

新东方·大兴安岭自然教育基地。 张子坤 摄

新东方·大兴安岭自然教育基地

冬日的根河源国家湿地公园,白雪漫过林海,晨光为雪原镀上金边。驯鹿群踏雪而行,颈间铃铛声与林间鸟鸣相和,奏响优美冬曲。

在这片北纬50度的冰雪秘境中,崭新的“新东方·大兴安岭自然教育基地”标识牌与周围的白桦雾凇相映成趣。这抹崭新气象,彰显生态旅游与教育研学的深度融合,也见证着内蒙古森工集团在“十四五”期间深入践行“绿水青山就是金山银山,冰天雪地也是金山银山”理念,让林海雪原“冷资源”变成富民兴企“热经济”的精彩故事。

集团以生态旅游为抓手,通过体制机制改革、产品业态创新和开放合作赋能,将散落林间的旅游资源“珍珠”串成闪耀的旅游“项链”,走出一条生态保护与经济发展协同共赢的创新之路。

点绿成金 协同共赢

——内蒙古森工集团推动生态旅游高质量发展

□李鹏飞

▶ 绿意生金 生态价值转化成效显著 ◀

“我在广东省湛江市徐闻县的南极村旅游时,听说中国冷极村是最冷的地方,就立即动身从祖国的南端来到北端,也算是完成了我的一个心愿。”来自广东的陈先生在内蒙古大兴安岭林区真正体验了一次寻冷之旅。陈先生的体验折射出林区游客群的结构性变化——远方客群成为新常态。

“十四五”期间,内蒙古大兴安岭林区旅游经济指标连创新高,累计接待游客近300万人次,期末较期初接待游客量同比增长318%,收入同比增长649%,

生态价值转化成效显著。

品牌创建取得突破性进展,景区综合实力全面提升。满归伊克萨玛国家森林公园、阿里河相思谷景区成功晋升国家3A级景区;满归建成自治区级旅游度假区;冷极村入选“自治区乡村旅游重点村镇”;内蒙古大兴安岭(根河)自驾车旅居车营地晋升为“国家4C级自驾车旅居车营地”;莫尔道嘎国家级旅游度假区创建工作稳步推进。截至目前,集团已建成国家5A级旅游景区1个、4A级旅游景区

3个、3A级旅游景区2个,自治区级旅游度假区2个,国家4C级自驾车营地1个,国家级森林养生基地2个,森林特色小镇3个,为生态旅游高质量发展奠定坚实基础。

“守护绿水青山颜值,兑现金山银山价值,靠的是生态保护与旅游发展的协同发力,是文化与体验的深度融合,是体制机制与开放创新的同频共振。”集团旅游发展部部长王铁钢的话,道出了旅游双增数据背后的核心逻辑。

▶ 项目筑基 改革串起全域旅游链 ◀

“赏秋景、品美食,还能参加很多体验项目,收获满满。”北京游客田先生在内蒙古卡鲁奔国家湿地公园的打卡体验,印证着林区旅游业态的丰富升级。

据统计,2025年“十一”期间,林区旅游总收入较去年同期增长232.25%;累计接待游客7.33万人次,同比增长280.32%。莫尔道嘎国家森林公园每日接待游客超6000人次,观光小火车“一票难求”;根河源国家湿地公园游客量达1.36万人次,星空住宿、生态研学等多元业态受热捧;阿尔山金江沟温泉度假区的106间私汤客房早早就被预订一空。

这一系列亮眼成绩的取得,得益于集团以系统性思维推动林区旅游业向高质量转型升级的不懈努力。

集团通过整合生态资源、完善服务功能,逐步构建起“标准化的酒店体系、个性化的林宿体系、网格化

的露营地体系和差异化的服务体系”。以新业态培育为引擎,聚焦森林体验、自驾探秘、自然教育等核心方向,通过旅游项目建设布局全域旅游发展。阿尔山金江沟温泉度假区、金河冷极村,满归红豆林宿、伊克萨玛林宿和根河林宿,得耳布尔卡鲁奔露营地,内蒙古大兴安岭(根河)自驾车旅居车营地相继建成,形成“全域自驾”的生态体验网络,让“冷资源”转化为“热经济”。

同步推进莫尔道嘎森工公司白鹿岛度假区升级、安格林森林宿集与额尔古纳河界河码头建设,绰尔森工公司“古营河自驾车旅居车森林露营地”“一支沟研学基地”,阿尔山金江沟温泉度假区,大兴安岭康养社区等重点项目,持续丰富“自驾+休闲”“研学+体验”“康养+度假”等复合业态内涵。同时,积极推动闲置低效资产改造与转型,根河、满归、阿尔山等森工公司

挖掘闲置低效资产价值,将闲置办公楼开发用于集森林康养、生态研学、特色林宿于一体的复合型旅游服务载体,实现闲置资产高效再利用,补齐区域旅游接待功能短板。

“满归森度维景度假酒店红豆林宿项目,63间林宿都有独特的设计风格,融入了众多森工文化元素。”伊克萨玛旅游公司副经理石长欣介绍,这片由闲置办公楼和空地改造的林宿群,是内蒙古最北最大的林宿群,以“林海共生”的理念诠释着人与自然的和谐之美。

坚实的项目根基,为林区旅游体验升级与服务质量飞跃提供了有力支撑。当一个个特色林宿、温泉度假区与生态营地相继落成,林区旅游的吸引力已不止于自然风光,更源于精心打造的设施与不断丰富的业态体验。

▶ 合作赋能 创新驱动产业高质量发展 ◀

项目的“骨架”已然搭就,但要让旅游产业“气血充盈”,还需引入市场的“活水”。集团以打开山门的开放姿态,开启了一场以合作赋能产业升级的深刻实践。

“流线型的红色车身穿梭在林海间,软座椅宽敞舒适,还有内蒙古大兴安岭乌兰牧骑队员带来的马头琴、相声、歌曲、舞蹈等丰富多彩的节目,这趟旅行给我带来了太多惊喜。”旅客田庆云高兴地说。5月19日,呼伦贝尔森林之约·大兴安岭号天翼之旅列车从海拉尔站缓缓驶出,来自全国各地的60余名游客开启为期3天2晚的深度畅游林海之旅。

这是内蒙古森工集团携手呼伦贝尔市人民政府、中国铁路哈尔滨局集团联合打造的文旅力作,也是集团构建开放合作体系的一个缩影。

在机制革新方面,集团全面融入《大兴安岭国家旅游风景道规划》《内蒙古大兴安岭旅游发展规划》,与呼伦贝尔市建立旅游一体化协同发展机制,联合呼伦贝尔市、兴安盟、大兴安岭地区、大兴安岭林业集团成立大兴安岭旅游联盟,凝聚“三地五方”合力,打响“大兴安岭”旅游品牌。集中资金、力量打造阿尔山、莫尔道嘎、根河、金河、绰尔、满归、得耳布尔7个重点旅游景区,构建起以“G331黄金线”串联的南北旅游双环线,推动旅游形态从传统观光向“自驾穿越、特色林宿、自然教育、森林康养”多元转型。

在建立市场化运营机制方面,集团引入中旅集团、新东方文旅集团、众信旅游集团、携程等专业旅游

运营管理团队,提升景区、酒店运营效率与服务水平。2025年,集团与中旅集团、新东方文旅集团签署6项合作协议,涵盖酒店管理、景区运营、自驾旅游等领域。阿尔山、绰尔、金河、满归、莫尔道嘎森工公司与中旅集团达成合作,打造具有林区特色与高端服务水平的度假酒店集群,形成“森度假”与“维景度假”双品牌联动模式;根河森工公司与新东方文旅集团签署合作运营协议,全面提升产品品质、品牌质量和运营质量。

在产品创新方面,集团深入挖掘林区文化内涵,开发“抬木头、喊号子”等充满林区记忆的活动项目,推出“认养一头驯鹿”“桦皮工艺”等鄂温克文化体验,让森林文化与民俗风情成为核心吸引力。联合新东方文旅集团打造“大兴安岭自然教育学校”,以根河主校区为中枢辐射多基地,将生态保护理念融入旅游体验。针对冬季特色,通过“破冰之旅”冬季越野系列活动、“冷极英雄挑战赛”“泼水成冰”等特色项目,将极寒气候转化为独特旅游IP,激活冬季旅游市场。

在营销推广方面,集团以“内蒙古大兴安岭,森林深处的诗与远方”为核心定位,构建特色鲜明的品牌体系。借助抖音、小红书等新媒体平台,用短视频、直播展示林区四季美景与民俗文化,精准触达潜在客群。举办“杜鹃花海赏花季”“森林童话节”“中国冷极节”“雪地摩托英雄会”等品牌活动,积极参加国内旅游展会、推介会,与各地旅行社、旅游平台建立合作关系,持续拓展客源市场,让内蒙古大兴安岭

林区成为国内外游客向往的生态旅游目的地。

在宣传赋能上,集团紧扣“绿水青山就是金山银山”发展理念,以数字化转型为突破口,创新构建“线上数字化引流、社会面数字化造势、体验端数字化增效”三维数字化宣传赋能体系,通过技术创新、渠道整合、场景升级,让林区文旅从“被动推介”变为“主动吸客”,从“流量热度”转化为“口碑效益”。

2025年,线上数字化引流实现了“破圈传播”,内蒙古大兴安岭林区文旅知名度与影响力大幅提升,截止到目前,内蒙古森工集团已在国家、省级主流媒体刊(播)发旅游相关新闻超1000篇(条),总点击量突破2亿次,其中“大兴安岭停伐十年”主题宣传涵盖生态保护及旅游产业发展宣传,全网传播量超2100万人次,新华社英文稿件被20余家境外主流媒体采用。数字化内容的广泛传播直接带动了游客预订量的激增,“大兴安岭号”旅游班列宣传后,行程预订量大幅上涨,根河源国家湿地公园、莫尔道嘎国家森林公园等核心景区年接待游客量同比增长35%以上,线上渠道预订占比从原来的15%提升至40%,实现了“流量”向“客流”的高效转化。

“十四五”期间,内蒙古森工集团用实打实的效果,践行着“绿水青山就是金山银山,冰天雪地也是金山银山”的理念。展望“十五五”,集团会持续让绿水青山的“底色”愈发鲜亮,金山银山的“成色”愈发厚重,在文旅融合的画卷上,绽放出自然之美与产业活力交织的灼灼光华。



内蒙古森工集团与中国旅游集团加快推进合作。赵兴祖 摄



开展研学活动。 王刚 摄



国庆节期间,莫尔道嘎国家森林公园观光小火车迎来接待高峰。 王冠宇 摄



满归红豆林宿。 姜文宇 摄