

别样庐山

本报全媒体记者 刘小荣 尹晓军 周亚婧



此山茶敞。 通讯员 韩俊恒摄

别样的夜

庐山的夜，分得清“静”与“闹”两种心境。

静处，且往高处去。伫立山巅，夜色像一匹丝滑的绸缎。近处，九江城的万家灯火次第亮起，八里湖的粼粼波光与长江的一线银练在脚下蜿蜒；极目远眺，竟能望见江汉平原上城市灯火明明灭灭，据说这是庐山第一高峰——海拔1474米的汉阳峰的名称由来。

闹处，则往街里走。山的另一面，是喧腾的市井生趣。山下城市华灯初上，万般景致尽收眼底。“预约了好几次才订到，但非常值得。网友说这里是‘中式留白美学天花板’，果然名不虚传。抬头是云海茶山，低头是人间烟火，随手一拍都是大片。”广东游客陈嘉欣说。

“除了爬山和避暑，还能在庐山干点啥？”过去，这几乎是每一名上庐山的游客都会思考的问题。

凭借得天独厚的自然和人文资源，高辨识度和强观光性成为庐山最坚固的“护城河”。历史上，先后有3500余名文人墨客到访庐山，留下超1.6万首（篇）诗文，“匡庐奇秀甲天下”享誉海内外。

然而，和许多传统景区相似，“进入—观赏—拍照—离开”的同质化观光旅游模式，早已满足不了游客日新月异的需求。面对旅游市场的新变化、新趋势，庐山如何跳出“门

票+观光”的老路，让游客留下来、玩起来、还想来？

如今，这个问题的答案正变得丰富起来。

入夜的牯岭街，客流熙来攘往。旅游旺季，夜间特定时段牯岭街部分路段实行“让路游客”，所有车辆禁行，街区化身步行街，夜市、音乐舞台、街头快闪等活动常态化上演。中秋、国庆假期，“庐山恋歌”音乐会、无人机表演、国风巡游等活动精彩纷呈，李白、杜甫、白居易等角色的NPC随机“刷新”，与游客对诗、集章。来自甘肃的游客黎女士拿着刚领到的小红旗，在人流中笑意盈盈：“我一路走来，路上的风景都非常漂亮，街上装饰了国旗和红灯笼，国庆氛围特别浓厚。我们还和NPC互动了，很有意思。”

从街心公园观景台往下望，夜幕下的云庐天街流光溢彩，甚是好景。

8月29日，庐山云庐天街品牌签约活动举行。该项目占地面积2万余平方米，是庐山景区内唯一大型综合性文旅商业综合体，规划布局了特色餐饮、文创零售、非遗手作、度假酒店、沉浸式演艺等业态。“项目已签约一批国内连锁品牌和本土特色品牌，未来将持续加大招商力度，打造沉浸式文旅度假小镇、庐山文化会客厅和牯岭夜间休闲消费聚集地。”云庐天街运营代表、北京伟光汇通文化旅游发展有限公司总裁

王锡福说。

环山景区同样热闹。中国（庐山）杏林文化园内，融合传统国风与现代光影科技的“杏林仙会”夜游活动，为游客献上一场视觉盛宴。湖面波光粼粼，高空威亚之上，“仙子”踏着“凌波微步”翩然而至；亲水舞台上，舞者踏水而舞，水花与灯光交织。岸边游客摩肩接踵，纷纷举起手机记录美丽瞬间。

作为庐山深化文旅融合、提振文旅消费的重点活动之一，“杏林仙会”以杏林文化为内核，将中医药文化、国风演艺、山水园林与光影科技有机融合。游客在观演之余逛市集、品美食、购文创，让夜间“流量”转化为文旅消费“留量”。

“月月有主题、周周有活动”成为庐山常态。今年暑期，庐山开展了“诗耀中华 问道匡庐——2026庐山诗会”“中国庐山诗会（第二季）”“名人名家名医上庐山”等活动；推出“来庐山·清凉一夏”云中纳凉生活季主题活动，以及“高校新生免费”“教师、医护人员免门票入园+幸运大礼包抽奖”“全球学子背诗词免门票”“百万文旅消费券开抢”等文化惠民举措。同时，三叠泉夜爬、大型情境式旅游演艺“恋上庐山”等新业态陆续推出，进一步丰富文旅市场供给，让深厚文化蕴于山水日常间。

别样的游

在海拔1200米的此山茶敞，翠绿茶垄顺着山势层层铺展。晚风穿林，山野清旷，游客闲坐观景台，远眺长江与九江城市天际线，一边煮茶闲话，一边等待日落。7月10日开园以来，这个咖啡馆、观景平台、茶园于一体的新型文旅空间，迅速成为庐山的网红新场景。

一杯香茗，一段慢时光，让游客不仅愿意来，更愿意留下来。“我们茶园的名字来自‘只缘身在此山中’，‘敞’既是敞开视野，也是敞开心灵，希望游客在这里放松心情，享受自然，爱上生活。”此山茶敞负责人程作源说。

此山茶敞属于庐山市牯岭镇胜利社区集体资产，4月，通过庐山市农村产权交易中心平台，面向社会公开招租，引入市场合作伙伴，以市场化投资打造品质景观茶园。茶园依托特色场景，拓展茶叶采制、茶饮休闲、茶衍生品销售等体验项目，构建起“茶叶种养加工+文旅休闲消费”一体化农文旅融合链条，自运营以来累计接待游客超5万人次。

“庐山不缺好山水，缺的是好创意。”庐山市、庐山管理局主要负责人表示，庐山计划打造50个美学景观，让云海翻涌、茶香氤氲等自然美景从“被观看”变为“可体验”。

据统计，国庆假期，庐山交通索道购票人数7.18万人次，

旅游观光车购票人数11.95万人次。有了好的体验，游客不再只是上山、拍照、下山，而是在山间“动”了起来。

提升游客体验感，同样要在细微之处下功夫。国庆假期前几天，正逢阴雨天气，庐山各游客服务站点提前准备雨衣、雨伞等便民物资，为游客送上热姜茶与庐山特色茶饼。庐山交通索道优化摆渡车上车方案，引导游客在遮雨避雨区域直接登车，减少露天行走；现场准备充足一次性雨衣免费发放，设置特殊人群绿色通道。庐山旅游观光车股份有限公司出动全部运力，动态优化发车节奏、提升车辆周转效率、延长运营服务时间，全力保障游客安全有序出行。

别样的悠

从庐山别墅群拾级而上，山林愈发清幽。松陌民宿隐于松林之间，站在客房阳台，松枝触手可及，满目苍翠，静谧悠然。

民宿茶室内，店长助理宋磊正拿着自制的庐山手绘地图，为游客讲解路线。“游客问得最多的，是景点路线、观光车停靠站点这类问题。只要客人有疑问，我们都会耐心解答。”在宋磊看来，民宿与普通酒店最大的差异在于人文温度：“我们手绘地图上的每一条路线都经过实地徒步踩线。民宿管家基本可以实现一对一服务，精准响应游客的个性化需求。”

游客愿意“买单”的，不只是一张门票，更是庐山独有的山林意境、松弛氛围与自然美学体验。

松陌民宿在设计之初，便有意把“悠景”让给山林，把“悠闲”留给顾客。“民宿40%的空间都规划为公共区域，客人足不出院，便能沉浸式感受庐山山水意趣。我们还会定期策划特色体验活动，例如山野自助烧烤、户外私汤、围炉冰茶，还有闻香品茗、手工DIY、卡牌游戏等。”宋磊介绍，民宿客源多来自广东、福建、江苏等地。不少游客自带酒水鲜果，一连住上好几天。他们常常坐在阳台，观云、听风、品茶、看书，不为打卡景点，只为静养度假。

从“游”到“养”，一张大门票，换来的是慢下来的脚步，和一段值得回味的山居时光。

庐山森林覆盖率超90%，山上夏季平均气温26℃。“整座山就是一个城市隔离带，晚上有松涛、溪流和鸟鸣等白噪声作伴，再紧绷的神经都能自动松绑。”江西省庐山人民医院副院长、庐山睡眠中心负责人查代浪说。

2025年，庐山睡眠中心正式运营，依托九江学院附属医院三甲医院医学专科实力，开展睡眠诊疗，将康养与生态疗愈、医养、美食、研学旅游等结合。同时，推出“好眠律动·睡眠疗愈营”，由资深医师面诊辨证，建立专属睡眠健康档案。

除运动和膳食改善外，庐山睡眠中心采用国际公认的CBT-I失眠认知行为疗法，搭配中医经络理疗、自然光照调节，

帮助修复紊乱的生物钟。体验者睡觉时佩戴专业设备监测数据，第二天医生根据“睡眠报告”进行复盘，深睡多久、浅睡多久、夜醒几次，睡眠状况一目了然。经过闭环式、沉浸式调理后，体验者普遍表示入睡耗时明显缩短、夜间醒转大幅减少。

在旅游市场竞争越发激烈的今天，“天生丽质”的庐山“不吃老本”，推出“悠学、悠品、悠宿”三大子品牌，把千年文脉、生态资源转化为可感知、可参与、可带走的体验。

“悠学”以白鹿洞书院、庐山诗词碑林、万国别墅等资源为依托，打造人文研学、自然科考、历史研修三大产品体系，目前已推出9个标准化研学点、4条精品线路、20套个性化产品。“悠品”整合庐山高山生态农产品、云雾茶、非遗手作、诗词文创等资源，让庐山文化可看、可触、可带走。目前，13家“庐山悠品”线下门店已覆盖核心游览区域，开发“山有味、山有品、山有韵、山有礼、山有爱”五大系列共540余款产品。“悠宿”依托万国别墅群落和牯岭云端小镇，构建梯次化、品质化、主题化旅居体系，让“上山小住、云端慢养、避暑休闲”成为庐山最鲜明的度假标签。

金秋时节，庐山层林尽染，云海依旧。这座千年名山持续擦亮“庐山天下悠”品牌，向着世界级旅游目的地稳步前行，静待更多游人奔赴匡庐秋色，在山水诗意图邂逅匡庐的温柔。

记者手记

可反复抵达的生活

采访庐山，最大感受是，山还是那座山，但发展的思路变了。过去，庐山靠天赋吃饭；如今，庐山更在意游客为何留下、如何再来。

这一步难在，资源越顶级，越容易依赖原来成功的经营模式。然而，庐山没有撕掉“观光目的地”的标签，而是给自己打上更多的标签，将门票做减法，把业态做加法。赛事流量被导入景区，夜晚被做成消费场景，茶园、民宿、康养、研学等被串珠成链……表面看是活动多了、业态新了，实质是重新回答了游客的时间如何被尊重、情绪如何被安放、消费如何自然发生的问题。

其中，我们尤为关注两大亮点：一是要“留客”先“留心”。从一杯热饮

到一条绿色通道，服务好不好决定了口碑好不好。文旅市场竞争到最后，是比谁更懂游客的需求。二是“热闹”必须有根源。夜游、音乐、市集可以引流，但若游离当地文脉与生态，就会沦为千篇一律的布景。庐山拥有独特的自然风光、千年文脉和“悠然”的松弛感，关键要把它们变成可体验、可消费、可带走、可回味的内容。

再好的景色，总有看腻的一天。所以，庐山真正要经营的，是可反复抵达的生活。景区转型最怕最后变成“堆业态”，看似热闹，实则同质。庐山真正的“护城河”，不在有多少新项目，而在把云海、瀑布、诗词、书院、别院、康养等独有资源，通过一个个好项目转化为别人复制不了的内容。

别样庐山的经验告诉我们，只有让文化有温度、生态有价值、服务有记忆，才能让旅游景区从“网红”走向“长红”。

一条索道，让“跃上葱茏四百旋”成为过去。七八分钟扶摇而上，山脚的喧嚣尚在身后，牯岭街已在云雾中相迎。

一部电影，让无数个夜晚有了去处。《庐山恋》四十余载光影不熄，把一段缱绻深情留给青山白云。

一个电影周，让整座山成了露天片场。山风为歌，云海作幕，游客与星光同赴一轮山间月色。

一场音乐节，让3万乐迷齐聚鄱阳湖畔。千年名山注入跃动脉搏，焕发青春活力。

……………

今日之庐山，已然换上了“新表情”。

国庆假期虽结束，庐山牯岭街依旧游人如织。街心公园观景台上，来自上饶的球迷张惠容举着手机，和家人一起打卡拍照。“之前我们全家在上饶主场看了赣超比赛，这次特意错峰来庐山旅行。凭票根还能免门票，太值了！”她笑着说。

不久前，2026年江西省城市足球超级联赛落下帷幕，庐山随即送上专属礼遇：2026年10月10日至11月10日，全国各地赣超球迷凭本人2026赣超有效实名制票根及身份证原件，可免庐山核心区、秀峰、观音桥、三叠泉、白鹿洞书院、碧龙潭、桃花源景区门票。

一届球赛与一座名山的联动，背后是庐山从“门票经济”向“综合经济”转型，以业态引客、以服务留客的缩影。今年中秋、国庆期间（9月25日至10月7日），庐山市闸机客流达169.20万人次。刚刚过去的暑期（7月至8月），庐山市闸机客流达617.71万人次，同比增长20.14%。

好山好水之外，究竟是什么让庐山近悦远来、人气年年攀升？记者走进庐山，寻找一份别样的答案。

一线观察



庐山如琴湖。通讯员韩俊恒摄