



过赶年。

这篇“西游记”怎么写？ 印江破局

5月20日,梵净山西麓印江土家族苗族自治县的土家摆手舞在北京翩然登场。在这场文旅招商推介会上,印江与中健盛辉投资有限公司、北京亿启文化传播有限公司等企业签约,围绕非遗开发、文创设计展开合作,诚邀全国游客共赴梵净山之旅。

这座曾因“东热西冷”困扰的小城,正以文化为笔,书写世界遗产地的“西游记”新篇。

□ 刘皓 胡晓梅 邓钺洁 特约记者 王东



5月10日,梵净山云雾缭绕、绿意盎然,风光旖旎,吸引不少游客前往游览。

胡攀学 摄

曾经,梵净山的经典徒步路线是“西上东下”——游客从印江的棉絮岭徒步登顶,再从江口下山。随着东线索道开通,江口县游客占比飙升至70%,西线陷入冷清困局。梵净山日限流9000张门票,西线仅分得1000张——这组数据曾如芒刺扎在印江人心头。“炒热西线,是印江的头等大事。”印江自治县委宣传部副部长任春华说。

2024年7月,印江“梵净西游记”启动,非遗活化、体旅融合、节庆营销三管齐下,沉睡的资源渐次苏醒。今年梵净山西线旅游吸引力明显增强,游客不断增多,古道上的方言从单一的黔东土话,变成南腔北调的协奏。



“贵州村戏·乡当好耍”擂台赛。

改变从田间地头的生活搬到舞台开始。在“贵州村戏·乡当好耍”擂台赛上,17个乡镇拿出看家本领:合水镇用古法造纸动作编排舞蹈,木黄镇将红军会师故事搬上舞台……抛梁号子、说春古调等濒危非遗重焕生机,油纸伞工坊订单开始接二连三。首场擂台赛吸引4000观众,截至2025年5月15日全网播放量6.5亿次——这场全民实验证明:文化不是博物馆的标本,而是流动的烟火。

“贵州村戏——乡当好耍”第七期,民俗舞龙《金龙献瑞》重现了印江乡村春节期间的热闹。“小时候跟着大人看舞龙,特别兴奋,如今带孩子感受我们小时候的快乐。”“80后”观众吴云海说。

这场融合了传统与现代的文化盛宴,也是一次旅游营销的创新尝试。“村戏”举办期间,周边商户营业收入增幅超过20万元,批发零售业增速32.8%,餐饮业增速印江27.1%,住宿业增速15.0%。

当非遗的星火点燃文旅引擎,印江顺势将目光投向莽莽群山。5月11日,首届“登山见未来”登高赛鸣枪,1500名来自全国各地的选手从紫薇镇团龙村出发,长征组沿33公里赛道攀向梵净山巅,西游组在11公里的赛道穿越棉絮岭的苍翠林海。

“西线徒步能看到东线没有的云瀑和佛光。”户外达人文菁的感慨道出赛事魅力,她穿越原始森林、踏过千年石阶,最终抵达红云金顶。这条海拔抬升1200米的赛道,正成为户外圈新晋网红路线。

“我们计划用三年形成完整赛事体系,打造全球徒步品牌。”印江自治县文旅局副局长陈聪波说。算算账,每位选手带动3人消费,民宿入住率激增65%。

山间的热度蔓延到节庆场域。作为西上梵净山的必经之地,近年来,紫薇镇团龙村通过对土家族民族文化、美食文化、“贡茶”文化、过“赶年”文化等进行挖掘、包装、推介,让团龙村成为当地火爆出圈的旅游地之一。

农历腊月二十四是南方小年,这天印江的土家族群众汇聚一堂,与游客共同过“赶年”,扫扬尘、贴对联、磨豆腐、打糍粑,让游客沉浸式体验传统习俗和浓浓的年味。

据了解,印江每年有8万左右的土家族群众过“赶年”,这一习俗也已成为当地文化旅游的重要组成部分,每年因过“赶年”,一天能吸引游客4000人左右。

沿着352国道,印江的文旅版图渐次展开——朗溪石漠化公园里,昔日的“石头山”变身千亩经果林;合水古法造纸博物馆中,游客亲手抄造的宣纸售价30元仍供不应求;木黄红色小镇里,VR技术重现红军会师场景,红色剧本杀一票难求。更宏大的蓝图正在落地:5.8亿元生态度假区破土动工,悬崖酒店群依云海而建,智慧系统实现刷脸游全程,红纸伞、砂陶酒器等文创即将面世。

晨雾中的朝山古道,头灯照亮千年苔痕;暮色里的造纸工坊,纸浆在竹帘上泛起涟漪。西线游客接待增长率同比提升8%,团龙村农家乐年均增收8万元,印江用事实作答:世界遗产地的“西游记”,写就于文化血脉与时代浪潮的交响中。



“登山见未来”登高赛。



“贵州村戏·乡当好耍”非遗推介。