

● 周游

当新杂技遇上圭塘河，会交织出怎样的精彩？

4月30日晚，雨花区圭塘河畔流光溢彩，溪悦荟南广场上人头攒动。“粉上一朵小雨花”长沙市第四届“花粉季”暨圭塘河新杂技嘉年华正式启幕，将剧场搬到圭塘河畔，以夜色为幕布，将传统杂技的惊险技艺与沉浸式舞台深度融合，打破文化场馆边界，给观众带来沉浸式体验。

5月1日、2日，以圭塘河为纽带，一场“水岸漫游”精彩上演，从风车草坪到爱心桥，从小天幕到大天幕，从溪悦荟到悠游小镇，处处都是杂技新舞台。

2025年“五一”假期，长沙市雨花区圭塘河畔的溪悦荟迎来客流高峰：总客流达16.6万人次，超过部分传统景区，成为市民“微度假”首选地。

当80%的城市溺于“资源困境”，雨花区用“三个逆向思维”打破文旅发展定式：把12公里治河工程变成28万平方米情感空间，让Ⅲ类水质产生AAA级景区价值。2025年“五一”，圭塘河畔日均3.5万客流背后，藏着城区文旅“差异化突破”的底层逻辑——不是比谁有更好的牌，而是把现有牌打出“同花顺”。

破题逻辑：从“先天不足”到“场景再造”的逆向突围

全长28.3公里的圭塘河，曾是长沙文旅版图中的“短板”——既无湘江的壮阔江面，也无浏阳河的历史IP，甚至因工业污染一度被称为“城市龙须沟”。

雨花区累计投资超过85亿元，实施全流程治理，全面提升水生态环境质量。以圭塘河水系为核心，以“海绵城市建设、城市双修、黑臭水体整治”为抓手，探索形成了“6+”治河模式。2017年，圭塘河全面消除黑臭水体，2020年以来，流域年均水质均达到Ⅲ类标准，2023年获评全国第七批“两山”实践创新基地命名并入选全国美丽河湖优秀案例。

生态治理完成后，雨花区聚焦下半篇文章，将“生态资源”转化为“生态经济”，圭塘河的一次次华丽转身，是“绿水青山就是金山银山”理念在雨花最生动的实践。

雨花区摒弃“资源比拼”思维，聚焦“场景再造”：将河道治理形成的12公里生态景观带，转化为可参与、可体验、可传播的文化消费空间，以“花粉季”为支点，四年打造四个主题场景，实现“一河激活全城”。

2022年首届“花粉季”，雨花区敏锐捕捉“汉服经济”热潮，在圭塘河溪悦荟打造“花雨汉服游园会”。河畔的风车草坪变身古风集市，爱心桥被鲜花簇拥，高速摄像机记录下花瓣飘落的“花雨”慢动作，吸引众多市民拍照打卡。这场以“视觉体验”为核心的活动，首秀即吸引20万人次参与，让“圭塘河焕新”进入公众视野。

2023年第二届“花粉季”，瞄准“露营元年”趋势，推出“露营音乐会”。雨花区整合跳马镇“走吧·去野”“隐山庄园”等四大露营基地，成立“雨花露营联盟”，在河畔草坪搭建星

空舞台，邀请民谣乐队、非遗代表性传承人驻场。活动期间，露营地订单量大幅上涨，并带动周边农户增收。

2024年第三届“花粉季”结合“世界读书日”，将滨水步道变为“书香长廊”。中国诗词大会冠军彭敏、《超级语文课》总冠军邵鑫等文化名人受邀举办阅读分享会，河畔的“和+共享图书馆”推出“圭塘河畔好读书”集章打卡活动，市民通过阅读打卡可兑换定制文创，全民阅读氛围空前浓厚。

2025年第四届“花粉季”以“新杂技嘉年华”破圈，将圭塘河变成“没有围墙的剧场”。湖南省杂技艺术剧团的演员们踩着独轮车扮演“哪吒”穿梭在风车草坪，高跷巡游从爱心桥延伸至天幕广场，全息投影在河面勾勒出《化灵一竹》的竹影。夜间的悠游小镇，灯光与杂技技艺交织，《肩上芭蕾》《草帽欢歌》等节目与游客零距离互动，让传统文化以更亲切的方式触达大众。

在“网红经济”日益活跃的当下，雨花区选择“慢运营”：将“花粉季”从单一活动升级为“城市文化符号”，通过“主题深耕+参与机制”构建品牌护城河。四届活动分别以“汉服+赏花”“露营+音乐”“阅读+书香”“新杂技+沉浸式体验”为主题，每年注入新内核，实现从“打卡式消费”到“深度文化体验”的升级。

为增强市民参与感，“花粉季”打造了独特的互动机制：评选“花冠”（市民文化大使），邀请普通市民成为雨花文旅的“代言人”；举办线上短视频大赛，鼓励游客用镜头记录活动精彩瞬间；开发集章打卡系统，市民通过参与活动、消费购物收集印章，兑换定制文旅地图和消费券。

2025年“在长沙追一场花粉与杂技的浪漫”话题登上微博同城榜，许多市民自发成为“自来水”，活动相关话题全网阅读量突破1092.9万次。

治水治出的不只是景观带，更是情感连接带。



5月1日、2日，以圭塘河为纽带，一场“水岸漫游”精彩上演，从风车草坪到爱心桥，从小天幕到大天幕，从溪悦荟到悠游小镇，处处都是杂技新舞台。

破局之道：政府搭台背后的“生态共建”思维

圭塘河的逆袭，本质是“政府+企业+社会”的生态共建。雨花区打破传统“政府包办”模式，以“三个主动”构建文旅新生态，让“小资源”释放“大能量”：主动激活本土企业，让“墙内之花”香飘市井；主动创新治理模式，让生态资产产生持续价值；主动下沉服务企业，构建全周期支持体系。

湖南省杂技艺术剧团的转型，是政企共生的典型案例。这家曾以《梦之旅》在全球200多个城市巡演的国有院团，面对国内演出市场瓶颈，在雨花区支持下开启“新杂技”破圈探索。2025年3月，通过雨花区委宣传部牵线搭桥，将其沉浸式小剧场《国杂》蛮有味——橙子先生的多巴胺》搬进红星商圈，200人小剧场座无虚席，为传统杂技注入潮流元素。

第四届“花粉季”期间，雨花区文旅体局协调圭塘河沿线商业体提供免费场地，溪悦荟、悠游小镇等商圈成为天然舞台。政府通过区级融媒体中心矩阵进行全渠道宣传，预热视频在抖音、视频号播放量达数百万次。杂技演员从剧场走向河畔，《草帽欢歌》邀请观众上台学习抛接技巧，《滑稽小丑》穿梭人群派送气球，让高冷的杂技艺术变得“触手可及”。杂技演出时段，溪悦荟餐饮门店前排起长队，文创摊位前人头攒动，实现“文化引流、商业变现”的闭环。

事实上，溪悦荟的诞生，也是雨花区“治理思维”向“运营思维”转变的标志。2017年，该区成立全省首个城市内河流域开发国企——圭塘河流域开发建设有限公司，以5%股权联合中建五局建设“公园式商业综合体”，开创“开发收益反哺生态

治理”模式：商业体租金收益部分用于圭塘河水质维护和景观升级，滨水空间开放用于文化活动，形成“生态—商业—文化”共生体系。

2025年“花粉季”期间，溪悦荟日均客流量达3.5万人次。这种模式让圭塘河从“烧钱治理”变为“赚钱运营”，2024年流域内文旅商业年接待游客突破4133.93万人次，成为“绿水青山就是金山银山”的生动实践。

跳马镇“走吧·去野”自然营地的成长，见证了政府服务的“精准滴灌”。2023年第二届“花粉季”，“走吧·去野”被列为重点推介项目，这家成立于2022年10月的营地迅速打开知名度；2024年，雨花区委办、雨花区交通运输局在调研中发现营地道路破损，仅用48天就完成沥青道路提质改造；2025年初，“走吧·去野”举办湖南露营大会，政府主动下沉，协调交警部门优化交通动线，组织志愿者提供配套服务，吸引数千名露营爱好者参与，营地知名度跻身“长沙露营地热门榜”前三。

从国有院团的破圈转型到商业体的生态反哺，从流域开发的模式创新到小微企业的精准扶持，圭塘河的逆袭之路印证：城市文旅的竞争力，从来不依赖“天生丽质”的资源禀赋，而在于“后天培育”的生态智慧。雨花区以“三个主动”构建的共建体系，正是在贫瘠的“资源土壤”上，深耕出扎根市井的文化根系——没有天生的文旅基因，却有后天培育的文化根系，这既是圭塘河从“治理样本”到“文化地标”的进阶密码，更是城区文旅突破“资源天花板”的通用法则。



↑第四届“花粉季”启动式上，湖南省杂技艺术剧院携省级非遗代表性项目湖南柔术、橙子先生滑稽秀等众多新杂技节目点燃现场热情。

←雨花区摒弃“资源比拼”思维，聚焦“场景再造”：将河道治理形成的12公里生态景观带，转化为可参与、可体验、可传播的文化消费空间。  
均为雨花区委宣传部 供图

破圈启示：小资源如何撬动大能级

夜幕降临，圭塘河畔的精彩演出还在上演。演员在高空完成高难度托举，灯光在河面投射出梦幻光影；滑稽演员与游客即兴互动，掌声笑声此起彼伏；悠游小镇的沉浸式专场，演员带着滚灯、空竹穿行，与游客互动表演。这种“全域皆舞台”的设计，用沉浸式体验激活夜间经济，为商圈留住人气，餐饮、零售、文创等消费同步升温。

圭塘河的IP锻造，为城区文旅提供了“差异化突破”样本，其核心在于跳出“资源依赖”，以创意激活存量，以生态构建增量。

区别于传统景区的硬件投入，雨花区更注重“软场景”营造——不是打造仅供观赏的景观带，而是构建可参与的文化生态。无论是露营大会的星空电影，还是新杂技的互动体验，核心是让市民产生“情感共鸣”。当70岁的陈爷爷在河畔学会抛接草帽，当孩子们追着独轮车演员奔跑，文化认同便在互动中悄然建立。这种“场景即情感”的思维，让圭塘河从“路过打卡”变为“心灵归属”。

四年“花粉季”，本质是文旅生态的迭代升级：首届破圈靠视觉冲击，第二届靠业态创新，第三届靠文化赋能，第四届靠“老戏新唱”。每一届都在完善“政府引导—企业创新—市民参与”的生态链：政府负责顶层设计与资源整合，企业主导内容创新与市场运营，市民成为体验者与传播者。

这种生态化运营，让单一活动成长为“产业引擎”。2025年，以“花粉季”为起点，雨花区将石燕湖生态旅游区、跳马露营基地、东塘电影艺术小镇等串珠成线，推出精品线路，实现“一日游”向“过夜游”升级，拉动住宿、交通、零售等综合消费增长。同时，“文化+科技”融合项目加速落地，东塘商圈“电影艺术小镇”计划引入VR、全息投影技术，打造《恰同学少年》沉浸式体验场景，进一步拓展消费新场景。

“花粉季”的成功，不仅在于活动本身，更在于其成为展示雨花区形象的窗口。通过四年深耕，“粉上一朵小雨花”已从活动口号沉淀为城市文化符号，吸引越来越多市民和游客主动了解雨花的历史底蕴——左宗棠墓园的家国情怀、中共石燕地下党支部的红色记忆、圭塘河从“黑臭水体”到“生态经济带”的治理奇迹。这种“以节促旅、以旅彰文”的模式，让区域品牌与城市形象深度绑定，为城区文旅发展提供了可复制的“雨花经验”。

据悉，以圭塘河为支点，雨花区将打造“十里圭塘”文旅品牌，创新举办花粉节、风筝节、樱花节、新杂技嘉年华、旅发大会、雨花群众文化周等品牌活动，进一步推动“文化+旅游”融合。圭塘河的蜕变，揭示城区文旅突围的关键：不是依赖天生资源，而是激活创新基因；不是追求短期流量，而是培育文化根系。从“河道治理”到“场景运营”，从“政府包办”到“生态共建”，雨花区以“花粉季”为支点，撬动的不仅是一条河的价值，更是城区文旅从“物理改造”到“化学裂变”的深层变革。

当越来越多城市陷入“资源比拼”内卷，圭塘河的IP锻造之路证明：真正的文旅竞争力，在于将“治理成果”转化为“体验价值”，把“本土特色”升维为“情感符号”。

这条曾被忽视的城市内河，如今正成为长沙的“文化会客厅”——它讲述的不仅是一条河的重生，更是一个城区以创意为笔，在有限资源中书写无限可能的突围之道。

# 从『治理样本』到『文化地标』：圭塘河的“锻造之路”

解码雨花区如何以『花粉季』为支点实现城区文旅的『差异化突破』

