



借鉴网络游戏创
造采摘新体验、乘直升
机俯瞰尽享观花新视
角、挖掘历史文脉赋予
徒步游新内涵……

乡村游 新玩法

前不久，我市发布《2026年重庆赏花乡村休闲旅游路线指南》，向广大游客推出上百条乡村旅游精品线路。近年来，乡村旅游得到蓬勃发展，但也出现了高度同质化的倾向，被网友戏称为“老五样”（拍照打卡、摘蔬果、吃土菜、买土货、住农家乐）。随着消费升级与低空经济等新业态兴起，重庆乡村旅游有了更多新玩法。这些新玩法为游客带来的情绪价值，成为引流的关键。

“梅书记，还有‘偷’水果的游戏吗？”“不好意思，应季水果都‘偷’完了。下月我们会推出‘偷’枇杷的活动，欢迎来耍！”

4月17日，家住两江新区中央公园的滕女士，兴冲冲给北碚区大盛镇青龙村党总支书记梅燕打电话，想报名参加“偷”柑橘的互动游戏，却被婉拒了。身为一名村支书，梅燕为何要让游客来“偷”水果？

1 新体验 游戏让采摘游更有趣

2018年，青龙村把零散的“巴掌田”改造成集中连片的大田，打造出一个1000多亩的现代化果园，种植200多亩“爱媛”、400多亩耙耙柑、300多亩血橙和沃柑。

2021年，果树刚挂果，基地通过“游客采摘+批发销售”的方式卖出20万斤果子。但随着果树进入丰产期，产量猛增到100多万斤，柑橘一度出现滞销，采摘价也从5元跌到2元。

为了带动销售，青龙村推出了两种采摘游套餐：一是“入园畅玩+采摘带走按斤计价”；二是“两大一小99元”，包含门票和带走5斤鲜果。新的销售方式产生了一些效果，但并未从根本上解决水果销售难题。

转机出现在去年11月。梅燕无意间在网上看到“偷”甘蔗的沉浸式游戏火了——游客交小额入场费，模拟“偷”甘蔗，有NPC（护园人）追逐，游客成功带出甘蔗则按市场价结算，被抓则高价“罚款”。她眼前顿时一亮：“我们村的果园，是不是也可试试？”

青龙村当即与一家旅行社达成协议，由后者招募游客。去年12月20日，柑橘大量上市后，青龙村开展首届“偷”柑橘活动。为增加游戏趣味性，旅行社派出多名工作人员扮成NPC，在地里追着游客跑。若是有人被抓，NPC当场剥开柑橘递上去，请游客品尝。不少被“抓”的游客不仅不恼，反而转身加入护园队伍，帮着抓下一个“小偷”。

“第一天来了200多人，卖了3000多斤柑橘！”梅燕兴奋地说，这些游客把游戏拍成短视频发到网上后，又引来更多游客，采摘季平均每天来的游客超过50人次。

此时，有游客提出了新要求：“能不能增加一些剧情？”随后，青龙村对“偷”柑橘游戏进行了升级——从单纯的追逐变成有角色、有情节的沉浸式体验。

在青龙村，“偷”水果的玩法已从柑橘延伸到红薯、土鸡，累计吸引游客上万人次，带动土特产销售300多万元。梅燕笑称：“青龙村农产品出圈的奥秘在于为游客提供了紧张、有趣的新体验，满足了他们的情绪价值。”

专家点评：市农业农村委相关负责人表示，传统采摘游的亮点在于水果现采现



巫山县曲尺乡，引入热气球俯瞰李花。



游客徒步奉节三峡之巅

吃，价格较市场价便宜，但其本质仍是“卖产品”，对游客缺乏持久的吸引力。“偷”水果让游客从“消费者”变身“玩家”，实现了从“卖产品”到“卖体验”的根本转变。

类似新玩法正在各地涌现：河南洛阳推出汉服游，让游客“一秒穿越回大唐”，沉浸式体验古人生活；涪陵二渡村推出认养农业2.0版，借鉴“开心农场”模式，面向城市家庭推出“认养一分地”计划，游客可全程参与农作物耕种收的全过程……

2 新视角 乘直升机空中赏花更震撼

一朵油菜花到底能火多久？连续举办19届，今年吸引140万名游客再创新高，这是潼南崇龛万亩油菜花海交出的成绩单。

2007年，崇龛镇将白沙等5个村连片种植的万亩油菜地统一管理，办起了首届油菜花节，当年游客超过30万人次。此后几年，潼南油菜花获得了“中国醉美油菜花海”称号，名气越来越大，门票从30元涨到50元，游客不降反增，2015年达到129万人次。但从2016年起，随着各地竞相发展“赏花经济”，潼南油菜花海游客增长乏力，甚至出现下滑。

2017年，潼南旅投集团接手运营油菜花海。为了丰富业态，集团投入上千万元升级硬件：在核心景区铺设4公里铁轨，游客可坐小火车观赏油菜花；紧邻油菜基地的河上，开行了十几艘游船，游



客可乘游船观赏油菜花；增种彩色油菜，打造大地艺术景观；在陈抟山与油菜花田间，推出“花海飞田”游乐项目……通过这些措施，潼南油菜花海回引了一批游客。

“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。”潼南旅投集团油菜花运营负责人魏小也认为，花海景观本身很难推陈出新，但观赏的角度却可以不断创新。

2023年，花海运营公司与重庆一家航空公司合作，推出乘直升机俯瞰油菜花海旅游项目。从平面拍照到立体俯瞰，油菜花海呈现出更震撼的景观。为了让游客拍出唯美大片，他们每年还会对油菜花的造型进行迭代升级。比如2024年在花海上海上打造了3D太极图，去年设计了陈抟像，今年又针对年轻人定制了温馨的打卡标语。

花海直升机运营负责人周序弋介绍，在油菜花季，每天排队乘坐直升机的游客络绎不绝，两架飞机一天要飞700人次，“视觉震撼+唯美出片”成了最吸引人的卖点。今年，潼南油菜花节游客量逆势增长10%，创下140万人次的新高。

专家点评：市农业农村委相关负责人表示，传统赏花游大部分停留在“种一片花、办一个节”的初级模式，收入主要来源于门票和小吃摊，很容易复制，让各地陷入同质化竞争，难以维持有效运营。而乘直升机俯瞰花海，提供了前所未有的“云端视角”，为传统赏花注入了“科技感”和“仪式感”，满足了游客社交分享的需求。

这种提供新视角的观赏模式正在被各地采用：贵州贵定金海雪山景区构建“地面小火车一半空摩天轮一高空直升机”的立体赏花体系，单日接待量突破4万人次；巫山县曲尺乡柑园村今年首次引入热气球载游客俯瞰李花，游客可观赏李花与峡江相拥共生的美景，开园当天便吸引国内外上千人次体验打卡……

3 新内涵 历史文脉让徒步游更有料

赤甲集团白帝旅游开发公司运营专班常务副组长郭创没想到，努力了10多年，三峡之巅、夔门、白帝城、瞿塘峡等景区居然靠徒步游给带火了。

2016年，赤甲集团开始负责白帝城、夔门、瞿塘峡等景区的营销。为了

北碚大盛镇青龙村“偷”柑橘活动

把游客留下来，郭创及其团队结合赤甲山散落其间的自然景观，推出了一条10公里长的原生态徒步登山路线，可来的游客不多，一年才千余人。2020年三峡之巅景区正式开放后，他们又完善了基础设施，但徒步游依然不温不火。

2023年冬天，“徒步三峡之巅”的视频在朋友圈频频刷屏。“周末有六七千人次，平日也有1000多人。”郭创回忆，趁着这波流量，团队对徒步路线进行了全新升级。

首先，针对不同人群优化推出5条不同主题的徒步线路。同时，结合李白、杜甫等文人的诗词，在沿途设置了十多个观景台，游客可“踏着诗词走三峡”。

其次，在线路沿途设置了打卡点：海拔211米处设立了“211”拍照打卡点，海拔520米设计有爱心打卡标志，海拔985米立起“985”地标，海拔1314米处刻着“一生一世”纪念碑，海拔1388米的山顶布置了适合拍结婚照的爱心玩偶……这些打卡点通过谐音梗吸引了大量年轻人前来打卡。

最后，向登山比赛中成绩优秀的单人或团队发放奖牌，让他们有荣誉感。

此外，为了增加徒步游的曝光度，赤甲集团还会不定期邀请徒步达人、大咖参加徒步活动，并通过抖音、小红书等自媒体进行活动的二次传播。

通过持续不断的努力，“徒步三峡之巅”渐渐在年轻群体中有了影响力，不少年轻人从全国各地前来打卡，游客数量也从最初一年1000多人次，猛增到2025年的30多万人次，成为当地的一张文旅名片。

专家点评：市农业农村委相关负责人表示，近年来，各地争相推出徒步游，却普遍停留在“一条路走到底”的初级阶段。比如，大多选择在徒步沿线设置一些路标、凉亭、景观小品以及一些文字介绍，缺乏独特性和吸引力。徒步奉节三峡之巅的“出圈”，是找准了“诗城”这一独特的文化标签，把路线做成产品，让徒步充满体验。

如今，不少地方也在赋予徒步游新内涵：金山岭长城开创了“人机共登”新玩法，近千名徒步爱好者与智能机器人携手登临千年长城，实现“文化+体育+科技+文旅”的跨界融合；徽杭古道以“行走古道”联合行动破题，联动浙皖闽赣四省，创新设置“古道文牒”集章打卡册，让徒步变成“解锁文化密码”的过程……

新重庆·重庆日报记者 赵伟平