

洪崖洞，依山而建的吊脚楼独具巴渝风情，每当夜色降临，灯火与江岸交相辉映，每一层都有别样的风景，像极了《千与千寻》中的汤屋；宽窄巷子，青砖黛瓦间，古朴与现代交错，琳琅满目的小吃店遍布市井小巷，充斥着老成都的烟火气。洪崖洞与宽窄巷子，分别位于重庆和成都两地，都是巴蜀文化的代表，同是国内旅游景点“顶流”。早在2020年，成渝两地就携手，“宽洪大量”CP强势出道，时常同框疯狂“撒糖”，一波波高甜表白让人“嗑”到上头——“以后的路不管是爬坡上坎，还是轻轨穿楼，我都陪你走”“以后的火锅不管是牛油特辣，还是清油微辣，我都陪你整”……到宽窄巷子体验“最成都”，到洪崖洞感受8D魔幻，成为外地游客打卡川渝的一种约定，更像是一种仪式。今年重庆两会期间，加快建设巴蜀文化旅游走廊，共同打造“宽洪大量”文旅品牌组合再次被写入政府工作报告，对两地进一步合作开发旅游项目，提出了更高要求。随着“宽洪大量”CP的再加码，两地都不约而同把目光投向了“在地化”，通过建筑、场景、主题街区的植入，演绎“最成都”“最重庆”的城市人文，升级打造2.0版本的“宽洪大量”CP组合，进一步“拿捏”住川渝土著，让其出现在更多外地游客的“必游”清单中。

□ 重庆日报记者 左黎韵

联手演绎“最成都”“最重庆”的城市人文 “宽洪大量”CP 2.0版 再出圈

“最成都”“最重庆”的城市人文有多火

巴山蜀水，美在雄伟峻险，也美在钟灵毓秀，自古以来，巴蜀两地相互依存，市井与烟火、古老与现代在此汇聚，造就了兼容并蓄的城市人文。

三千年江州城，八百年重庆府，两江交汇的渝中半岛，既有大江大河的壮美，又有深厚的人文底蕴——

在这里，“夜发清溪向三峡，思君不见下渝州”写满了李白的不舍与眷恋，“何当共剪西窗烛，却话巴山夜雨时”交织着李商隐的孤寂与思念；在这里，“一城山水半城桥，十七道老城门，九开八闭”勾勒出山水古城最初的容貌，浑然天成的地形地貌又将城市形态分割，汇聚了“山城”“江城”“8D魔幻都市”的独特神韵。

“晓看红湿处，花重锦官城”，同处长江上游的成都，虽无大江大河的磅礴，却有着百水贯城的灵秀。

巴蜀文明发源于长江上游。“蜀之为国，肇于人皇，与巴同圈”，这句在史料中存续了近2000年的文字，生动诠释了川渝两地一脉相承，山水相依的历史渊源。

当最能代表市井老成都的宽窄巷子，遇上最具8D魔幻感、浓缩了巴渝传统建筑风貌的洪崖洞，那些流淌在诗词典籍里的文字便有了更丰富的注脚。

“最成都”“最重庆”的城市人文有多火？数据显示，今年五一期间，洪崖洞民俗风貌区接待游客62.4万人次，同比增长17%；宽窄巷子接待游客85万人次，双双位于全国景区人流榜单前列。

“感觉是和一亿人擦肩而过。”来自成都的游客向璐，在洪崖洞体验了一把“人从众”模式后，忍不住感慨。

除了感受1楼出门是马路、11楼出门也是马路的魔幻地形，向璐还解锁了众多隐藏玩法：藏在洪崖洞5楼的“重逢1980”，真实还原了80年代老重庆的市井百态，霓虹闪烁的街区复古又时尚；进入6楼的探秘洪崖洞，仿佛置身古蜀巴渝的神话秘境，光影交错间四季流转，一口气就能召唤出白虎、比翼鸟、巴蛇、夔牛四大巴蜀神兽；每层楼里，还有数不尽的美食、周边，足以让游客在此逛吃一整天。

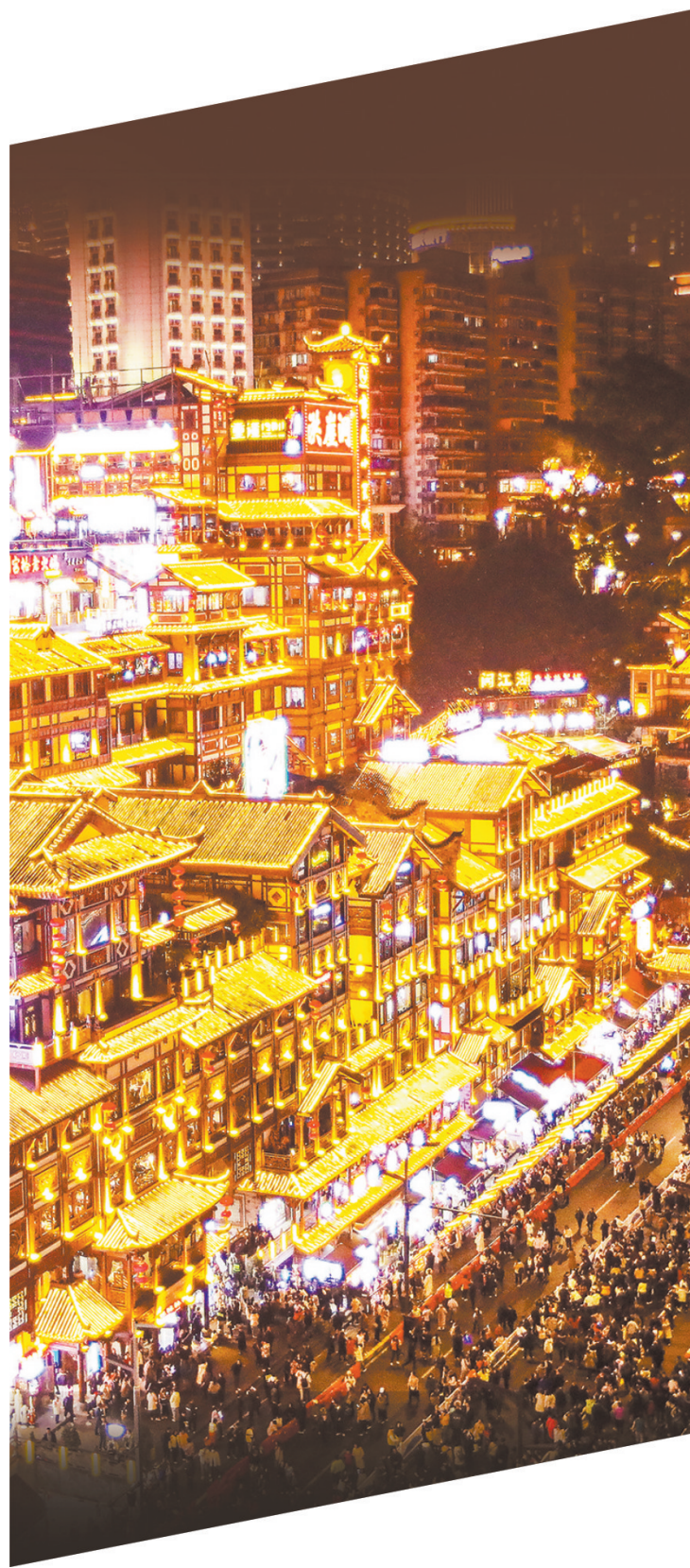
“宽洪大量”CP走红网络后，洪崖洞、宽窄巷子已不再满足“刷地标”式的网红“打卡点”，开始强调城市的文化内涵，通过“在地化”的表达形式，将抽象的巴渝文化、古蜀文化具象化、符号化，成为展示巴山蜀水“文化IP”的精神坐标。

所谓在地化，顾名思义就是让游客融入当地文化，体验本土的风俗人情。

依托吊脚楼的建筑结构，洪崖洞被打造成为一座11层的“立体”商业步行街，每一层通道相互连通，像一个巨大的迷宫，不仅展现了重庆8D魔幻地形的奇特，每层楼还设置了不同的主题，通过复刻太阳沟菜市场、八一路筒子楼、山城照相馆等场景元素，将老重庆的市井烟火也搬了进来。

作为满城（后少城）鱼骨上残存的肌理，宽窄巷子的前身是清朝时为八旗兵及其家属修建的“城中城”。在提档升级中，成都最大限度保留了宽窄巷子的原址原貌，通过“一院一景、一院一品”设计，将北方胡同文化与川西四合院文化有机结合，巧妙串联天府文化和地标性消费新场景，将其打造为老成都生活样态的活化石。

到洪崖洞感受“最重庆”，到宽窄巷子体验“老成都”。随着众多“在地化”场景的推陈出新，这对CP再次凭实力“圈粉”。



▲ 古色古香的宽窄巷子独具老成都韵味。
(成都宽窄巷子文化产业发展有限公司供图)
▲ 2024年2月15日，渝中区洪崖洞景区，人气爆棚。
重庆日报记者 尹诗语 摄

联手升级打造“宽洪大量”2.0版

随着“宽洪大量”这对文旅CP越走越近，川渝两地正打破行政壁垒，丰富文旅产品供给，不仅通过连线互动，加快融合步伐，还通过推广、宣传，扩大巴蜀文化在全国乃至世界的影响力。

“这次到了洪崖洞，又体会到另一种美。”来自菲律宾的Sara是一名在成都读书的留学生。看惯了成都街头的闲适生活，今年五一，她和同学相约到重庆游玩，“我把洪崖洞的照片发给菲律宾的亲戚朋友，大家都很喜欢，觉得它古老又神秘。”

把游客引进来，让巴山蜀水走向世界。今年以来，在中国免签“朋友圈”持续扩容后，重庆着力拓宽入境旅游市场，推动巴蜀文化旅游走廊全域144小时过境免签，构建“蓉进渝出”“渝进蓉出”机制，川渝两地还联手推出了“大三峡”“大都市”“大三国”等多条巴蜀文旅走廊入境精品线路。

作为“大都市”旅游线路中的地标景点，宽窄巷子、洪崖洞发挥着节点作用。

为了方便外籍游客畅游景区，洪崖洞依托渝中区打造支付便利化示范区建设的政

策扶持，在景区内增加了可受理境外银行卡的POS机数量，通过推动外币兑换服务升级、推广人民币“零钱包”兑换服务等，有效打通了外籍游客跨境支付的堵点、难点。

此外，两地还强强联手整合资源优势，壮大互为客源地、目的地的成渝文旅CP。从线上“隔空喊话”，到线下联动推出时空任意门、表白走廊、双城影展等文旅活动，“宽洪大量”CP成功引流，吸引游客全面了解和体验成渝两地特色文化、特色美食、特色消费场景，不断叠加上“1+1>2”的效应。

譬如，去年宽窄巷子、洪崖洞共同发行了“宽洪大量”2023数字徽章，限时上线的1314份数字徽章不仅拥有唯一序号，具备数字资产的收藏属性，还赋予了丰富的文旅实物权益，通过线上线下多元联动，为两大景区狠狠攒了一波流量。

彭梁浩表示，未来，宽窄巷子还将与洪崖洞联合探索数字文旅发展，运用大数据为游客精准画像，以数据流整合提升决策流、执行流、业务流，打造具有巴蜀文化辨识度、知名度、美誉度的区域旅游目的地。



▲ 宽窄巷子游人如织。
(成都宽窄巷子文化产业发展有限公司供图)

相关新闻

□ 重庆日报记者 左黎韵

6月6日，记者从渝中区文旅委获悉，今年渝中区将全面梳理文脉传承、公共服务、资源共享“三重清单”，打好线路、产品、价格联合组合拳，合力提升“宽洪大量”文旅CP的影响力。

近年来，重庆联动四川先后推出了“宽洪大量”“资足常乐”“七星揽月”“美石美刻”等一批川渝文旅组合，以重庆主城、成都双核为驱动，联合推出了覆盖重庆主城区一大一武隆—青城山—峨眉山—成都的“大都市”旅游线路，将洪崖洞、宽窄巷子两大地标景点首尾串联，吸引游客从一点到一线，从一线到一城。

“我们充分发挥自身比较优势，针对‘宽洪大量’文旅CP的提档升级，精心编制了‘三重清单’，共享两地经验资源，携手做大文旅产业发展。”渝中区相关负责人表示，将持续练好内功，深入挖掘自身文旅价值，丰富产品供给和场景开发，以文促旅、以旅彰文，讲好渝中母城的巴蜀故事。

同时，两地还将进一步强化洪崖洞与宽窄巷子的一体化联动发展，参与打造成渝地区公共文化服务联盟，并在两大景区开展多主题、多形式的城市文旅互动，协同推动巴蜀文化旅游走廊建设。

而在长期关注巴蜀旅游发展的业内专家，戴德梁行重庆策划发展顾问部主管、董事马丽华看来，要将“宽洪大量”CP引向深入，首先应该摆脱低层次竞争，使其进一步走向开放和融合。

马丽华认为，两地政府应积极搭建互动平台，通过区域间的联动带动商客双赢，比如可联合推出“宽洪大量”一码通游平台，整合解放碑中央商务区和宽窄巷子的商户信息，一站式满足游客乐游两地的全过程需求，从顶层设计上促进两地文旅发展的优势互补、客源互送和市场共享。

全面梳理“三重清单” 推动“宽洪大量”文旅CP提档升级

“吸睛”后如何“吸金”

前不久，记者走进位于宽窄巷子的“可居茶介”，这里青砖砌墙，灰瓦为顶，绿树掩映的庭院内，三五游客正品茶闲谈，袅袅茶香间，笑语连连，仿佛时间都慢了下来。

作为宽窄巷子里第一批建起来的高端茶室，“可居茶介”由一座典型的川西老宅院改建而成，墙体门窗上镶嵌着各式各样的川西老物件，宋代的石刻、明清的门窗、牌匾，古老的家具饰品，在这里拥有了第二次生命，和院子彼此滋养。

“借助宽窄巷子的客流和文化，茶室生意很红火，人均消费在两三百元左右。”“可居茶介”老板肖烈说。

和全国大部分历史文化街区一样，洪崖洞、宽窄巷子通过统一规划进行改造、升级，既注重文化的传承，也激活了文旅产业的发展。作为川渝文旅炙手可热的流量担当，“宽洪大量”CP在“吸睛”之余，是否能“吸金”？

早在几年前，宽窄巷子就曾做过一项调查，当景区日均人流量在15万—20万人次时，游客的购买力是最高的。可当客流量继续增长后，人们反而会因为长时间排队、堵到走不动路等情况，导致旅游体验感大幅下降，进而减少消费频次。

“在各地纷纷感慨消费降级时，如何打破游客只逛不买的‘魔咒’，是我们和洪崖洞面临的共同难题。”宽窄巷子文化产业发展有限公司总经理彭梁浩说。

面对年轻消费群体，“话题感”正成为突破口。比如几年前“可居茶介”经营就曾遇到瓶颈：游客虽然越来越多，但随着周边几家高端茶饮店陆续开业，同行竞争越来越激烈，进店客人反而少了很多。不久前，“可居茶介”在高端茶饮基础上，推出了汉服体验套餐，邀请网红达人

身着汉服进店直播，一边品茗，一边抚琴赏花，店里也提供汉服租赁服务，设置了桌案、琴室等。“现在穿着汉服来打卡的，不仅有年轻人，还有老年人，成为茶室一道新的风景线。”肖烈说。

随着与游客间的互动增加，宽窄巷子的“话题感”不断拉满。“我们需要一个载体，吸引年轻人去消费打卡、发圈分享，让‘在地化’成为一种流量变现的手段。”彭梁浩说，去年，他们就联合本地商家菊乐食品，推出了“宽窄”文创雪糕，将武侯祠、大熊猫等成都元素融入雪糕设计中。一时间，到宽窄巷子打卡的游客都会买上一块雪糕，摆出各种姿势拍照。

在洪崖洞，8D魔幻夜景也被玩出了新花样。“转过头来看我。”

“诶好，就是这个表情。”

靠近洪崖洞的千厮门大桥上，摄影师聂枫正在替一位身着苗族服饰的游客拍照，背景里的洪崖洞流光溢彩。

聂枫在洪崖洞经营着一家旅拍工作室，顾客基本都是来洪崖洞打卡夜游的游客。高峰期，他平均一晚上就能接七八单业务。

像这样的旅拍工作室，去年以来，洪崖洞先后冒出了180多家。

“以前洪崖洞的游客照都是10块一张的快闪，光顾的也都是上了年纪的中老年人，利润很低。”洪崖洞景区管理公司副总经理孟瑶说，相比简单的“逛吃+自拍打卡”，有专业化妆师、摄影师全程跟拍的旅拍团队，为游客提供了一种更“高阶”的选择。这些工作室还与洪崖洞里一些民宿服饰店合作，向游客租借店里的服装，在降低自身经营成本的同时，也为对方带来了顾客，实现双赢。

▲ 游客在洪崖洞景区边品味边赏节目。
重庆日报特约摄影 钟志兵