

□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。



汤旺河林海奇石景区生态美景。

“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,国庆假期,观光车连轴转,连喝水的时间都没有!”汤旺河林海奇石景区的观光车司机王师傅语气中透着高兴。作为这座国家5A级景区的老员工,他亲身经历了今年客流的爆发式增长。这个秋季,汤旺河景区连续两日接待游客突破2万人次,创下自2001年开园、2013年晋升5A级景区以来的最高纪录。

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,每一组数字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%,景区人口处的“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”实实在在地鼓了起来。

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



“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。”来自江苏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。

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

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

“红嘴雁飞回芦苇随风摆……”“十一”期间,汤旺河林海奇石景区的电瓶车司机许成山一边哼着歌,一边热情地为往来游客服务。“今年景区特别热闹,大家远道而来欣赏我们这儿的美景,我们累点儿也值得!”这位62岁的“摆渡人”笑着说。

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。

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。

增强与属地政府紧密协作,在警务、医疗、交通等方面通力配合。国庆中秋双节,持续火爆的汤旺河景区与属地相关部门密切协作,启用11处临时停车场、调度30余辆接驳大巴,组织警力、干部及志愿者200余人投入服务,切实保障游客出行体验。在“醉美乌带路”沿线,由志愿红、警察蓝、森防橙、交通蓝、医护白共同绘就的“好客伊春·五彩之光”服务网络温暖着每一位游客,沿途8个林场服务站与4个诚信驿站免费提供开水热茶、开放室内卫生间,国庆期间累计服务游客8.3万人次。

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

“以前提起伊春旅游,大家只知道夏天能避暑、秋天看五花山,景区和周边商户只能‘靠天吃饭’。现在不一样了,我们提前布局四季业态,让旅游热度从夏秋延伸到全年,真正实现‘一季火’变‘四季热’。”伊春森工集团相关负责人介绍。

今年以来,集团致力于打破夏旺冬淡的传统桎梏,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欧风情雪地小木屋群,桃山玉温泉深度开发

“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。

从“本地客源”到“全域拓展”,市场半径不断扩大。伊春森工不仅深耕东北市场,更主动“走出去”拓展外埠与海外市场。“林都号”“伊春号”旅游专列远赴新加坡、马来西亚推介,现场签订24个包车合同及“千人游伊春”战略合作协议,订单金额达1840万元;“林都号”阿尔山之旅游首发成功,进一步打通北疆旅游线路。“以前的游客多数来自国内,现在南方、海外游客占比提升并且逐年增加,市场结构越来越多元。”伊旅集团相关负责人说。

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

长,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,不仅提供基础服务,还同步推介林场秋季特色体验,让林场职工从“护林人”变身“旅游服务者”,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别的事儿了,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。

友好“蓝莓节”活动现场。

