

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,实施全流域治理,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“一河激活全域”。

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

治水治出的不只是景观带,更是情感连接带。

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」



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”构建文旅新业态,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。

湖南省杂技艺术剧院的转型,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,灯光在水面投射出梦幻光影;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“全域旅游”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岁的陈大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,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。