

城市经济学

从饮用水源地到文旅新赛道

蓬溪赤城湖如何把『一日热闹』变成『四季生意』

十月的遂宁市蓬溪县赤城湖,晨雾尚未散尽,环湖步道上已经站满了人。

发令枪响,上千名年轻人跑起来。队伍中既有操着本地口音的青年,也有从成都、重庆和周边市县专程赶来的外地游客。这场名为“金玉良缘·情定赤城湖”的青年交友联谊活动,让平日里安静的赤城湖一下子热闹起来。

“在蓬溪县,交友的场景不再是传统的面对面。我们把联谊活动搬到湖畔,让青年们更快‘破冰’。”蓬溪县文化广播电视体育和旅游局局长何英介绍,该活动专门为年轻人设计了环湖跑、相亲大集、星空露营、湖畔音乐节等环节,“就是要打破传统相亲的尴尬,让年轻人在轻松的场景里自然相识。”

数据显示,为期7天的国庆活动,线下累计参与游客及青年22.6万人次,县外青年游客占比58%。

这份成绩单,放在几年前很难想象。要理解它,得先回到赤城湖的起点。

1

建成水库:保障数十万居民饮水

赤城湖不是天然的。故事,要从半个世纪前讲起。

蓬溪地处涪江与嘉陵江分水岭,十年九旱。1973年,全县70座水库中有32座存在病害,绝大部分社队靠天种庄稼。时任县委领导下决心在明月河上修一座中型水库,解决城关、文井、明月三镇十八社的缺水难题。

三镇十八社的民工自带口粮和工具进驻工地。每人每天补助四两或半斤粮、一角五分钱,一天工作十几个小时。没有大型机械,全靠人力开挖、搬运、夯筑。1976年1月动工,仅用11个月,大坝建成——正常总库容3080万立方米,最大坝高28米,能泄500年一遇洪水。

今年68岁的退休水利干部李武松当年在指挥部负责技术。他记得大坝合龙那天,工地上万人欢呼。有个民工把扁担扔进河里,说“这辈子再也不修水库了”。

那时的赤城湖是生存的湖。灌溉文井、明月、城关三镇数万亩农田,保障县域数十万居民饮水。蓬溪人称它“母亲湖”,后来它有了一个更柔软的名字——“蜀中西子”。20世纪90年代,湖上有游船,岸边有茶馆,川中地区的人周末开车过来,泛舟、垂钓、吃鱼。蓬溪人介绍家乡,第一句话往往是“我们有个赤城湖”。

再后来,游船停了,茶馆关了。年轻人去了成都和重庆。赤城湖的功能定位长期停留在“灌溉加饮水”,旅游只是顺带的副产品。

这之后的第二次“开挖”,来得更晚,也更艰难。



10月1日,“金玉良缘·情定赤城湖”青年交友联谊活动环湖跑在蓬溪赤城湖开跑。蓬溪县委宣传部供图

2

卸旧身份:迎来第二次“开挖”

2025年6月,四川省人民政府批复撤销赤城湖水库集中式饮用水水源保护区,由白鹤林水库替代供水。原赤城湖片区纳入综合开发规划,推动生态保护与文旅产业融合。

这意味着,蓬溪人喝了多年的“赤城湖水”,换了一个源头。赤城湖卸下了“不能动”的刚性约束,也卸下了“水缸”身份。

当年10月1日,养生养心赤城湖2025水上嘉年华在赤城湖阅湖台启动。赤城湖第一次以大型文旅活动的方式,重新回到公众视野。

真正的变化,发生在今年。

今年春节,赤城湖开展“墨韵湖光·新春漫步”游园活动,参与人数达26.97万。3月2日,

省级非遗“送蛱蝶”民俗活动登场,集非遗巡游、灯展、演艺、市集于一体,现场16.8万余人参与,全网线上观看超260万人次,市外游客占比近三成。

“五一”假期期间,2026“金玉良缘·情定赤城湖”主题系列文旅活动举办,线下累计参与者达20余万人次。

国庆假期,“金玉良缘·情定赤城湖”青年交友联谊活动浪漫国庆周如约而至。环湖跑分CP组和亲子组,200对搭档手系红绸带并肩奔跑,900名家长和孩子接棒踏上同一条赛道。相亲大集上,“蓬城喜娘”现场牵线。星空露营、音乐节、水上活动、望湖集市持续整个假期,为年轻人提供各种交友场景。



3月2日,2026年蓬溪县省级非遗“送蛱蝶”民俗活动在赤城湖举行。图据遂宁文旅微信公众号

3

流量来了:串起农文旅链条

菌菇宴是今年开展的各类活动中新增的重头戏,但它的逻辑不止于“吃”。

蓬溪是全国最大的单体杏鲍菇工厂化生产基地,2025年食用菌产量18.3万吨、综合产值45亿元。活动期间,芝溪·837诗酒文创街区推出生态全鱼宴,以赤城湖鲜鱼为基底,搭配本地食用菌和本草药材。望湖集市上展出了蘑菇造型的文创产品,林下食用菌采摘体验同步开放。

游客在湖边跑步,跑完去吃菌菇宴,吃完去采摘基地体验,采完再买菌菇酱带走——从采摘到餐桌,串起了一条完整的农文旅链条。

流量如何变成消费?蓬溪县组织115家经营主体开展家电以旧换新,县财政安排促消费资金15万元,发放消费券16800张,联动县城近40户商家推出满100元减15元、满200元减30元等消费券,涵盖住宿餐饮、商超零售、加油加气、影城等消费类型。

“这次活动让我们有机会认识更多优质的单身男女,现场氛围我觉得很好。”遂宁市民甘海明在相亲大集上转了一圈,发了好几条朋友圈。

参与活动的巫国鑫说:“活动轻松自在,互动环节丰富有趣,希望每一位单身小伙伴都能收获美好。”

长红之问:如何做到“日常留量”

赤城湖确实“活”了。但“活”不等于“火”。

一个必须正视的现实是:赤城湖目前的客流仍然高度集中在节假日。平时的工作日,环湖步道上行人寥寥,望湖集市的摊位大多关着。活动驱动的模式能带来爆发式流量,但带不来稳定的日常消费。

过夜率是最大的短板。目前赤城湖周边的住宿供给以县城酒店为主,湖区没有成规模的精品民宿或度假产品。养心谷·隐遇山居是为数不多的住宿选择,但体量有限。游客来了,跑完步、逛完集市、吃完菌菇宴,天一黑就得回县城,消费链条在晚餐后就断了。

“县委县政府的思路是先把‘流量人口’做起来,再逐步补齐住宿、餐饮、体验等业态。今年赤城湖的目标是吸引游客100万人次,带动综合消费5.5亿元。”蓬溪县文化广播电视体育和旅游局局长何英说,下一步将依托环湖资源布局水上赛事、水上娱乐、湖畔露营,培育竞技垂钓、菌菇采摘等常态化业态。

此外,蓬溪还将围绕“山水运动+本草康养”双主线,对标5A级景区标准,联动县域内食用菌基地、高峰山康养、牛角沟红色研学等资源,形成全域旅游闭环。

赤城湖片区的存量资产不止水和水边的风景。库区内的唐兴书院,规划占地761.07亩、投资13亿元,曾是蓬溪招商引资的重点项目。

目前,蓬溪已聘请专业设计院对赤城湖(包含唐兴书院)进行规划策划,设计方案已完成。目前,蓬溪正按照赤城湖整体策划方案,统筹推进招商引资与活动引流,计划引入专业运营公司,策划“水墨赤城”光影秀、湖畔市集等特色消费场景。

傍晚时分,赤城湖面泛起粼粼波光。望湖集市上,几个年轻人正围坐在露营椅上聊天,身后是“1314爱情永恒地”的造景灯牌。不远处,环湖步道上还有三三两两的游客在散步。

赤城湖确实活了。接下来便是将“假日流量”变成“日常留量”,从“活动出圈”到“产业长红”。

华西都市报·封面新闻记者 刘虎