

中国长城旅游创新发展 40 年

中国旅游协会长城分会

长城是我国重要的文物资源和旅游资源，长城旅游的发展既有我国旅游业发展的共性特点，同时由于长城资源的特殊性，也形成了自己独特的发展轨迹。从 1979 年八达岭长城开始实行凭票登城游览，到 1987 年万里长城被列入《世界遗产名录》，再到 1999 年国务院公布《全国年节及纪念日放假办法》；从 2006 年国务院制定《长城保护条例》并公布实施，到 2016 年《中国长城保护报告》发布，再到如今长城国家文化公园如火如荼建设，长城旅游经历了 40 年的风风雨雨。1984 年，老一辈领导人“爱我中华 修我长城”的题词，把长城事业推进到了新的历史阶段。40 年间，长城旅游在奋进中获得了宝贵经验，在起步、探索、提升、筑基、创新等阶段不断进步。2024 年 5 月 14 日习近平总书记写给八达岭长城脚下的石峡村的一封回信，再次唤起了全社会对长城文化和长城旅游的关注，同时也让长城旅游获得新的发展契机。

一、起步

发生在 20 世纪的“改革开放”使旅游业迎来发展机遇，长城旅游也进入起步期。除了文物保护、外事接待等工作，一些条件较好的长城点段已经有意识地发展长城旅游。这一时期对游客开放的景区包括山海关景区（1979）、八达岭长城景区（1979）、老龙头长城景区（1986）、慕田峪长城景区（1988）、大境门景区（1988）、张家口堡（1988）等。

1、设立旅游工作管理机构

早期的长城旅游管理机构非常少。八达岭长城进行了成功尝试，为我国其他长城点段发展旅游提供了宝贵经验。1981 年 6 月 1 日，北京市人民政府决定成立八达岭

特区办事处，为延庆县人民政府的派出机构，管理辖区内的文物古迹、自然环境和旅游工作¹。

1983年，为更好开发建设金山岭长城，河北省滦平县成立了金山岭长城管理处；1985年10月，怀柔县人民政府批准成立慕田峪长城旅游区管理处。旅游管理部门的设立标志着长城功能从外事接待向旅游转变，长城旅游逐步进入正轨。

2、重视长城旅游发展的基础

长城文物是长城旅游发展的基础，自1984年“爱我中华 修我长城”题词以来，我国长城保护进入了新阶段。该阶段长城保护工作主要法律依据是1982年11月19日第五届全国人民代表大会常务委员会第二十五次会议通过的《中华人民共和国文物保护法》。八达岭长城、山海关老龙头长城、慕田峪长城、金山岭长城等保护修缮工程，对长城的有效保存以及社会各界对长城形象的认知起到重要作用。北京司马台长城的修缮，也对长城历史文化风貌的“最小干预”进行了探索。各个长城点段的保护实践，都为长城旅游发展打下了基础。

3、开展旅游项目建设

在长城旅游发展的起步阶段，长城旅游的基础设施和游览设施开始建设，同时结合长城文化以及地方文化丰富了游览内容，推进了景区发展。在此期间，为推进景区的开放，相关景区积极推进游客中心、停车场、游步道等的建设；同时，山海关景区建设了文化广场项目，为展示山海关历史文化、举办节庆活动和集会提供了场所；八达岭长城景区、慕田峪长城景区建设了索道，大大提高了游客的便利性和景区的游客承载能力；八达岭长城景区还建设了詹天佑纪念馆，展示了詹天佑先生在各个不同历史时期的爱国表现和思想发展；黄崖关长城景区分别于1987年建设了百将墨迹碑林，1988年建设了百家碑林，进一步丰富了长城旅游的内容；嘉峪关长城博物馆1988年10月建成，1989年2月开馆，是我国第一座以长城历史文化为专题的博物馆。

长城相关景区的项目建设不仅丰富了游览内容，为游客提供了便利，也为其他长城景区的发展提供了宝贵经验。

4、进行市场营销

这一时期，由于国内旅游需求不足，旅游市场尚未发展起来，长城旅游相关景区的市场营销意识也比较弱，营销方法单一。但也进行了有益探索，取得了一定成就，使得游客认识到长城不仅是古老的、长长的城墙，还有许多优美景色，具有重要的游览价值；也使游客认识到长城不仅是中国的长城，还是世界的长城，具有非凡的人类文化价值。

作为长城旅游排头兵的八达岭长城，积极开展市场营销，提高了景区的知名度和美誉度。1982年，八达岭长城被国务院批准为首批国家重点风景名胜区；1986年10月9日，八达岭长城景区“燕塞雄关”被评为北京十六景之一；1987年10月1日，八达岭长城被评为“北京新十六景”之一。与此同时，万里长城作为整体也获得了广泛赞誉，1987年，长城被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》。

二、探索

经过起步期的积累，长城旅游有了一定基础。1990年后，我国旅游业逐步进入平稳发展时期。1995年，双休日制度开始实行，包括长城旅游在内的国内旅游规模逐渐扩大，“大众化”“平民化”长城旅游市场开启。

1、探索长城保护与开发相统一的路径

长城旅游开发与长城文物保护是对立统一的关系。这一时期，我国确立了社会主义市场经济的发展目标，全国上下聚焦在经济发展上，有些地方对经济效益的追求与保护长城的责任产生了一定程度的冲突，还发生了取材性、建设性破坏长城事件。

与此形成对比的是，更多的长城旅游景区努力探索保护优先，保护与开发相统一的路径。比如，根据首都规划委员会批准的景区总体规划，北京延庆八达岭提出还长

城以古朴原貌，突出长城历史特色，优化景区环境，加强景区基础设施建设，进行统一规划管理的工作方针；河北秦皇岛山海关坚持以规划为龙头，多次聘请专家和权威部门进行指导，编制了《山海关文物景区近中远期发展规划》《山海关古城控制性详细规划》³。

2、探索长城旅游供给内容和服务质量

随着各级政府对经济增长的日益关注，由于旅游对周边地区经济发展的综合带动作用显著，长城旅游也成为发展经济的重要产业，镇北台景区（1990）、司马台长城景区（1990）、水关长城景区（1995）、居庸关长城景区（1998）、鹫峰山自然风景名胜区（1998）等相继投入运营，山海关长城博物馆（1991）、中国长城博物馆（八达岭，1994）、山丹县长城文物陈列馆（1997）等相继开馆。

除了中国长城博物馆，八达岭长城在这一时期还新建了长城全周影院，开辟了夜长城游览项目，修建了 3000 平方米大型现代化停车场和 15 座现代便捷厕所。新植各种林木 20 多万株，绿化率由原来的 33%提高到 50%。1997 年八达岭高速公路正式建成通车，从北京到八达岭的交通更加便捷，到长城旅游更加方便。八达岭特区办事处制定和完善了 20 多种管理办法和规定，对景区进行综合治理。全面开展了“一保二优”活动，即保证景区和游人安全、优质的服务和优良的秩序。⁴

3、探索营销方式多样化

随着旅游市场重点从入境旅游发展到国内旅游，国内旅游市场规模越来越大，同时市场也逐渐“下沉”“大众化”“平民化”市场开启。在营销上，这一时期延续荣誉评选等方式。八达岭长城获得了“全国名胜四十佳之一”“全国社会治安综合治理先进单位”、首都旅游“紫禁杯”最佳景区等称号；老龙头长城景区被评为“中国旅游胜地四十佳”，荣获“全国文明风景旅游区示范点”称号；1992 年 7 月 20 日，万里长城（八达岭、慕田峪、司马台）被评为“北京旅游世界之最”的第一名。

各长城旅游目的地营销方式逐步多样化，既注重保持国际范，吸引入境游客，又讲究突出中国特色，以吸引更多国内游客。这一时期的许多节庆赛事活动相当成功，一直延续至今。

中国·山海关国际长城节由中国长城学会、河北省旅游局、省文物局、秦皇岛市人民政府等单位共同举办，首届于 1990 年 8 月举办。孟姜女庙会自 1990 年开始举办，至 2023 年已举办了 30 届，成功打响了山海关的孟姜女文化品牌；1996 年 1 月 1 日在北京延庆八达岭长城举办的中国八达岭长城元旦国际登山节，是北京市规模最大的登山迎新年活动，深受广大群众的喜爱；中国·天津黄崖关长城国际马拉松活动始于 1999 年，至今已成功举办 20 届，是蓟州区乃至天津市对外交流的重要旅游文化符号。

4、探索长城旅游学术研究

经过起步期的实践积累，长城旅游相关理论获得了发展。在 1990 年以前，长城研究内容仅包括长城历史沿革、修建情况、遗址走向和现存情况，以及长城相关政治、经济、军事、民族、交通、地理等方面。通过中国知网搜索“长城旅游”，发现最早的文章为 1990 年罗哲文、董耀会发表的《关于长城学的几个基本理论问题》，其中提出了包括长城学在旅游开发方面的研究等内容，包括对长城旅游开发地区的剖析研究，长城旅游开发对发展交通运输、建筑、商业、工艺美术等行业的要求和影响，长城旅游资源相互关系、保护利用问题等⁵。之后，李庚发表了《中国旅游业保护性开发使用长城的理论原则与技术方法——北京司马台长城段设计修建实证性研究》（1994），靳颖发表了《辽宁古长城及其旅游开发》等。

三、提升

自 1999 年国务院发布《全国年节及纪念日放假办法》，全国开始实行春节、五

一、十一 3 个连续 7 天假期的黄金周假日制度；2001 年，我国人均 GDP 超过 1000 美元，休闲成为普通百姓生活的重要内容。我国旅游业进入到了高速发展期，长城旅游也进入快速发展通道。其空间范围表现为从经典长城旅游景区到新兴长城旅游景区，从长城旅游景区到长城周边地区，开发内容表现为从长城文化到长城周边相关在地文化。随着长城旅游高速发展，长城保护问题也日益受到关注，从中央到地方，长城保护措施不断完善。

1、新兴长城旅游景区开始发展

经过 20 年的发展，经典长城旅游景区大都得到开发，为了促进经济快速发展，满足日益增长的物质和精神需求，拥有长城资源的地区纷纷对境内长城旅游资源进行开发利用，八达岭古长城景区（2000）、桃林口景区（2000）、板厂峪景区（2002）、云蒙山长城遗址公园（2003）、青山关旅游区（2003）、梨木台自然风景区（2003）、梦泉长城生态旅游区（2004）等一批新兴旅游景区开园迎客。这些景区中，有的是以长城为主要吸引点，如八达岭古长城景区、云蒙山长城遗址公园，有的是将长城与自然景观、人文风情进行组合开发，如桃林口景区、梨木台自然风景区、梦泉长城生态旅游区。

2、长城周边乡村旅游开始兴起

2000 年以后，随着长城旅游业不断发展，长城沿线乡村旅游不断升级，出现了一批文化和旅游资源富集、生态环境优良、乡村文化传承保护利用较好、旅游产品品质较高、旅游基础设施和服务设施较完善的乡村旅游精品品牌。

将军关村依托将军关长城，积极发展乡村旅游，2004 年，成为北京市平谷区第一批旅游试点村，古村落的风貌特征和传统文化魅力得以延续。随着新增景点的开发，将军关村逐步形成了集餐饮、住宿、交通一条龙的旅游度假服务体系，有“将军关村

古村遗址”“金山采金洞矿洞遗址”和将军关新村等特色旅游目的地⁶。

慕田峪长城国际文化村位于怀柔区渤海镇东北部，由北沟村、慕田峪村、辛村和田仙峪村组成，自1988年慕田峪长城对外开放后，吸引了很多到长城参观的外国人。

板厂峪是长城脚下的乡村旅游重点村，位于河北省秦皇岛市海港区驻操营镇西北，板厂峪长城脚下。板厂峪村是明长城后裔村，村民多是随戚继光来到板厂峪村戍守、修筑长城的浙江义乌将士后代。板厂峪村内有明长城砖窑遗址，于2002年被发现，也是首次在长城沿线发现大规模封存完整长城砖的砖窑群⁷。依托明长城和长城砖窑遗址，板厂峪村大力发展乡村旅游，着力打造康养休闲文化古村。

3、休闲度假产品逐渐丰富

这一时期，板厂峪明长城文化展馆（2002）、虎山长城历史博物馆（2003）、阳关博物馆（2003）、居庸关长城博物馆（2004）等相继落成或开馆，其展示手段更加丰富，应用了声光电等科技。有的博物馆还配置了语音同声翻译、自动监控、自动恒温、自动消防报警、游客查询系统。

除了以上博物馆、文化馆，从2000年开始，长城周边就零星出现了一些休闲度假酒店等旅游产品。休闲度假旅游产品是依托长城景区或位于长城景区周边，以休闲度假为主要功能的旅游产品，是长城旅游景区的重要补充。2000年，北京怀北国际滑雪场开工建设，2001年正式开业，是北京地区唯一注册“国际”的国际型滑雪场。2003年万龙滑雪场（万龙度假天堂）开始建设，是国内开放最早的滑雪场之一，2003年万龙滑雪学校成立，2005年，万龙滑雪场正式开业，成为中国首个国家级滑雪场，被原国家旅游局评为当时国内唯一以滑雪为特色的国家4A级旅游景区。

4、长城旅游文化内涵不断扩展

广义的长城旅游不仅包含对长城本体和长城文化的游览和欣赏，同时也应该包含长城相关传统及现代的在地文化开发利用。在这方面，八达岭长城、山海关长城、固

阳秦长城等通过节庆赛事活动，发挥自身优势，促进了长城旅游文化内涵不断扩展。

八达岭长城国际文化艺术节由中国长城学会，北京市延庆县人民政府、八达岭特区办事处主办，于 2000 年 7 月举办，围绕保护长城、生态长城、文化长城的定位，以学术研讨交流会、文艺演出、主题展览、摄影比赛、文创比赛等为主要形式开展⁸，成为振奋民族精神、展示民族文化、中西方文化交流的舞台。

2002 年举办的北京国际长城徒步大会，是在北京市体育局、国际徒步联盟、日本徒步协会、韩国体育振兴会等国内外相关机构的大力支持下，引入“徒步走”这一集旅游、休闲、健身于一体的运动方式，以亲近自然、弘扬长城文化、倡导健康休闲生活为宗旨，为世界各地的徒步运动和长城文化爱好者，在长城沿线搭起一个国际友好交流平台。

固阳秦长城文化旅游节由固阳县文体旅游局主办，自 2003 年以来已连续举办 17 届，是固阳县文旅融合发展成果的集中体现，重点开展文艺演出、啤酒节、民俗文化展览等系列活动，综合体现固阳历史、民俗，全方位展示固阳县独特的文化旅游资源。

5、长城保护工作取得重大进展

随着我国长城旅游发展不断深入，长城保护与开发的矛盾也日益突出。基于长城保护相关法律法规不完善情况，中央和地方各级政府纷纷采取相应措施，制定长城保护政策、保护方案、法律法规。加大了执法力度，促进了长城旅游资源的有效保护。

(1) 政策措施

2003 年，原文化部、原国家文物局、原公安部、原国土资源部、原建设部、原环境保护总局、原国家旅游局发布《关于进一步加强长城保护管理工作的通知》，提出理顺长城保护管理体制；加强基础工作，切实将长城的保护管理落到实处；正确处理好长城保护和利用的关系；加强对长城保护维修工程的管理；坚决惩处一切破坏长

城的违法犯罪活动内容。同年，长城保护员制度在河北省秦皇岛市试点，至 2006 年《长城保护条例》公布施行后，以法律条文形式正式确定了该项制度。

2005 年，我国制定了《长城保护工程（2005—2014 年）总体工作方案》，从九个方面实施保护工程，摸清家底、编制规划、健全法规、理顺体制、开展宣传、加强研究、科学维修、执法监督和增加经费，并于 2006 年启动了长城资源调查。

（2）法律法规

这一时期，长城保护在立法上得到了重大突破。2006 年 12 月，国务院公布了《长城保护条例》。

在长城沿线各地，2002 年，葫芦岛市人民政府出台“葫芦岛市九门口长城保护管理规定”；2003 年，北京市为保护长城及其环境风貌，根据国家有关文物保护法律法规，结合实际情况，制定了《北京市长城保护管理办法》；2004 年 4 月 17 日，《秦皇岛市长城保护管理办法（暂行）》经秦皇岛市政府常务会议研究通过。

（3）经营权

长城旅游开发和长城保护管理的矛盾进一步突出。这一时期，河北、北京等地收回了企业对长城资源的经营权。中国长城学会副会长董耀会认为，长城的所有权和经营权不仅可以分离，连管理权和经营权也可以分离，只有这样才能保证管理和经营都能科学规范地进行。⁹ 比如在 2000 年，敦煌市阳关景区管理有限公司与敦煌市政府草签了《阳关保护开发合同》，由政府投入土地和文物资源，敦煌阳关景区管理有限公司负责投资建设和运营管理。

对长城保护和利用模式的探索是有益的，长城本体的有效保护是长城旅游基础，任何以破坏长城为代价获取短期利益的做法都是不可取的。

四、筑基

这一时期大致为 2007 至 2018 年。

2003 年，原国家旅游局发布了《旅游景区质量等级的划分与评定》。2007 年，第一批国家 AAAAA 级旅游景区正式公布，我国旅游业包括长城旅游的发展逐步规范化；2006 年 12 月，《长城保护条例》正式出台，在法律层面使长城保护工作得到更有效保障。2007 年 7 月 8 日，中国长城成功跻身世界“新七大奇迹”；2014 年，玉门关遗址景区作为“丝绸之路：长安——天山廊道的路网”项目，列入世界文化遗产名录，长城的文化价值和世界知名度得到进一步提高。

在这一时期，我国人均 GDP 也从不足 3000 美元增长到近 10000 美元，休闲度假需求猛增，长城相关休闲度假产品也进一步丰富。

1、保护措施规范化

(1) 科学开展长城资源调查工作

根据《长城保护工程（2005—2014 年）总体工作方案》和《长城保护条例》的要求，2006 年至 2010 年，国家文物局组织了长城资源调查工作。采用考古学方法，结合现代测绘技术，获取了长城保存状况、自然与人文环境、保护管理状况的第一手资料，摸清长城家底，并建立长城资源数据库。2012 年 6 月，国家文物局认定中国历代长城遗址的总长度为 21196.18 千米，分布于北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区、辽宁省、吉林省、黑龙江省、山东省、河南省、陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区等 15 个省（自治区、直辖市），包括长城墙体、壕堑、单体建筑、关堡和相关设施等长城遗产 43721 处。

(2) 着手编制长城相关规划

2006 年，国家文物局启动《长城保护总体规划》编制前期工作；2007 年，长城

沿线 15 个省（自治区、直辖市）启动了省级长城保护规划编制；2010 年完成资源调查；2012 年完成长城认定；2015 年完成信息系统；2016 年完成省级规划。在此基础上，国家文物局制订了《长城保护总体规划编制导则》，明确了长城保护总体规划编制的基本原则和要求；2018 年底，在征求各地各部门意见并反复完善后，《长城保护总体规划》报送国务院。

（3）不断完善长城法规和标准体系

与《长城保护条例》相配套，国家文物局 2016 年出台《长城执法巡查管理办法》和《长城保护员管理办法》，对《长城保护条例》内容进行了细化和落实。长城沿线各省（自治区、直辖市）和地级市根据地方实际情况，制定了实施细则或专门法规。2011 年，河北省人民政府办公厅发出《关于进一步加强长城保护管理工作的通知》；2015 年，内蒙古自治区人民政府发布《关于加强自治区境内长城保护工作的意见》；2016 年，山东省人民政府发布《关于加强齐长城保护管理工作的意见》；2016 年，山西省文物局发布《关于公布山西省历代长城保护范围及建设控制地带的通知》；2016 年，河北省人民政府发布《河北省长城保护办法》。2016 年，天津市蓟州区制定《蓟州区长城保护员管理办法》；2017 年，内蒙古自治区人大批准《包头市长城保护条例》；2018 年，河北省人大批准《秦皇岛市长城保护条例》。

长城专项法规建设进入快车道的同时，长城相关专项行业标准、规范性文件也不断完善，包括《长城资源要素分类、代码与图式（WW/T 0029-2010）》（2010 年）《长城“四有”工作指导意见》（2014 年）《长城保护维修工作指导意见》（2014 年）《长城保护规划编制指导意见（试行）》（2016 年）等。

（4）积极开展维修监测等项目

实施长城保护维修项目：《长城保护总体规划》显示，2005 至 2017 年，中央

财政拨付文物保护专项资金超过 23 亿元，组织实施了一批长城保护维修项目，涉及春秋战国、秦、汉、金、明各个时代长城，实施范围覆盖了长城点段分布的全部 15 个省（自治区、直辖市），尽可能保留了不同时期的重要文物和信息，消除了一批长城点段突出的安全隐患，有效改善了遗产保护状况和环境景观。长城保护维修项目涉及日常保养、防护加固、现状整修、环境治理、重点修缮、综合性工程等类型。项目实施基本遵循《长城保护维修工作指导意见》等文物保护工程相关规范性文件要求，不断提高技术方案设计、专业技术审核、相关实施管理的规范性、科学性，提升了长城保护维修项目质量。

不断积累长城保护经验：长城保护维修项目按照不改变原状、最低程度干预等原则，针对长城文物本体、历史环境、自然环境的不同特点，进行了分类保护尝试，形成了一部分砖石质、土质长城保护优秀案例。此外，组织开展了长城保护技术、保护材料科学研究，在充分尊重传统工艺前提下，合理恰当地运用现代技术，积累了大量长城保护维修成功经验。

启动长城监测体系建设：国家文物局在中国文化遗产研究院设立“长城保护工程”项目管理小组、长城保护研究室、“中国世界文化遗产监测中心”等专门机构，共同承担长城宏观监测管理职责。中国科学院、国家基础地理信息中心等专业机构，也探索将科技手段应用于长城监测相关专题研究工作。

2、旅游发展规范化

(1) 创建 A 级旅游景区

随着《旅游景区质量等级的划分与评定》国家标准（GB/T17775-2003）的发布和实施，2007 年，我国第一批 AAAAA 级旅游景区正式公布，其中就包括八达岭长城旅游区、山海关景区、嘉峪关文物景区；2011 年，全国旅游景区质量等级评定委

员会批准慕田峪长城旅游区为八达岭长城旅游区扩展景区，慕田峪长城旅游区成为国家AAAAA级景区。2012年，《旅游景区质量等级评定管理办法》《旅游景区质量等级评定与划分》国家标准评定细则实施，不仅规定了A级旅游景区的申请与评定、管理与监督等方面的内容，还明确了旅游交通、游览、旅游安全、卫生、邮电、旅游购物、综合管理、资源和环境的保护等服务质量与环境质量，以及资源吸引力和市场影响力等景观质量，游客意见等方面的具体评分标准。国家A级旅游景区的评定标准和流程更加细化，更具操作性。水洞沟旅游区（2015）雁门关景区（2017）相继被评为国家AAAAA级旅游景区。与此同时，青山关旅游区（2007）阳关景区（2007）云蒙山风景区（2009）杀虎口旅游区（2009）九门口长城景区（2009）大境门景区（2010）潘家口旅游风景区（2011）黄花城水长城（2016）等一批AAAA级旅游景区，宣化城（2008）酒泉桥湾城遗址游览区（2009）高家堡古城（2018）翦云山景区（2018）等一批AAA级旅游景区也陆续开展了标准化、规范化建设。

（2）长城周边乡村旅游品牌化建设

在长城乡村旅游迅速发展的背景下，一批长城周边的旅游乡村开始向着品牌化方向发展，致力于发展长城旅游，按照相关政策、标准创建品牌。如2013年老牛湾村被列入全国第二批中国传统村落名录，居庸关村被评为北京市民俗旅游村；2016年12月9日，黄崖关村被列入第四批中国传统村落名录；2018年遥桥峪村入选北京首批市级传统村落名录；2018年慕田峪长城国际文化村的瓦厂酒店入选中国首批“乡村遗产酒店”示范项目。第一批“长城人家”乡村民宿积极推进长城乡村旅游建设，并于2019年分别被列入第一批乡村旅游重点镇、乡村旅游重点村。

（3）运营管理逐步规范化

2011年，河北省滦平县金山岭长城管理处进行事企分开改革，将旅游经营权剥

离出来，成立金山岭长城旅游发展有限公司，主要经营金山宾馆、饭店、索道、停车场等旅游服务项目。2011年11月，《河北省人民政府办公厅关于进一步加强长城保护管理工作的通知》提出，长城的开发、利用和管理工作，必须以保护为前提，严禁无序、过度、破坏性地开发利用。要依法理顺长城保护管理体制，坚持由文物行政部门主管本行政区域长城保护管理工作，不得将长城管理和监督的职责交由企业承担或作为企业经营。在已经将长城辟为参观游览场所的地方，应将长城的事业性收入专门用于长城的保护维修、科学研究和支付长城保护员的报酬，同时形成长城保护与旅游的良性循环。

2013年5月，北京市慕田峪长城旅游服务公司企业性质由全民所有制改制为有限责任公司。

2014年8月9日，国务院印发《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》，提出“加快推进旅游领域政企分开、政事分开”。根据这一原则，部分长城景区探索长城景区管理权、经营权分开的新管理体制和新管理模式。

3、长城旅游走向联合

在省内合作方面，2017年山西省旅游发展大会决议重点打造以“黄河、长城、太行”为支撑的三大旅游板块，挖掘长城边塞、军事、农牧、贸易等历史文化元素，凝练爱国主义、民族融合主题，建设古建长城、军事长城、民族长城、丝路长城的历史文化旅游公园；2018年山西省委经济工作会议又进一步指出，把文化旅游业打造成战略性支柱产业的关键，是要锻造“黄河、长城、太行”三大旅游板块。

在省际合作方面，2015年，京津冀三地文物部门签订了《京津冀三地长城保护工作框架协议》。根据协议，三地共同制订长城保护与利用的整体计划，优先安排北京平谷、天津蓟县、河北兴隆县交界处红石门长城的保护，优先安排京冀交界处北京

密云与河北滦平的司马台与金山岭古北口段以及北京昌平与河北怀来横岭样边段长城的保护，同步开展文物修缮、利用开放等工作¹⁰。

2014年1月8日，由原河北省旅游局最先倡议，联合北京、天津、山西、内蒙古、辽宁、陕西、宁夏、甘肃等八省（自治区、直辖市）旅游委（局）共同发起成立了“中国长城旅游市场推广联盟”。联盟秘书处设在原河北省旅游局，旨在商讨创新宣传推广机制，整合长城沿线区域旅游产品资源，使传统的长城品牌焕发更大活力。联盟成员之间彼此尊重、平等、诚信，通过资源整合、产品包装、形象宣传、联合营销等方式，促进长城沿线地区旅游产品一体化开发和推广，推动联盟成员之间的区域互动与合作，最终实现把长城打造成为国际知名精品旅游线路的目标。5月8日至15日，原国家旅游局牵头组织长城沿线省（区、市）赴澳新两国开展以“美丽中国 古老长城”为主题的系列推广活动。这是“美丽中国 古老长城”旅游带概念首次跨出国门，为拓展境外市场、推出新品牌做出了有益尝试。

五、创新

2019年至今都属于创新发展期，未来数年也将处于这一时期。

2018年文化和旅游部设立以来，我国文化和旅游业的关系进一步加深，“以文塑旅，以旅彰文”的发展理念逐步贯彻落实；2019年《长城保护总体规划》《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》（以下简称《方案》）相继发布，我国长城旅游进入了新时期。2019年底爆发的“新冠”疫情，为这一时期长城旅游发展带来了新挑战。疫情过后，长城国家文化公园加快建设，为我国长城旅游注入了新的活力。2023年7月到2024年6月期间的周平均品牌指数比上期提高了约45%，这表明随着疫情的结束，长城旅游基本得到了恢复。

1、政策对长城旅游发展的带动作用增强

《方案》提出，重点建设管控保护、主题展示、文旅融合、传统利用 4 类主体功能区，这 4 类主体功能区与长城旅游关系紧密；《方案》提出的“实施文物和文化资源保护传承利用协调推进基础工程”中，保护传承工程、环境配套工程、文旅融合工程等都与长城旅游有关。按照《方案》要求，文化和旅游部结合长城国家文化公园实际，建立了一个“1+2+15”的长城国家文化公园规划体系。其中“1”是《长城国家文化公园建设保护规划》（编制单位：中国科学院地理所）；“2”是《长城文化和旅游融合发展专项规划》（编制单位：中科天元北京城乡规划设计院）和《长城沿线交通与文旅融合发展专项规划》（编制单位：交科院环境中心）；“15”是沿线 15 省份分省建设保护规划。

《方案》发布以来，相关部门和 15 个省区市积极采取措施，促进了长城旅游发展。2022 年，文化和旅游部发布了 8 条长城主题国家级旅游线路和 62 条长城主题精品线路，全面展现长城沿线文物和文化资源，生动呈现万里长城之美。8 条长城主题国家级旅游线路分别为：长城文化遗产探访之旅、长城红色精神传承之旅、长城冬奥冰雪运动之旅、长城自然生态休闲之旅、长城多元文化体验之旅、长城古城新貌发现之旅、长城古村名镇寻访之旅、长城多彩艺术感悟之旅。2020 年，国家文物局发布第一批国家级长城重要点段名单，2021 年 7 月山西省发布了《山西省黄河、长城、太行三个一号旅游公路规划纲要（2018—2025 年）》。

2、相关机构及标准指导长城旅游健康发展

2020 年，山西省地方标准《黄河人家、长城人家、太行人家服务规范》（DB14/T 2156-2020）发布并实施；同年，山西省文化和旅游厅公布山西省公布首批“黄河人家、长城人家、太行人家”评定名单，其中长城人家 26 家。

在长城国家文化公园建设背景下，中国旅游协会长城分会（以下简称分会）于

2021年12月31日成立。分会是在中国旅游协会指导下，由63个长城相关领域单位发起成立的社会组织。分会自成立以来，积极推动长城旅游发展，组织编著《长城文化记忆》《长城文旅行业发展报告》；起草的国家行业标准《长城人家旅游主题乡村建设指南》已通过全国旅游标准委员会立项，初稿已经完成，并在广泛征求意见；起草编制《长城文化研学旅行导师等级划分与评定》《长城文化国际研学营地等级划分与评定》两项团体标准，并积极征求专家意见；主办2024长城AI创意设计大赛，引发社会各界热爱长城、热爱设计、热爱文创事业人士的持续关注和热情参与；举办“2024年中国长城文创展”，以长城文化为主要内涵，汇集诸多文创IP，通过市集展台形式展示各类长城文创产品。

2023年，北京市文化和旅游局、北京市文物局联合开展了“长城人家”乡村民宿遴选工作；经各区申报、专家评审、部门审核、名单公示等程序，延庆区八达岭镇石峡村石光长城民宿、怀柔区渤海镇慕田峪村城边栖居民宿、密云区古北口镇古北口村矾根民宿等15家被认定为第一批“长城人家”乡村民宿。2024年，张家口市联合北京市延庆区、门头沟区、密云区、昌平区、怀柔区共同打造的“长城人家”精品民宿品牌，制定了《“长城人家”精品民宿评定标准》，设计制作了“长城人家”精品民宿品牌LOGO；8月，首批“长城人家”精品民宿名单出炉，全市共有9家民宿获评。

近年来，河北省多地推出以“长城人家”为品牌的旅居群落，迁安市编制了《长城国家文化公园（迁安段）长城人家建设指南》，投入6000万元实施长城沿线农村人居环境整治提升行动，打造“青砖灰瓦、烽火乡愁”的长城原乡和传统利用区的村落典范。

3、跨界融合成为长城旅游发展的重要动力

旅游是求新、求异、求知的行为，长城旅游经过这40年间的发展，也不断产生

新的需求，传统长城旅游产品亟须创新，长城旅游跨界融合成为重要发展内容。

(1) 文旅融合内容进一步丰富

文化和旅游部设立以来，积极推进文旅融合。长城旅游相关地区重视长城周边民俗、历史等方面建设，不断拓展长城文化外延，推出新的旅游产品。秦皇岛市山海关区举办了2024“二月二”老龙头全国舞龙大会，把老龙头长城旅游与“二月二·龙抬头民俗”相结合，开展点龙睛、摸龙头、理龙发、开笔礼、武术表演、龙狮表演、传统说唱等民俗活动；阳关景区为观众送上了《闹王哥》《织手巾》《姐儿摆街》《绣荷包》等曲目；金山岭长城景区安排了《抡花表演》非遗直播；娘子关景区运用国潮插画手法，设计了“关城有礼”Q版系列文创产品等。

这一时期，作为文旅融合重要代表的长城演艺也得到了新发展，各地陆续推出大型演艺活动。2020年山海关推出了《观·山海》长城情境光影秀；2021年嘉峪关·关城里景区推出了《天下雄关》边塞史诗剧；雁门关推出了《长城长》大型情景音乐舞蹈史诗；2024年，八达岭长城旅游景区推出的《梦华·长城》是北京首部以长城为主题的大型沉浸式情景剧，游客不仅可以观剧，还能欣赏马术表演，参与到与诗仙“李白”对诗、在“古战车”处打卡等互动体验中。大型演艺活动的开展，对进一步丰富长城旅游产品、提升长城文化体验、发展夜经济，提升长城旅游目的地综合效益，发挥了重要作用。同时，长城演艺产品类型也进一步丰富。2020年北京卫视推出了全球首档长城文化体验类户外真人秀节目《了不起的长城》，长城文化首次与户外真人秀电视节目相结合，进一步提升了长城知名度和影响力。

(2) “长城旅游+”不断催生新玩法

得益于长城历史文化价值和世界级知名度，长城旅游在发展过程中受到许多行业的关注，金融、游戏、科技、音乐、体育等行业纷纷加强在长城旅游方面的布局，长

城旅游也借此机遇促进创新发展。

长城人寿打造的长城文化 IP“长城侠”荣获十大年度国家 IP、金融赛道银奖。“长城侠”IP 已授权给中国旅游协会长城分会以及部分长城景区，以 IP 结合景区特色开发个性化旅游周边产品。利用“长城侠”IP 开发的长城旅游产品有长城侠客行综合旅游意外保障产品、长城侠解说棒棒糖、长城侠 IP 文创周边产品、“长城少年风云”青少年剧本游戏产品等。

由中国文物保护基金会和腾讯公益慈善基金会协同天津大学建筑学院、长城小站等众多长城保护研究机构及社会团体，共同打造的“云游长城”，解锁了数字技术在文博领域的创新应用。通过手机打开“云游长城”小程序，就能穿越到河北喜峰口西潘家口段长城，在线“爬长城”和“修长城”。

八达岭长城景区推出了《春满山河》《八达岭长城·Night》等数字文创产品。山海关景区选取山海关最具代表性的《天下第一关》《老龙头》《角山长城》作为山海关数字藏品首发。

北京长城音乐节、北京怀柔长城音乐节、慕田峪狂欢电影嘉年华“星空演唱会”、黄花城水长城的七夕音乐季、山海关的秦皇岛市鼓手节等以长城为载体的音乐活动层出不穷，丰富了长城旅游的内容，提升了长城旅游的品质。

八达岭长城举办了 2024 全国新年登高健身大会北京会场活动，居庸关举办了农民登山大会暨居庸关垂马积分挑战大会，天津黄崖关举办了第 21 届中国·天津黄崖关长城国际马拉松。金山岭长城举办了 100 越野赛、长城毅行徒步节等体育活动，金山岭长城半程马拉松赛事入选 2023 中国体育旅游精品项目。

4、疫情影响下长城旅游努力突破创新

因“新冠”疫情影响，我国旅游业受到沉重打击，长城旅游也不例外。其间，为适

应疫情时期的文旅行业管理要求和旅游市场需求，长城旅游景区、服务单位在依法合理管控基础上，不断创新，取得了好成绩。

长城主题旅游景区根据市场需求变化，不断开发新旅游产品。嘉峪关文物景区为游客提供汉服租赁、妆造以及跟拍服务，现场签发“通关文牒”（关照）；山海关景区利用关城中心钟鼓楼，打造了《晨钟暮鼓》仿古表演；八达岭长城景区的《梦回长城·八达岭》、水洞沟旅游区的《少年锦衣卫》、黄花城水长城的《黑龙行动》、慕田峪长城景区的《长城少年风云》等沉浸式剧本杀，慕田峪长城组织的“爱我中华 护我长城”长城亲子研学活动、黄花城水长城的定向越野活动、阳关景区开发的研学课程也受到了广泛欢迎。

在线下旅游受到重创情况下，“云旅游”成为长城旅游品牌营销重要手段。为使游客在家里也能欣赏到长城主题旅游美景，保持景区的活力及在旅游市场的影响力，各主要旅游景区继续开展线上直播，“云旅游”成为品牌营销重要手段。金山岭长城景区推出“杏福来邀约 云游金山岭”系列网络直播活动，安排了《花海阳光浴》《午后杏花雨》赏花直播；雁门关景区联合多家新媒体平台和部分重点景区共同推出“不负好春光·云游看山西”系列直播活动，助力山西文旅市场稳中复苏；嘉峪关文物景区推出“关长带你云游关城”直播活动。

在冬奥会期间，长城主题旅游景区积极配合，参与到国家形象的传播中，同时借势展示魅力，提升海外影响力。八达岭、居庸关、慕田峪长城接待了部分外国政要和媒体，为确保疫情防控安全，严格执行北京冬奥会疫情防控管理规定，全程安排在闭环景区内参观，完全与社会面分开。

疫情期间，金山岭长城景区被评为国家 AAAAA 级旅游景区；娘子关长城景区被评为国家 AAAA 级旅游景区；崇礼冰雪旅游度假区获批国家级旅游度假区。

5、长城旅游度假和夜游产品不断丰富

度假产品进一步丰富。长期以来，长城旅游收入以门票、餐饮、文创等为主，近年来随着我国旅游度假项目的丰富，长城旅游也开始向着旅游度假方向发展。八达岭文旅集团全力打造八达岭微度假模式，以八达岭景区为核心，推出延庆多日游线路产品，包括八达岭长城微度假之旅、长城轻奢之旅、长城尊享之旅三款多日游产品，包含两天一晚、三天两晚、四天三晚套餐产品，通过汇集优势产品，串联优质资源，满足不同客群微度假出行需求，让游客轻松出行，畅游延庆。2024 年上半年，司马台长城助力古北水镇成功创建为国家级旅游度假区，这不仅是北京首家国家级旅游度假区，也是全国唯一一个以长城为主要资源的国家级旅游度假区。

长城夜游项目进一步发展。近年来，长城夜游项目质量进一步提升，开展长城夜游的景区数量也进一步增加，夜游项目进一步常态化开展。司马台长城是国内首家开放夜游的长城，重磅打造了长城脚下的夜游“八大名玩”，为游客带来多样的夜游体验。2024 年八达岭夜长城自五一至十一每晚常态化开放，演出节目已全部创新，演出采用“行进式观演”模式，带领游客古今穿越进行观演。慕田峪长城夜游活动自 2023 年 4 月 25 日试运营，到 7 月 1 日暑期夜游正式开启，2023 年 10 月 6 日收官。此外，山海关景区、大境门景区的夜游项目不断与地方文化深入融合发展。

6、长城旅游景区落实入境旅游便利化措施

随着疫情的结束以及我国入境旅游政策的出台，旅游主管部门、各景区纷纷采取措施，促进入境旅游便利化，吸引入境游客。2024 年以来，八达岭文旅集团积极拓展海外市场，通过多语服务、优化交通、便捷支付、特色餐饮、温馨入住、文创礼品、拓展市场、安全保障 8 项大措施保障入境游客的“吃住行游购娱”，并发布了《八达岭长城入境便利游措施八条》。截至 6 月中旬，八达岭景区 2024 年累计接待入境游客 14.7 万人，同比 2023 年增长 81%，入境游市场前景十分广阔。慕田峪长城已经在

国内国外建立全球传播融媒体矩阵。慕田峪景区的售票系统已经实现了 facebook 网站对接，外网游客在访问境外网站时，只需点击慕田峪长城售票，即可直接跳转英文购票操作页面进行门票预订；支付方面，支持外币支付维萨卡（VISA）、万事达卡（Master Card）及国内银联、微信、支付宝支付。慕田峪长城 2024 年 1~2 月份，境外游客比例已达到 16%的水平；3 月份境外游客量的迅速回暖，在总人数不变的情况下，当月境外游客占比已达到 40%。值得一提的是，据 4 月最新统计，境外游客占比已达 60%（主要为非欧美国家的境外游客）。根据全球最大旅游网站 TripAdvisor 猫途鹰近日发布的 2024 年亚洲十大热门旅游景点排行榜，北京市怀柔区慕田峪长城荣登榜单第 3 位，是中国唯一入选的景点。

7、利用各大平台和渠道拓展长城旅游市场

长城是中华民族的代表性符号和中华文明的重要象征，凝聚着中华民族自强不息的奋斗精神和众志成城、坚韧不屈的爱国情怀。近年来，长城旅游借势各大平台，在长城文化得到了进一步传播的同时，也带动了一股长城旅游热。

《长城长》是大型人文历史纪录片，共十集；2024 年 5 月 20 日，在北京卫视黄金时间播出，北京广播电视台新媒体矩阵平台全网播出。《长城之歌》是中央广播电视总台出品的纪录片，该片于 2024 年 2 月 11 日至 16 日每天 19:30 档在中央电视台中文国际频道首播。新华社从 2023 年 12 月 1 日起推出“新时代中国调研行·长城篇”行进式报道，全景展示了长城内外华夏大地的新发展、新变化。

八达岭长城多次登上中央电视台、北京电视台、央视新闻、人民日报、北京日报等媒体，将长城文化品牌的价值和特色传递给更多的人群，提升区域形象；“境外媒体记者长城行”是 2024 北京长城文化节系列活动之一，来自亚太、非洲、拉美、欧洲等 93 个国家和地区的 100 余名境外媒体记者，一同攀登八达岭长城南线，开展“境

外媒体记者长城行”活动，欣赏长城沿线风光，领略长城文化带建设成果。慕田峪长城举办了“我眼中的慕田峪长城”摄影及短视频大赛，传播了慕田峪长城不同季节的美景图与短视频，增添游客游玩趣味和参与度，增加慕田峪长城景区知名度，进一步提高慕田峪景区品牌影响力。

2022年北京冬奥会开幕前，文化和旅游部推出了“长城内外·冰雪丝带”等10条全国冰雪旅游精品线路，并会同国家体育总局发布了14条“2022年春节假期体育旅游精品线路”，有效推动“冬奥—长城—旅游”联动发展，巩固“带动三亿人参与冰雪运动”成果。《北京的长城》中文版英文版法文版由科学出版社和法国EDP出版社联合出版并在北京首发，是北京2022年冬奥会和冬残奥会在中国传统文化与奥林匹克文化相互融合的一个开创性成果，成为北京冬奥文化盛宴的一大亮点。

结语

“爱我中华 修我长城”题词40年来，长城旅游经过不懈探索，取得了空前进展。

在长城保护方面，从中央到地方形成了有效的长城保护体系，长城旅游相关景区的长城保护意识进一步增强，长城保护投入也得到了有效保障，基本形成了长城旅游与长城保护互相促进的良好循环。

长城旅游产品品质进一步提升，成功建设了一批高品质的长城主题A级旅游景区，截至2024年6月底，5A级旅游景区6家，4A级旅游景区21家，3A级旅游景区15家。此外，还开发了密云古北水镇国际休闲旅游度假区、崇礼冰雪旅游度假区、怀北国际滑雪场等一系列长城休闲度假产品。

长城旅游研究进一步发展，根据中国知网对“长城旅游”的搜索显示，1990年至2000年共10篇研究文章，2001年至2010年共111篇，2011年至2020年共185篇文章，2021年1月至2024年11月共174篇。长城旅游研究呈现逐步深化的形

势。

长城旅游发展一方面促使地方政府加大对交通等公共设施的投入，如京郊铁路S2线、山西长城1号旅游公路、秦皇岛长城旅游公路等。另一方面促使长城周边的乡村地区，利用长城旅游发展机遇，结合地方产业状况，促进了经济发展和地方居民收入水平提高。

通过节庆赛事、沉浸式体验产品、研学活动产品、长城旅游直播及长城“云旅游”、长城文创、特色长城文化讲解等各种形式的长城旅游产品，进一步促进了长城文化的传承。

长城旅游领域通过参与奥运会、冬奥会等活动，和举办国际节庆赛事等活动，促进了长城历史文化传播。通过接待外国元首、政要，传播了中国爱好和平的国际形象。

如今，长城旅游正站在新的起点。长城旅游仍然有很多方面需要提高，这不仅是某个领域或部门的责任，更需要全社会共同努力。长城保护相关的法律法规需要加强落实，长城旅游发展新模式需要积极探索，长城旅游标准体系研究需要加强，长城旅游供给水平和长城旅游从业者综合素质等方面也都需要提升。

40年前，“爱我中华 修我长城”题词掀起了关注长城、保护长城的热潮。40年来，长城旅游不断发展，为经济社会进步作出了很大贡献。在未来，我们将牢记习近平总书记的嘱托，继续弘扬长城文化，讲好长城故事，带动更多人了解长城、保护长城，为建设社会主义文化强国、推进中国式现代化贡献力量。

注释

1 2021年6月1日上午，八达岭特区办事处更名为八达岭长城管理处

2 詹同济.詹天佑纪念馆建馆和管理之研究[J].中国博物馆，1989年10月1日

3 山海关区文物局.50年来山海关长城的保护和利用[J].文物春秋，1999年第5

期

4 张智勇.千古雄关良好形象——记全国文明旅游风景示范区八达岭长城[J].首都经济,1999年12月15日

5 罗哲文,董耀会.关于长城学的几个基本理论问题[J].文物春秋,1990年4月2日

6 欧阳波.北京市政府收回八达岭长城上市公司的推出迟了3年[N].第一财经日报,2006年2月17日(第A06版)

7 京津冀签订协议共同保护长城[N].中学生,2015年12月20日