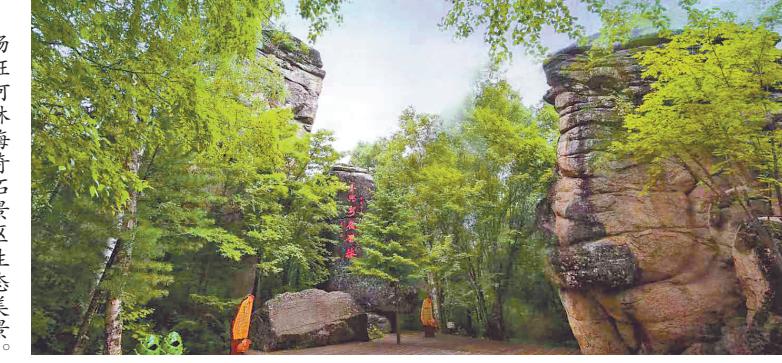


伊春林海。

□潘思宇 本报记者 贾红路

绿水青山如何变成金山银山？林区百姓如何共享生态红利？刚结束的夏秋旅游季，伊春森工集团用深耕实干交出亮眼答卷，短视频刷屏、朋友圈热议，“林都伊春”成为令人向往的旅游目的地。

念好“山水经”、打好“康养牌”，夏秋旅游的火爆是伊春森工集团以生态优先、绿色发展为导向，实现转型发展的精彩呈现，生态红利持续释放，苍翠林海成为永续增值的“流金山脉”，伊春森工集团以实际行动奋力答好新时代新征程“林区三问”新答卷。



“三大突破”见证旅游“热得发烫”

“每天早上7点到岗，晚上10点才能下班，多个旅行团，其中不少来自新加坡、马来西亚等国家，以前想都不敢想。”“林都号”“伊春号”旅游列车累计开行17趟，接待游客1950余人次，其中境外游客达1500余人次，实现旅游收入约1482万元。国庆期间，“林都号”新开辟“阿尔山梦幻之旅”线路，进一步串联起大小兴安岭的森林、草原等优质资源，随着旅游专列持续开行和海外推介力度加大，伊春旅游的外埠客源占比显著提升，辐射半径不断扩大。

这样的火爆景象并非个例，而是今年伊春森工集团所属景区的普遍现象。集团旅游事业部发布的收官数据显示，2025年夏秋季旅游，伊春森工集团实现三大历史性突破，每一组数据都折射出林区旅游的蓬勃活力。

游客量井喷——夏季接待游客171.6万人次，同比增长34.9%，“十一”黄金周接待游客36.2万人次，同比增长高达66.1%，景区入口处的“游客长龙”成了这个旅游季最直观的“热度证明”；

收入再创新高——夏秋季旅游总收入达1.2亿元，同比增长83.9%，这一数字不仅刷新了集团成立以来的纪录，更让林区百姓的“钱袋子”实实在在鼓了起来；

核心景区“全线飘红”——上甘岭溪水公园、五营红松林海景区、金祖峰景区在“十一”黄金周连续4日游客破万，与汤旺河林海奇石景区共同组成“四大热门景区”，撑起伊春森工秋季旅游的“黄金矩阵”。

“从没见过这么旺的人气！”“林都号”“伊春号”旅游列车相关负责人感慨：“今年我们接待

了多个旅行团，其中不少来自新加坡、马来西亚等国家，以前想都不敢想。”“林都号”“伊春号”旅游列车累计开行17趟，接待游客1950余人次，其中境外游客达1500余人次，实现旅游收入约1482万元。国庆期间，“林都号”新开辟“阿尔山梦幻之旅”线路，进一步串联起大小兴安岭的森林、草原等优质资源，随着旅游专列持续开行和海外推介力度加大，伊春旅游的外埠客源占比显著提升，辐射半径不断扩大。

在五营红松林海景区，负责人手持客流统计表对记者介绍：“9月下旬到10月上旬，景区日均接待游客近万人次，最高单日突破1.4万人。车辆从停车场一直停放到3公里外的国道上，摆渡车不停地运送游客。”景区内的红松观景台、森林栈道游人如织，“千年红松”打卡点前队伍绵延近200米，工作人员不得不分批引导参观。

“以前总觉得伊春是小众目的地，没想到今年这么火！”来自广州的游客陈女士在金祖峰观景台一边拍照一边感叹，“我在小红书刷到伊春的五花山秋景，立刻订了机票。来了才发现，景色比视频里更美，空气清新，负氧离子含量高，一定要推荐给朋友。”

据第三方平台统计，今年夏秋季，伊春旅游相关话题在抖音、小红书的总浏览量破亿，“伊春五花山”“森林氧吧”等关键词多次登上热搜，成为全国热门赏秋目的地之一。



“林都号”首发阿尔山。

“森工特色”让游客沉浸式游玩

“旅游不是走马观花，而是让游客沉浸式感受林区魅力。今年我们围绕‘林区记忆’做文章，推出了一系列有特色、有温度的体验项目，让游客来了不想走，走了还想来。”伊春森工相关部门负责人表示，集团深度挖掘森工文化和生态资源，打造“一景一品”的特色体验，推动旅游从“观赏型”向“体验型”转变。

从入夏开始，汤旺河林海奇石景区全新打造的“森林集市”就成为爆款打卡地。集市上，“采松塔”“烤松子”“松果画手作”等体验项目前排起长队，游客戴着手套、拿着小筐，在工作人员的指导下采摘松塔，感受林区工人的日常；亲子家庭围坐在桌前，用松果、树枝制作手作，一个个憨态可掬的松果小动物、风景画新鲜出炉。“我还是第一次摘松塔，原来松子是从这里面来的！”来自哈尔滨的小朋友王轩涵举着刚摘的松塔，兴奋地向妈妈展示，“我要把松塔带回家，告诉同学这是我在伊春亲手摘的”。

“顺山倒喽……”五营红松林海景区的“森林研学小径”传来嘹亮的“兴安岭森林号子”，作为“林三代”的五营红松林海景区副经理崔健华，正在为前来研学的孩子们演唱国家级非物质文化遗产——“兴安岭森林号子”。研学团队的孩子们则拿着放大镜，观察树叶的纹理、昆虫的生活，在老师的带领下学习生态知识。

荣获“中国首批国际森林浴基地”称号的上甘岭溪水公园，以“自然触感+康养理疗”为特色，吸引众多中老年游客前来体验。他们在林间步道上慢行、深呼吸，沉浸于“森林浴”的独特魅力。“医生建议我多去空气好的地方休养，这里的空气比城里好太多，我每天坚持走5公里，睡眠质量明显改善了。”来自北京的银发游客李女士说。她已在景区附近民宿连续入住20天，秋季结束后还将重返伊春，体验冬季温泉疗愈之旅。

中秋期间，各景区推出的直径1.5米“森林月饼”成为备受瞩目的“网红单品”。这款月饼以蓝莓、松子、桦树汁等林区特产为馅料，既凸显地域特色，又赋予节日仪式感。“第一次尝到用桦树汁做的月饼，很新奇，味道也特别好。”一位来自江苏的游客赞叹道。她在抖音上发布的“森林月饼”视频，迅速收获上千点赞，成为伊春秋季旅游传播的一个亮点。

交出夏秋季旅游优异答卷

伊春森工实干绘就生态转型新图景

“暖心宠客”捧出森工温度

在安全防控方面，伊春森工强化“人防+技防”措施，严格落实24小时值班与巡逻制度，构建“景区+警务+医疗”三级安防联动体系，创新推行“火种保存+步巡盯防+广播提示”防火模式，引入无人机巡航提升防控精准度。集团在三大景区设立的“健康小屋”配备AED除颤仪和常用药品，由专业医护人员值守。“有位游客登山时突然头晕，我们及时送他到‘健康小屋’吸氧缓解，后送医检查。”五营红松林海景区的李医生介绍道。

这样的温暖服务，贯穿伊春森工整个夏秋季。面对突发降温，各景区迅速启动“暖心宠客”响应，累计发放棉衣、雨衣等御寒物资1700余件，并在登山步道、景区入口等处设立姜茶供应点。“本来以为降温山里会很冷，没想到景区免费发棉衣，还能吃上免费的早餐，喝到热姜茶，太贴心了！”在金祖峰景区，来自长春的游客刘女士裹着厚棉衣，在观景台拍下日出，话语里满是感动。从今春开始，伊春森工从服务源头入手，对所属24家涉旅企业开展拉网式排查，更换布草774套，新增保暖设备51台，更新导览标识1040处，开展服务培训86场，覆盖700余人。

针对停车难、如厕难等问题，伊春森工新增观光车、接驳车近200台，启用临时停车位4200余个，新增卫生间，配备保洁人员，同步增设无障碍通道、第三卫生间，配备轮椅、拐杖等助老设备。“我带着行动不便的母亲来旅游，没想到景区有轮椅可以借用，一路上还有工作人员帮忙，太贴心了。”来自齐齐哈尔的游客张先生感慨道。

从一杯姜茶到一件棉衣，从一辆轮椅到一次救护，伊春森工以游客为中心，让每一位游客在欣赏美景的同时，真切感受到“森林里的家”的温暖。

景区观光车有序载客。

伊春森工金祖峰景区。

“全域全季”深耕生态转型新篇章

“芬兰浴”体验，铁力透龙山景区开发剧本互动、雪雕研学、冰雪森林过大年等项目，让“冷资源”变成“热产业”。“以前冬天景区不营业，这两年打造冬季旅游，今年提前三个月就有游客咨询冬季线路，我们已经接到冬季研学团的预订。”透龙山景区相关负责人说。

今年以来，集团致力于打破夏旺季的市场半径，通过业态创新、市场拓展、资源整合，让林区旅游从“阶段性热闹”走向“全年性繁荣”。

从单一观光到四季业态，产品供给持续丰富。夏秋季节，伊春森工以“森林体验”为核心，推出蓝莓节、帐篷节、森林集市等20多场大型文旅活动，开发马术体验、观鸟寻秋、林海穿越、森林阅读等多项特色产品，形成“一景一品”的差异化格局；进入冬季，各景区已启动特色项目筹备，汤旺河林海奇石景区计划打造北极风情雪地小木屋群，桃山玉温泉深度开发。

从“景区单打”到“产业联动”，旅游经济带动效应凸显，不仅让景区客流量、收入双增。

更带动了周边民宿、餐饮、林下产品销售等配套产业“一起热”。民宿集群化发展尤为亮眼，以上甘岭溪水公园周边为例，民宿数量从最初的1家增至如今的42家，与“九珍十八品”森林大厨房联动构建高端康养矩阵。“醉美乌带路”沿线林场设立的服务站，不仅提供基础设施，还同步推介林场特色体验，让林场职工从“护林人”变身“旅游服务员”，拓宽了增收渠道。乌带路沿线林场职工赵师傅感慨：“以前秋天忙完防火就没事了，现在服务站需要人，我还能帮着卖山货，收入来源更多了。”

夏秋旅游收官不是结束，而是冬季旅游的开始，伊春森工正在深度挖掘冰雪资源，推动“冰雪+生态”“冰雪+文化”融合，让银装素裹的林海同样“热”起来，铺陈开全域全季的旅游产业新画卷，奋力走好高质量转型发展之路。

森林月饼让游客在伊春过上温馨中秋节。

本版图片均由伊春森工融媒体中心提供