

六月的伊犁，天山雪线一日日退去，伊犁河谷用心接纳夏日的热情。吐尔根的野杏花刚刚落完，霍城薰衣草的紫色花海已在地平线翻涌；那拉提的草尖绿得透亮，喀拉峻的“人体草原”在晨光中绵延起伏；伊宁市六星街的手风琴声穿过满架蔷薇，馥郁的香气混着丁香与桑葚的甜，飘荡在每一位过往旅客的心田……

如果您曾在十年前亲见过这里，不会想到，曾经静美的“塞外江南”，如今会以如此磅礴的姿态，将山水、文脉与人间烟火整合，锻造成一项千亿规模的支柱产业，把“不到新疆不知祖国之大，不到伊犁不知新疆之美”的一个地理感叹，变成每年近亿人用脚步和热情投票的时代答案。

▶ 昭苏夏塔景区 赖宇宁 摄

▶ 伊犁老城文化旅游区 张进峰 摄

▶ 伊宁市六星街歌舞表演 刘成刚 摄

▶ 伊犁河畔“秦淮灯会” 张庆华 摄

▶ 巩留库尔德宁景区 赖宇宁 摄

▶ 伊宁县天鹅泉景区 赖宇宁 摄

▶ 新源那拉提花海 赖宇宁 摄

▶ 霍城薰衣草基地 赖宇宁 摄



锚定目标步履铿锵 山河为墨书写华章

——伊犁州全力冲刺千亿级文旅产业综述

伊犁融媒体中心记者 何荣



昭苏湿地公园天马飞雪 袁玉龙 摄

蓝图锚定 久久为功 一张规划绘到底的战略定力

回望伊犁文旅的“千亿之路”，并非一日之功。早在2013年6月，《伊犁河谷旅游发展总体规划》修编便将伊犁定位为“世界级精品旅游目的地和国际一流的休闲度假胜地”。此后，从2015年旅游收入首次突破百亿元大关，到2018年召开旅游发展大会成立领导小组，到2019年举办第一届全域旅游发展大会谋划河谷景区共建……伊犁一直在做同一道题：如何让这片占新疆总面积不到三分之一的土地，承载起远超面积比例的目光与梦想！

2024年3月，在伊犁旅游产业发展大会上，“加快打造千亿级旅游产业”被正式确立为核心战略目标，写入自治州“2+10+X+N”产业体系布局的

关键一环，提出到2028年旅游综合收入突破千亿的蓝图。

自此，一张蓝图开始以战略定力层层铺展——高位统筹、规划牵引、项目落地、业态创新、品牌营销、服务兜底——“六箭齐发”。

2025年，伊犁州直累计接待游客达到9200万人次，实现游客花费890亿元，分别同比增长9.3%和26.2%；游客人均消费水平攀升至960元，疆外游客占比达到13.6%，市场结构持续优化。而在今年1月召开的伊犁州第十五届人民代表大会第五次会议上，文旅产业被明确锚定为自治州两大“千亿级产业”目标之一。

从890亿到撞线千亿，伊犁人只争朝夕。

山河为卷 文脉铸魂 以文塑旅 让风景长出根系

伊犁的文旅底气，从来不只源自风景。伊犁州直有天然草场2000多万公顷，森林188万公顷，绿色空间覆盖率达到72.6%，草原无垠、林海苍茫、雪峰巍峨。让游客把心留下的，还有那些嵌在风景里的故事：张骞出使西域的马蹄声、细君和解忧公主远嫁乌孙的车辙印、林则徐踏勘水利的足迹、锡伯官万里西迁的家国情怀……

近年来，伊犁州将旅游业作为铸牢中华民族共同体意识的重要载体，把共同体理念刻进景区解说词、演艺剧目乃至旅游标牌：《解忧公主》《天山问渠》等精品歌舞剧引人入胜，各县市设置常态化演艺点20余处，年开展文化展演超5000场次；州博物馆成功创建为国家4A级旅游景区，林则徐纪念馆、天马文化博物馆跻身3A级行列，六星街亚历山大手风琴珍藏馆等7家博物馆挂牌自治区特色博物馆……博物馆从殿堂走进生活场，把文脉从陈列柜具象延伸到了寻常巷陌。

真正的文旅融合，不是给风景贴文化标签，而是让文化成为风景本身的骨骼与血肉，向上入脑入心，向下根系蜿蜒：在六星街和伊犁老城文化旅游区，巴扬艺术、手工冰激凌等非遗项目“活态”嵌入街巷肌理；68个新型文化空间：城市书房、文化驿站、石榴籽书屋、民宿书屋等把“读一座城”和“逛一条街”变成同一件事；一首《可可托海的牧羊人》唱出了一个“有故事的伊犁”，一曲《苹果香》引爆全网带火一座城；诸多音乐IP正在把旅游目的地地的竞争，从景观层升级到情感层和文化层。

伊犁的特殊，在于它不只是一幅风景，更是一扇窗。

作为向西开放的“桥头堡”，一头连着国内市场，一头连着中亚、西亚及欧洲市场。伊犁拥有3个国家一类通关口岸、西北唯一的国家对外文化贸易基地、中哈霍尔果斯国际边境合作中心，以及新疆自贸试验区霍尔果斯片区。

2025年，霍尔果斯口岸出入境游客超163.8万人次，同比增长23.2%；合作中心出入境人数达999.17万人次，同比增长31.59%。全国首例NFT国门主题数字资产的发行，霍尔果斯版权交易中心平台的搭建，4家游戏公司海外发行7款游戏实现营收6.63亿元，中医药标本展示馆等跨境康养载体吸引8家药企布局中亚市场——伊犁正在以文旅为先锋，以“文化出海”的面貌在“跨境消费”的赛道上一马当先。

中哈霍尔果斯跨境旅游合作区备忘录签署、中亚跨境旅游合作论坛举办、首届新疆（中国·中亚地区）旅游贸易与投资年会落地……跨境文旅已从概念走进协议文本，从协议文本助推客流变成“现金流”。

匠心筑基 富民为本 22万张床位以及10万个就业岗位

千亿级产业的根基，存在于河谷每一张增加的床位、每一间改造的民宿、每一个端稳“旅游饭碗”的家庭。

“十四五”以来，州直累计实施500万元以上重点文旅项目257个，完成投资163亿元，新建旅游厕所258个、停车场177处、通信基站109个，旅游承载力“水涨船高”。截至目前，州直接待床位突破22万张，餐饮企业达35026家，旅行社发展到283家，航空通达城市37个……愈发绵密的接待网络，助力八方游客“进得来、散得开、住得下、玩得好”。

而更深层的变化在人的层面：州直民宿发展到3639家，星级农家乐475家（接近全疆总量的三分之一），成功培育农文旅融合专业合作社33家，推动60余件特色产品入选“伊犁礼物”名录，打造“非遗好物·国潮焕新”特色消费品牌，直接带动就业超10万人。哈萨克族汉子海拉提·对山曾是那拉提草原上的一名普通牧民，如今他放下了挥了半生的牧鞭，在镇上开起了“山里美”餐厅。他将祖辈传承的熏

马肠、风干肉技艺搬进厨房，把“游牧”变成了“游居”，夏天收入轻松过10万元，冬天也不再“猫冬”，而是忙着研发雪地火锅，让暖烟在零下几十摄氏度的河谷深处袅袅升起。

在这幅画卷里，色彩不止于草原的绿与雪山的白。

在伊宁市六星街，年逾七旬的俄罗斯族老人亚历山大·扎祖林，将自家院落改造成手风琴珍藏馆，悠扬的巴扬琴声吸引了无数游客驻足，化普通民居为打卡地，让古老的技艺有了传承的底气。

在霍城县晃晃村，回族小伙小龙敏锐地捕捉到了薰衣草产业的商机，从单纯种植转型为精油加工与电商销售，把“紫色经济”通过互联网推送到全国各地，带动周边数十名乡亲在家门口就业。

在伊犁，汉族司机转型为金牌导游，在伊昭公路讲述家国情怀；维吾尔族大叔在六星街的蓝色庭院里，让打馕成为沉浸式文化表演……伊犁文旅的真正目的，是让世代生长于斯的各族群众成为旅游最大的受益者。

向西开放 破圈出海 从“塞外江南”到“亚欧客厅”

伊犁的特殊，在于它不只是一幅风景，更是一扇窗。

作为向西开放的“桥头堡”，一头连着国内市场，一头连着中亚、西亚及欧洲市场。伊犁拥有3个国家一类通关口岸、西北唯一的国家对外文化贸易基地、中哈霍尔果斯国际边境合作中心，以及新疆自贸试验区霍尔果斯片区。

2025年，霍尔果斯口岸出入境游客超163.8万人次，同比增长23.2%；合作中心出入境人数达999.17万人次，同比增长31.59%。全国首例NFT国门主题数字资产的发行，霍尔果斯版权交易中心平台的搭建，4家游戏公司海外发行7款游戏实现营收6.63亿元，中医药标本展示馆等跨境康养载体吸引8家药企布局中亚市场——伊犁正在以文旅为先锋，以“文化出海”的面貌在“跨境消费”的赛道上一马当先。

中哈霍尔果斯跨境旅游合作区备忘录签署、中亚跨境旅游合作论坛举办、首届新疆（中国·中亚地区）旅游贸易与投资年会落地……跨境文旅已从概念走进协议文本，从协议文本助推客流变成“现金流”。

“停留消费”，文博场馆要从“参观”变为“沉浸式消费场景”。更重要的是，我们要把规范做到极致——价格监测、马队服务标准、投诉处置闭环，这些看起来是一些“不足道”的小事，恰是实现千亿级产业的底层肌理。”

有人说，伊犁的美：天山的雪、草原的绿、薰衣草的紫，随便截取一帧都能做壁纸。

但伊犁州用十余年的实践证明：真正可持续的美，恰恰需要最长久的谋划。行至2026，伊犁把风景变成了产业，把产业变成了惠及各族百姓的生计，把河谷的颜值，锻造成了区域经济高质量发展的硬实力。它表达了这样的理念：最美的风景，永远是人，是那些把蓝图一笔一画落成现实的人，是那些在自家门口端稳“旅游饭碗”的人，是那些让每一缕草原的风都带上文化温度的人。

四季皆景 全域焕彩 把“半年闲”熬成“四季火”

曾经，伊犁旅游的短板非常明显：6月至9月人山人海，10月至次年5月门可罗雀。“半年闲”困扰了这片土地太久。

破题的钥匙，是“全域、全季、全时、全龄、全业”。

春，以“春伊盎然”赏花线路为牵引，吐尔根杏花旅游季等一批标志性农文旅活动，硬是把州直旅游旺季提早一个月拉开序幕，游客在伊犁停留时间较“十三五”末提升40%。

夏，以独库公路、伊昭公路等风景廊道为轴，打造伊犁河谷旅游环线，自驾游景区发展到13家，自驾游占比飙升至近80%——伊犁自驾游迈入全国第一方阵。

秋，层林尽染的库尔德宁、世界自

然遗产喀拉峻、昭苏万亩油菜花田的“油画”质感，让摄影者和徒步者甘愿在旅游旺季“挤”入行程。

冬，则是最令人叫绝的翻转：精心打造的6条精品冰雪线路和10大冰雪旅游产品，培育出“秦淮灯会”“天马冰雪文化旅游季”等冬季品牌，那拉提哈茵赛滑雪场、福寿山滑雪场等高标准滑雪场次第建成，昭苏湿地万马奔腾的画面，经由不同平台传向万千大小屏幕，化“冷资源”为“热经济”。

“春赏花、夏自驾、秋民俗、冬冰雪”不是简单的产品叠加，而是对伊犁河谷时空资源的系统性重构；游客不再只是“路过”，而是“留下”；旅游不再只是“诗与远方”的季节性“脉动”，而是成为四季不息的经济“心律”。

冲刺之年：2026，何以“千亿”？

站在2026年新疆旅游发展大会的时间节点回望，伊犁文旅的每一步都不是在“真空”里完成：它是战略规划与基层创新的共振，是自然禀赋与人文深耕的耦合，是“文旅兴州”四个字被一届届班子、一代代从业者用项目、用汗水、用一次次对细节的“死磕”造就的“如画”长卷。

谈到2026年冲刺千亿级产业的新打算，伊犁州文化广播电视和旅游局党组成员、副局长胡江杰在接受采访时表示：“2026年我们将紧盯旅游安全、基础设施、产业发展、服务质量‘四个重点’，继续做大增量、做优存量、做精变量。一方面，持续推进高等级酒店、精品民宿、风景道服务站、智慧旅游等新基建的补链强链，确保承载力跟得上人流的爆发；另一方面，在‘旅游+’上走深一步，比如马文化产业链要从骑乘体验延伸到赛事、文创、餐饮全链条，跨境旅游要从‘过境’升级为

“沉浸消费”，文博场馆要从“参观”变为“沉浸式消费场景”。更重要的是，我们要把规范做到极致——价格监测、马队服务标准、投诉处置闭环，这些看起来是一些“不足道”的小事，恰是实现千亿级产业的底层肌理。”

有人说，伊犁的美：天山的雪、草原的绿、薰衣草的紫，随便截取一帧都能做壁纸。

但伊犁州用十余年的实践证明：真正可持续的美，恰恰需要最长久的谋划。行至2026，伊犁把风景变成了产业，把产业变成了惠及各族百姓的生计，把河谷的颜值，锻造成了区域经济高质量发展的硬实力。它表达了这样的理念：最美的风景，永远是人，是那些把蓝图一笔一画落成现实的人，是那些在自家门口端稳“旅游饭碗”的人，是那些让每一缕草原的风都带上文化温度的人。

特克斯喀拉峻景区 高旭 摄