城的“基本操作”。而以夜间经济三年行动计划为重点的一套“组合拳”，则将开启“丽江古城风景独好”的新纪元，塑造一个充满流量热度的遗产城市新IP。

小红书上，钱林桃发布的一条视频吸引了近万名网友点赞。视频中，来自法国的游客身着汉服，头戴珠花，撑一把油纸伞，在状元楼前亭亭玉立，美艳绝伦。

从状元楼步行数百米，穿过几条幽曲曲折的巷道后，又见漫筑·木头人轻奢客栈。而此时，莎莎和老公却起了“争执”，起因是莎莎不懂英语。

7月15日，国家移民管理局发布公告，新增丽江三义国际机场口岸为144小时过境免签政策适用口岸。144小时免签将进一步促进中外文化交流与经济发展，也能更好地让外国游客体验丽江的遗产文化和民族风情，在丽江古城收获一场历史与现代的穿越之旅。

“让我们赶紧做好迎接外宾的准备，要了解外国人的饮食文化、生活习惯，还要和外国人多交流。”白天参加完相关会议的莎莎很开心，她自信地说，“木头人客栈绝不会给古城丢脸。”

话音未落，“临时伙计”小声嘀咕了一句：“你又会英语，哪个交流哦？”

“我不会，我不可以学吗？从今天就开始学。”莎莎着急忙慌地喝了一口茶，气呼呼地瞪着他，“你也要学！”

围炉侃聊的游客笑声，惊醒了屋脊上沉睡的瓦猫。

链接：

云南省文化和旅游厅数据显示，5月1日至5日，云南省共接待游客3807.7万人次。在众多景区中，丽江古城以101.79万人次的游客接待量位列全省第一，成为云南省五一假期的“顶流”。

丽江古城数据显示，7月26日至28日，进入丽江古城的人次（含常住人口）分别为240406人、241043人、237726人，相比2023年同期分别增长10.03%、11.14%、33.75%，相比2019年同期分别增长44.48%、38.91%、41.05%。这组数据再次证明了这座遗产城市的魅力。

（原载8月1日《中国商报》第五版）