3000年古城“焕发生机”

成都凭什么持续被世界看见

成都发展 Chengdu Development

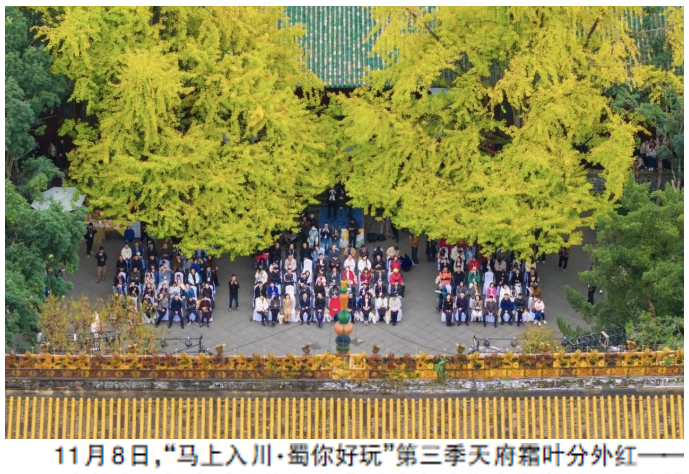
11月的成都，秋假与初雪不期而遇，明年春节9天长假的消息又接踵而至。当全国旅游搜索热度向这座千年古城涌来，成都交出的答卷不止于“接住”。

作为美国《国家地理》杂志评出的“2027年全球最佳旅行目的地”榜单中唯一上榜的中国城市，成都正以一场跨越季节的文旅接力，回应“一个有着3000年历史的古老王国正在重新焕发生机”的评语，也回答着如何持续收获全球旅行者青睐的命题。

华西都市报-封面新闻
记者 杨芮雯



11月9日，游客在西岭雪山游玩。 西岭雪山景区供图



11月8日，“马上入川·蜀你好玩”第三季天府霜叶分外红——2026成都金秋银杏季文旅促消费活动启动仪式在崇州罨画池博物馆大成殿举行。 图据崇州文旅微信公众号

传统淡季成都“不淡” 成秋假亲子研学热门目的地

中秋国庆假期的余温尚未散尽，成都文旅市场在11月又迎来一波提前升温。与长假前的“预热”不同，这一轮热度的直接推手是四川等地中小学秋假落地——“3天秋假衔接周末”拼出5天弹性假期，让传统淡季变成了亲子出游的新旺季。

预订数据率先跑出“加速度”。去哪儿旅行数据显示，截至10月28日，提前半个月以上“早抢订”秋假出行的用户量同比增长30%，11月入住的酒店订单量同比增长五成、机票量增两成。在目的地一侧，成都跻身11月全国酒店预订量TOP10城市第五位，仅次于北京、南京、上海、广州。同程旅行数据则显示，成都进入秋假亲子研学游热门目的地全国前三。

全国“泼天”的客流来了，成都接得住吗？ 11月1日，“秋冬有礼，成都等你”特色消费季正式启动，成都市商务局、市文广旅局联动经营主体推出六大礼遇，面向全国游客释放秋冬红利。成都杜甫草堂博物馆、成都武侯祠博物馆、成都博物馆、成都大熊猫繁育研究基地上线抽奖活动。15000份免费展演、研学礼包投放市场，外地游客凭机票、火车票凭证，还可以抽取消费立减福利。

“成都入冬的第一场雪来啦！”11月8日，西岭雪山、峨眉山迎来立冬后的首场降雪，为了让游客既能饱览自然山水，又能沉浸式感受冰雪乐趣，11月11日至15日秋假起到冬季结束，西岭雪山景区开启“自然观赏+互动戏雪”双线游玩模式，半山彩林、山巅雪景同步迎来最佳观赏时段，5000平方米户外戏雪体验区面向游客免费开放，一站式“解锁”赏秋、玩雪双重乐趣。

城市秋色文旅场景同步上新。11月8日，2026成都金秋银杏季文旅促消费活动在崇州罨画池博物馆正式启幕，活动持续至12月中旬，创新性融合陆游文化、银杏秋景、红楼文脉三大本土特色IP，串联沉浸式游园、古风打卡、风物市集等多元体验，随着11月中下旬银杏迎来全盛期，崇州罨画池博物馆也将成为全城秋冬文旅的重要打卡地。



今年国庆假期，外国游客在成都博物馆选购文创商品。图据新华社客户端

丰富多元、四季皆景的游玩体验，让成都收获全国游客的认可与偏爱。

黑龙江游客张女士计划秋假带孩子专程到成都游玩，赏彩林、玩初雪、逛古园、游街巷。“成都好耍的实在太多了，攻略根本看不完。”张女士坦言，孩子很早就想去成都，如果5天没玩够，春节还计划再去成都旅行。

有像她这样想法的游客不在少数，更多人已经把旅行计划投向了不久后的春节假期——近日，2027年9天春节长假公布，国内旅游搜索热度快速攀升，成都跻身全国目的地搜索前三。春节的期待已经接棒，成都文旅市场热度还在延续。

从文旅热力转为文化“长青” 古老王国重新焕发生机

吸引游客奔赴成都的，从来不止“好玩”和“划算”，更是这座城市绵延千年、生生不息的精神内核与文化气质。

近日，美国《国家地理》杂志重磅发布“2027年全球最佳旅行目的地”榜单，成都成功入选，也是本次榜单中唯一上榜的中国城市。

评语精准概括了这座城市的独特魅力：“一个有着3000年历史的古老王国正在重新焕发生机。”

如何焕发生机？成都悄然铺开了另一条线：用高能级的文化对话，为本土超级文化IP注入可持续的厚度。

11月3日，2026全球熊猫伙伴大会主论坛在成都举行，新华社国家高端智库在论坛上发布的报告披露了一组关键数据：中国野生大熊猫种群数量增至1900只左右，300余种珍稀濒危野生动植物种群实现恢复性增长。美国圣迭戈动物园野生动植物联盟总裁狄熊说：“物种恢复不能靠一次突破性成果，而要靠长年累月的并肩坚守。”

这句话放在文旅语境里同样成立：熊猫IP的价值不在于吸引游客专程前来，而在于栖息地保护、科研合作、公众教育构成的完整叙事链。大会配套的熊猫文创集市上，机器人“爱漱”与熊猫造型的机器人表演吸引了不少嘉宾驻足，科技感与萌态的结合，让这个老IP有了新的触达方式。

10月31日，2026中华文化天府论坛在成都天府国际会议中心开幕，聚焦“保护文化遗产 赓续历史文脉”。四川大学杰出教授霍巍带来《全球史视野下的三星堆-金沙》演讲，而《三星堆学刊（中英文）》创刊号的发布，则释放了一个更务实的信号：古蜀文明的研究正在建立自己的学术平台和国际话语通道。

论坛设置的五个平行论坛中，既关注青铜时代考古遗址、三苏文化、蜀道文化、乐山大佛等四川境内的文化遗产资源，也聚焦传统医药、传统武术、传统音乐等多元类型的文化遗产。

这些深藏于巴蜀大地的文化资源，正不断转化为可以对外传播、可供游客沉浸式体验的文旅产品，而市井烟火也被装进绿道、老街、特色消费场景之中，成为成都人独特的生活美学。

科技“咬合”文旅 停留更久、消费链条更长

11月上旬，全国首个文旅街区常态化人形机器人服务落地宽窄巷子。灵犀X2、远征A3人形机器人正式上岗，在这条老牌历史街区内，承担多语种咨询、街巷文化讲解、便民零售等工作，既能用四川话和游客互动，也可以为海外游客提供外文导览。

一边是盖碗茶、川剧变脸的老成都烟火，一边是双足机器人穿梭街巷提供服务，传统空间和前沿科技碰撞，迅速成为新晋打卡热点。

在成都，科技与文旅场景的“咬合”正在变得具体，而消费的链条也在随之拉长。

不少外地旅行者不再满足于“到了成都、看了熊猫、吃了火锅”的“三件套”，研学产品的搜索量大幅走高，成都博物馆开设的画像砖彩绘、古蜀主题手工课程，熊猫基地的“熊猫营养师”体验项目，都在把静态的参观转化为可参与、可带走记忆的体验。

这些举措实质是在延长游客的停留时间——多住一晚，多进一家馆子，多买一件文创，文旅的经济影响力就多一层渗透。

科技的角色则更像催化剂。成都青羊区此前发布的场景创新清单中，“AI+微短剧”与文商旅的结合被明确列出，繁星大片场以AI剪辑配音能力承接短剧制作与孵化。

可以想见，当游客在宽窄巷子拍下一段变装视频，AI能在几分钟内生成一条带有川剧元素和熊猫贴纸的短片，分享欲与消费欲同时被激活。

科技不必造出多大的奇观，它最好的状态是“润物细无声”：让预约更顺畅、让讲解更个性、让排队时间变成AR寻宝的游戏时间。

而当游客愿意为一条AI生成的短片多留半日、为一场研学课程多住一晚，科技与文旅的“咬合”便不再只是场景层面的新鲜感，而是实实在在落进了消费链条的每一环——人流留下来，故事带得走，一座城市的文旅热度，也就有了更长的续航。