



编者按

被网友戏称难度堪比“西天取经”的高过河上，湍急浪涛中，游客惊呼声此起彼伏；南江大峡谷的幽深河道里，一家三口乘皮筏穿行其中，抬头只见一线碧空倾泻天光；施秉杉木河的翡翠水道上，落差缓急交错的“矿泉漂流”，让白发游客也笑嚷着“再漂一次”……盛夏，于贵州山谷间，水花与欢笑的激荡，正谱写着一首跌宕起伏的狂想曲，也在网络平台掀起#漂流贵州#的亿万级流量海啸。

贵州，这座被喀斯特地貌塑造的“山地王国”，峰丛、峡谷、溶洞、天坑等星罗棋布，乌江、赤水河、清水江等河流在群山间奔腾缠绕。当独特地貌遇见丰沛水流，便孕育出惊险峡谷漂、清幽森林漂、奇

趣洞穴漂等多种漂流秘境，碰撞出不同的山水乐章。

旅游旺季的贵州，不再满足于“一漂到底”的单一体验。白日里，游客们在激流勇进后，转身投入山林，开启溯溪探洞的冒险，感受山地贵州的激情澎湃；夜幕降临，星空露营地亮起篝火，人们围坐畅谈，伴随着虫鸣星辉，享受惬意时光；而在文化村落，蜡染、银饰手作体验等沿岸次第绽放，让玩水项目升级为“文化 discovery”之旅……

当皮筏冲向下一个急弯，激荡的水声与心跳共振。绿水青山间的激情交响，是旅人们心照不宣的狂欢，也是百姓增收、生态变美的澎湃乐章，一路高歌向前。

奇幻的漂流 沁人的清凉

贵州日报天眼新闻记者 黄若佩 实习生 熊天翔

三大产品体系升级消费矩阵

7月18日，安顺黄果树瀑布下游的天星桥河道中，明黄色漂流艇载着游客顺流而下。孩子们头戴小黄鸭安全帽，手持同款水枪激战浪花。童话般的氛围，在漂流乐园内蔓延。

“黄果树 x BDuck 小黄鸭”多彩漂流乐园现场负责人田蕾介绍，该乐园是全国首个国际IP跨界合作的水上主题乐园。园内，BDuck 小黄鸭并非简单的形象植入，而是构建了“自然景观+潮流IP+互动体验”的三维融合体系。42公里河道串联13处险滩与静水区，构成核心体验。终点处的主题餐厅、无动力乐园和观星基地则形成“白天漂流探险、夜晚露营观星、全天沉浸打卡”的全时段体验链。试营业仅一个月，日均游客量已突破500人，特别受亲子家庭欢迎。

在孙小龙看来，“黄果树 x BDuck 小黄鸭”多彩漂流乐园是贵州推动漂流产业化的一个缩影。它利用漂流产品的“长时段属性”，整合“吃、住、行、游、购、娱”全链条，将单一项目升级为消费矩阵。

2025年1月，国务院办公厅转发国家发展改革委、体育总局《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》，明确鼓励西北、西南地区特色发展山地越野、攀岩、自驾、溯溪、漂流等运动项目。

借着政策东风，贵州积极将漂流这一传统水上项目升级为撬动全域旅游的核心支点，推动着贵州漂流产业打破传统“一漂到底”的单一模式，构建多元化产品体系。

孙小龙认为，经过不断地实践探索，贵州漂流已构建了“主题化、休闲化、在地化”三大产品体系，“主题化产品以‘黄果树 x BDuck 小黄鸭’多彩漂流乐园为代表，通过IP植入、场景再造和主题文创开发，提升游客情感体验；休闲化产品将漂流与温泉酒店、垂钓茶寮等业态结合，打造综合型度假产品，满足全龄客群需求；在地化产品则融合本土民族文化，通过实景演艺、非遗体验等方式，强化地方特色。例如，镇远高过河漂流联动镇远古城、三寨村，游客可体验侗族大歌对唱、土家族织锦等活动。”

丰富的产品正转化为实在的消费数据。南江大峡谷景区总经理林文强介绍，今年暑期省外游客同比增长50%，游客不再匆匆返程，而是住进景区的梯子岩度假村民宿集群感受峡谷晨昏。数据显示，旅居游客同比增长30%，“两日游”客群占比显著提升。

生态避暑激活沿线产业脉搏

7月，镇远高过河漂流起点上空，直升机轰鸣声与峡谷激流声交织。游客乘机从游客大厅直抵漂流码头，5分钟航程替代20分钟车程，沿途俯瞰原始森林与飞瀑景观。

“这条低空通道是今年新入驻业态，日均接待超200人次。”贵州宸烨通航负责人梁勇介绍，未来还计划联合西江千户苗寨推出“空漂联票”。

漂流带来的长时段停留，正激活沿线产业脉搏。孙小龙认为，漂流不仅是水上运动，更是撬动区域经济的支点。既吸引新业态入驻，又创造本地就业机会。

“黄果树 x BDuck 小黄鸭”多彩漂流乐园92名员工中，多数为当地村民，田蕾介绍未来还将计划推动其向职业经理人转型；南江大峡谷外形成的“漂流用品一条街”，多为本地村民在此售卖水上用具；修文桃源河沿岸的民宿与烧烤摊，带动农民增收……一条河道，串起更多生意经。

丰富的产品正转化为实在的消费数据。南江大峡谷景区总经理林文强介绍，今年暑期省外游客同比增长50%，游客不再匆匆返程，而是住进景区的梯子岩度假村民宿集群感受峡谷晨昏。数据显示，旅居游客同比增长30%，“两日游”客群占比显著提升。

“贵州漂流”已从单一产品概念跃升为具有高辨识度、强吸引力和广泛影响力的区域旅游IP，成为贵州夏季旅游乃至全国漂流市场标杆性品牌，其品牌溢价能力与市场号召力不断增强。”贵州绿色发展战略高端智库研究员、贵州财经大学贵州旅游产业化发展战略省创新团队负责人杨春宇认为。

独特的自然禀赋，也造就了贵州漂流的“千漂千面”。镇远高过河以峡谷幽深、急流险滩著称，惊险刺激令人肾上腺素飙升；施秉杉木河水质清澈如矿泉，两岸风景如画；兴义马岭河峡谷奇峻，瀑布飞泻，惊险与美景并存；黄平野洞河的“中国洞中漂流绝景”引人探究……

“贵州漂流”已从单一产品概念跃升为具有高辨识度、强吸引力和广泛影响力的区域旅游IP，成为贵州夏季旅游乃至全国漂流市场标杆性品牌，其品牌溢价能力与市场号召力不断增强。”贵州绿色发展战略高端智库研究员、贵州财经大学贵州旅游产业化发展战略省创新团队负责人杨春宇认为。

7月13日，记者抵达此处，碧绿江水缓缓流淌，水声潺潺如轻吟。抬眼远眺，两岸青山层叠，苍翠欲滴。系紧救生衣，戴上安全帽，登上漂流艇，清凉的河水瞬间漫过脚踝，先前积攒的暑气在这一刻消散殆尽。手持竹竿缓缓划动清波，微风轻拂，阳光穿过两岸的树林照耀在江面，并不过分炙热。徜徉在南江大峡谷的休闲漂流段，欣赏着这片流动的绿野仙踪。

当逐渐与身侧的水浪打成一片，抬头仰望，真正的惊喜迎面而来。河道悄然收缩，两侧陡峭的峡谷壁上，郁郁葱葱的树木将蓝天和云层切作几瓣。阳光被拒斥在外，仅有些许金色光斑缀在水面。

如今，南江大峡谷景区90%的工作人员都是附近村民，让当地人实现了“家门口就业”。

“初极狭，才通人”，陶渊明笔下的桃花源，与眼前的景象如出一辙。

更前方，水流从高处飞泻而下，空谷传音，水花飞溅。峡谷两侧，正在进行飞拉达攀岩活动的游客像壁虎一样紧贴在石壁上，每一步都充满了挑战与勇气。再往上看，透明的玻璃栈道在绿树掩映下若隐若现，人们小心翼翼地行走其间，既兴奋又紧张。而在玻璃栈道上方，一道紫红色的身影一闪而过，复兴号高铁如同一道疾驰的红色闪电在铁

路上奔跑，瞬间钻进了山洞。这一幕，仿佛时间在这里交汇，让人不禁感叹科技与大自然的奇妙碰撞。

穿过如梦如幻的峡谷，眼前豁然开朗。来到了“激情漂”区域，刚刚还温热的河水，此刻突然变得汹涌澎湃。漂流艇顺着涓涓水流而下，冰凉的河水像炸开的烟花，劈面而来，从发梢凉到脚心，每一次转弯都藏着未知的刺激，是挑战自我的绝佳试炼。

7月13日，记者抵达此处，碧绿江水缓缓流淌，水声潺潺如轻吟。

抬眼远眺，两岸青山层叠，苍翠欲滴。

系紧救生衣，戴上安全帽，登上

漂流艇，清凉的河水瞬间漫过脚踝，先前积攒的暑气在这一刻消散殆尽。

手持竹竿缓缓划动清波，微风轻拂，阳光穿过两岸的树林照耀在江面，并不过分炙热。徜徉在南江大峡谷的休闲漂流段，欣赏着这片流动的绿野仙踪。

当逐渐与身侧的水浪打成一片，抬头仰望，真正的惊喜迎面而来。

河道悄然收缩，两侧陡峭的峡谷壁上，郁郁葱葱的树木将蓝天和云层切作几瓣。阳光被拒斥在外，仅有些许金色光斑缀在水面。

如今，南江大峡谷景区90%的工作人员都是附近村民，让当地人实现了“家门口就业”。

“初极狭，才通人”，陶渊明笔下的桃花源，与眼前的景象如出一辙。

更前方，水流从高处飞泻而下，空谷传音，水花飞溅。峡谷两侧，正在进行飞拉达攀岩活动的游客像壁虎一样紧贴在石壁上，每一步都充满了挑战与勇气。再往上看，透明的玻璃栈道在绿树掩映下若隐若现，人们小心翼翼地行走其间，既兴奋又紧张。而在玻璃栈道上方，一道紫红色的身影一闪而过，复兴号高铁如同一道疾驰的红色闪电在铁

路上奔跑，瞬间钻进了山洞。这一幕，仿佛时间在这里交汇，让人不禁感叹科技与大自然的奇妙碰撞。

旅游旺季的贵州，不再满足于“一漂到底”的单一体验。白日里，游客们在激流勇进后，转身投入山林，开启溯溪探洞的冒险，感受山地贵州的激情澎湃；夜幕降临，星空露营地亮起篝火，人们围坐畅谈，伴随着虫鸣星辉，享受惬意时光；而在文化村落，蜡染、银饰手作体验等沿岸次第绽放，让玩水项目升级为“文化 discovery”之旅……

当皮筏冲向下一个急弯，激荡的水声与心跳共振。绿水青山间的激情交响，是旅人们心照不宣的狂欢，也是百姓增收、生态变美的澎湃乐章，一路高歌向前。

27° 黑标 视线

奇幻的漂流 沁人的清凉

贵州日报天眼新闻记者 黄若佩 实习生 熊天翔

三大产品体系升级消费矩阵

7月18日，安顺黄果树瀑布下游的天星桥河道中，明黄色漂流艇载着游客顺流而下。孩子们头戴小黄鸭安全帽，手持同款水枪激战浪花。童话般的氛围，在漂流乐园内蔓延。

“黄果树 x BDuck 小黄鸭”多彩漂流乐园现场负责人田蕾介绍，该乐园是全国首个国际IP跨界合作的水上主题乐园。园内，BDuck 小黄鸭并非简单的形象植入，而是构建了“自然景观+潮流IP+互动体验”的三维融合体系。42公里河道串联13处险滩与静水区，构成核心体验。终点处的主题餐厅、无动力乐园和观星基地则形成“白天漂流探险、夜晚露营观星、全天沉浸打卡”的全时段体验链。试营业仅一个月，日均游客量已突破500人，特别受亲子家庭欢迎。

在孙小龙看来，“黄果树 x BDuck 小黄鸭”多彩漂流乐园是贵州推动漂流产业化的一个缩影。它利用漂流产品的“长时段属性”，整合“吃、住、行、游、购、娱”全链条，将单一项目升级为消费矩阵。

2025年1月，国务院办公厅转发国家发展改革委、体育总局《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》，明确鼓励西北、西南地区特色发展山地越野、攀岩、自驾、溯溪、漂流等运动项目。

借着政策东风，贵州积极将漂流这一传统水上项目升级为撬动全域旅游的核心支点，推动着贵州漂流产业打破传统“一漂到底”的单一模式，构建多元化产品体系。

孙小龙认为，经过不断地实践探索，贵州漂流已构建了“主题化、休闲化、在地化”三大产品体系，“主题化产品以‘黄果树 x BDuck 小黄鸭’多彩漂流乐园为代表，通过IP植入、场景再造和主题文创开发，提升游客情感体验；休闲化产品将漂流与温泉酒店、垂钓茶寮等业态结合，打造综合型度假产品，满足全龄客群需求；在地化产品则融合本土民族文化，通过实景演艺、非遗体验等方式，强化地方特色。例如，镇远高过河漂流联动镇远古城、三寨村，游客可体验侗族大歌对唱、土家族织锦等活动。”

丰富的产品正转化为实在的消费数据。南江大峡谷景区总经理林文强介绍，今年暑期省外游客同比增长50%，游客不再匆匆返程，而是住进景区的梯子岩度假村民宿集群感受峡谷晨昏。数据显示，旅居游客同比增长30%，“两日游”客群占比显著提升。

生态避暑激活沿线产业脉搏

7月，镇远高过河漂流起点上空，直升机轰鸣声与峡谷激流声交织。游客乘机从游客大厅直抵漂流码头，5分钟航程替代20分钟车程，沿途俯瞰原始森林与飞瀑景观。

“这条低空通道是今年新入驻业态，日均接待超200人次。”贵州宸烨通航负责人梁勇介绍，未来还计划联合西江千户苗寨推出“空漂联票”。

漂流带来的长时段停留，正激活沿线产业脉搏。孙小龙认为，漂流不仅是水上运动，更是撬动区域经济的支点。既吸引新业态入驻，又创造本地就业机会。

“黄果树 x BDuck 小黄鸭”多彩漂流乐园92名员工中，多数为当地村民，田蕾介绍未来还将计划推动其向职业经理人转型；南江大峡谷外形成的“漂流用品一条街”，多为本地村民在此售卖水上用具；修文桃源河沿岸的民宿与烧烤摊，带动农民增收……一条河道，串起更多生意经。

丰富的产品正转化为实在的消费数据。南江大峡谷景区总经理林文强介绍，今年暑期省外游客同比增长50%，游客不再匆匆返程，而是住进景区的梯子岩度假村民宿集群感受峡谷晨昏。数据显示，旅居游客同比增长30%，“两日游”客群占比显著提升。

“贵州漂流”已从单一产品概念跃升为具有高辨识度、强吸引力和广泛影响力的区域旅游IP，成为贵州夏季旅游乃至全国漂流市场标杆性品牌，其品牌溢价能力与市场号召力不断增强。”贵州绿色发展战略高端智库研究员、贵州财经大学贵州旅游产业化发展战略省创新团队负责人杨春宇认为。

独特的自然禀赋，也造就了贵州漂流的“千漂千面”。镇远高过河以峡谷幽深、急流险滩著称，惊险刺激令人肾上腺素飙升；施秉杉木河水质清澈如矿泉，两岸风景如画；兴义马岭河峡谷奇峻，瀑布飞泻，惊险与美景并存；黄平野洞河的“中国洞中漂流绝景”引人探究……

“贵州漂流”已从单一产品概念跃升为具有高辨识度、强吸引力和广泛影响力的区域旅游IP，成为贵州夏季旅游乃至全国漂流市场标杆性品牌，其品牌溢价能力与市场号召力不断增强。”贵州绿色发展战略高端智库研究员、贵州财经大学贵州旅游产业化发展战略省创新团队负责人杨春宇认为。

7月13日，记者抵达此处，碧绿江水缓缓流淌，水声潺潺如轻吟。抬眼远眺，两岸青山层叠，苍翠欲滴。系紧救生衣，戴上安全帽，登上漂流艇，清凉的河水瞬间漫过脚踝，先前积攒的暑气在这一刻消散殆尽。手持竹竿缓缓划动清波，微风轻拂，阳光穿过两岸的树林照耀在江面，并不过分炙热。徜徉在南江大峡谷的休闲漂流段，欣赏着这片流动的绿野仙踪。

当逐渐与身侧的水浪打成一片，抬头仰望，真正的惊喜迎面而来。

河道悄然收缩，两侧陡峭的峡谷壁上，郁郁葱葱的树木将蓝天和云层切作几瓣。阳光被拒斥在外，仅有些许金色光斑缀在水面。

如今，南江大峡谷景区90%的工作人员都是附近村民，让当地人实现了“家门口就业”。

“初极狭，才通人”，陶渊明笔下的桃花源，与眼前的景象如出一辙。

更前方，水流从高处飞泻而下，空谷传音，水花飞溅。峡谷两侧，正在进行飞拉达攀岩活动的游客像壁虎一样紧贴在石壁上，每一步都充满了挑战与勇气。再往上看，透明的玻璃栈道在绿树掩映下若隐若现，人们小心翼翼地行走其间，既兴奋又紧张。而在玻璃栈道上方，一道紫红色的身影一闪而过，复兴号高铁如同一道疾驰的红色闪电在铁

路上奔跑，瞬间钻进了山洞。这一幕，仿佛时间在这里交汇，让人不禁感叹科技与大自然的奇妙碰撞。

旅游旺季的贵州，不再满足于“一漂到底”的单一体验。白日里，游客们在激流勇进后，转身投入山林，开启溯溪探洞的冒险，感受山地贵州的激情澎湃；夜幕降临，星空露营地亮起篝火，人们围坐畅谈，伴随着虫鸣星辉，享受惬意时光；而在文化村落，蜡染、银饰手作体验等沿岸次第绽放，让玩水项目升级为“文化 discovery”之旅……

当皮筏冲向下一个急弯，激荡的水声与心跳共振。绿水青山间的激情交响，是旅人们心照不宣的狂欢，也是百姓增收、生态变美的澎湃乐章，一路高歌向前。

体验高过河“激情漂”。
(景区供图)

专访

贵州财经大学教授杨春宇

打造贵州漂流 山地旅游新场景

贵州日报天眼新闻记者 陈曦

“贵州漂流既有天然资源，又有政策利好。当政策利好与天然资源深度碰撞，贵州漂流正以创新者之姿，激活避暑经济的一池春水，开辟出一条从绿水青山到金山银山的转化新路。”贵州绿色发展战略高端智库研究员、贵州财经大学贵州旅游产业化发展战略省创新团队负责人杨春宇教授认为，贵州漂流解码了避暑经济新密码。

贵州漂流正在释放经济乘数效应。杨春宇将其总结为三个方面：一是市场辐射效应持续扩大，形成多层次客群矩阵，如桐梓水银河漂流凭借“1小时直达重庆”的区位优势，吸引大量重庆客群，成为“黔避暑经济圈”的典型案例。二是产业联动效应显著增强，构建“漂流经济”生态链。在直接带动方面，漂流景区作为核心引擎，强力驱动周边“吃、住、行”等基础设施。在间接拉动方面，漂流装备制造、山地救援培训等关联产业快速发展。三是品牌价值持续提升，奠定“贵州漂流”IP地位。在全国漂流市场同质化严重的背景下，贵州漂流以差异化特色形成强辨识度，如施秉杉木河“矿泉水漂流”凭借可直接饮用河水成为生态避暑标杆。

这些成绩的取得，得益于贵州漂流采取新思路，实现了新突破。

杨春宇谈到，新思路可概括为底层逻辑重构，驱动创新裂变。具体来说，就是客群分层精准运营、文化赋能以及坚持生态优先发展理念。“在客群分层精准运营上，深入研究Z世代、银发族、亲子家庭、商务人士、深度文化爱好者等核心客群的核心诉求和消费习惯。针对亲子家庭，黄果树小黄鸭漂流设计了‘鸭鸭寻宝记’游戏。针对年轻群体，高过河推出‘漂流季票’。针对中老年及休闲客群，施秉杉木河打造‘缓漂+垂钓’组合产品。总之，通过千人千面的产品设计，满足游客的多元化需求，以实现对全客群覆盖。”

“贵州通过推动场景革命，重塑漂流体验维度，实现了新突破。”在他看来，自然