

春风拂过大青山麓,渐渐唤醒了沉睡的万物,也使得青城的文旅经济持续升温。春日的呼和浩特,处处洋溢着生机与活力,大青山野生动物园“奇幻动物之旅”系列活动,轮番上演;恼包村彩绘涂鸦花路绚丽绽放,成为新晋网红打卡地……各类春季特色文旅活动遍地开花,串联起一条集生态观光、乡村休闲、文化体验、消费娱乐于一体的春日文旅经济产业链。从自然生态到网红乡村,从亲子游玩到潮流打卡,呼和浩特以春日为契机,深挖本土文旅资源,创新多元业态模式,持续释放文旅消费潜力,让春日文旅经济成为拉动区域发展的强劲引擎——

呼和浩特:春涌大地文旅兴 多元业态活力足

●本报记者 马妍 文/图

“奇幻动物之旅”系列活动 激发春日文旅消费热情

春日的大青山,褪去冬日的萧瑟,漫山遍野绿意渐浓,山花次第绽放,大青山野生动物园迎来今年较为热闹的时节。作为呼和浩特生态文旅的核心地标,这里不仅是野生动物的栖息乐园,更是市民游客春日踏青、亲近自然的首选之地。天气回暖,大青山野生动物园内的老虎、狼、狮子等野生动物或是在山坡漫步、或是在林间小憩,与园区环境相映成趣,构成一幅自然和谐的生态画卷。今年春季,大青山野生动物园“奇幻动物之旅”系列活动启幕,以沉浸式主题情

景秀、花车互动巡游、NPC趣味互动、“马上‘豹’走”栈道徒步打卡四大亮点为核心,将野生动物保护与休闲游玩深度融合,为游客带来全新的沉浸式体验。

近期,每逢周末及节假日,大青山野生动物园内人头攒动,亲子家庭、年轻游客、摄影爱好者络绎不绝。游客们沿着山间栈道徒步前行,一边欣赏大青山的秀美风光,一边近距离观赏野生动物的生活百态,感受自然生态的独特魅力;花车互动巡游热闹非凡,身着特色服饰的演员与游客互动嬉戏,萌趣十足的

动物玩偶引得小朋友们欢呼雀跃;栈道徒步打卡挑战完成后,专属奖牌更是成为游客们的“春日纪念”,进一步提升了游玩的趣味性与参与感。园区数据显示,“奇幻动物之旅”系列活动开启以来,该园日均接待游客量较往年同期大幅增长,不仅带动了门票收入,园区内的餐饮、文创、纪念品等衍生消费也同步攀升,生态文旅的集聚效应明显。

大青山野生动物园客流量的增长,是呼和浩特春日文旅经济蓬勃发展的缩影。近年来,呼和浩特市持续推进大青山前坡

生态保护综合治理工程,大青山前坡区域渐渐变身成为“城市绿肺”,生物多样性不断丰富,截至2025年,监测到的野生动物种类已增加37种,国家二级保护植物蒙古扁桃重现山间,曾近乎绝迹的野兔、黄羊重返山林,生态优势稳步转化为经济优势。2025年春季,大青山前坡沿山生态旅游接待游客近千万人次,创收约4.51亿元,生态旅游已然成为青城文旅经济的重要支柱,既让市民共享生态红利,也为区域经济发展注入绿色动能。

恼包村彩绘涂鸦花路 尽显乡村文旅新潮活力

如果说大青山的春日则是自然生态的治愈之旅,那么恼包村的春日则是潮流文艺的狂欢之约。作为呼和浩特家喻户晓的网红乡村,恼包村凭借独具特色的乡村景观、完善的休闲配套设施,早已成为人们周边游、短途游的热门目的地。今年春季,村里全新打造的彩绘涂鸦花路惊艳亮相,让这个网红村落再添新亮点,瞬间刷屏市民朋友圈,成为春日打卡的新晋顶流。

漫步恼包村,原本寻常的街巷、墙面被绚丽多彩的涂鸦艺术装点,勇士部落、多巴胺色

系、春日花卉等主题涂鸦错落分布,色彩明快、创意十足,与村里的“恼包之眼”等标志性景观相得益彰。彩绘涂鸦花路贯穿整个村落,一步一景如在画中,人们在这里都能拍出氛围感满满的大片,文艺值与颜值双双拉满。午后时分,村里随处可见打卡拍照的游客,大家或驻足欣赏涂鸦作品,或在花路上漫步休闲,抑或品尝特色美食、体验乡村休闲项目,热闹的场景尽显乡村文旅新潮活力。

“之前就经常来恼包村玩,今年新增的彩绘涂鸦花路太惊艳了,色彩鲜艳又有创意,和

春天的氛围特别搭,随手一拍就是大片,已经推荐给身边的朋友来打卡了。”市民张女士带着家人专程前来游玩,脸上满是欣喜。像张女士一样,众多市民也趁着春光相约恼包村,感受乡村与艺术碰撞出的独特魅力。彩绘涂鸦花路的上线,不仅让恼包村的文旅吸引力再度升级,更带动了这里的餐饮、民宿、文创等相关产业的发展,周末客流量较平日翻倍增长,商户营收显著提升,实现了乡村颜值与经济收益的双丰收,为乡村文旅振兴注入了新潮活力。



大青山野生动物园“奇幻动物之旅”系列活动现场

文旅活动精彩纷呈 多点开花激活消费动能

除了大青山野生动物园、恼包村两大核心打卡地,呼和浩特全市范围的春季文旅活动同样精彩纷呈,多点发力激活春日消费市场。

围绕踏青赏花、亲子休闲、文化体验、户外运动等主题,各景区、乡村、商圈纷纷推出特色活动:敕勒川草原春风拂面,迎来首批踏青游客,户外露营、草原骑行、风筝艺术等活动备受青睐;各大公园内桃花绽放,赏花游园、春日市

集、文艺演出等活动接连不断,成为市民休闲娱乐的好去处;市区商圈结合春日主题联动文旅资源,推出消费券发放、春日促销、文创展览等活动,推动“文旅+商业”融合发展,激发线下消费活力;各类春季研学游、乡村采摘游、生态徒步游等文旅产品持续走俏,满足了不同群体的出游需求,形成了全域文旅联动发展的良好格局。



“恼包之眼”



恼包村彩绘涂鸦花路

精准布局与创新赋能 推动文旅市场持续升温

春日文旅市场的持续升温,离不开呼和浩特对文旅产业的精准布局与创新赋能。近年来,呼和浩特立足本土生态资源、文化底蕴与乡村特色,打破传统文旅发展模式,推动“生态+文旅”“乡村+文旅”“文化+文旅”“商业+文旅”深度融合,不断丰富文旅业态,优化游玩体验,打造差异化、特色化的文旅IP。从大青山前坡生态文旅IP,到恼包村网红乡村IP,再到各类春季特色活动IP,呼和浩特持续

深挖文旅消费新热点,补齐产业链条,完善配套服务,让文旅产业从“单点发力”转向“全域联动”,实现了文旅资源向经济优势的高效转化。

同时,文旅产业的蓬勃发展也带动了就业增收与乡村振兴。恼包村等网红乡村通过文旅产业发展,带动村民就近就业,文创零售、旅游服务等岗位需求大增,让村民在家门口实现增收致富;大青山生态旅游的发

展,带动了周边农家乐、民宿、采摘园等业态兴起,推动了乡村产业转型升级。此外,文旅市场的火爆拉动了交通、餐饮、住宿等相关行业发展,形成“一业兴、百业旺”的良性循环。

春和景明,万象更新。春日的呼和浩特,以生态为底、以文化为魂、以创新为翼,点燃了春日文旅消费热情,奏响了文旅经济发展的奋进乐章。

优慕食品:以宠物乳品 点燃“它经济”新爆点

本报讯(记者 杨彩霞)在宠物经济持续升温的当下,一条看似小众的赛道——宠物乳品,正悄然孕育出令人瞩目的市场增长之势。位于呼和浩特清水河县的内蒙古优慕食品有限公司(以下简称优慕食品),凭借对“中国乳都”奶源优势的精准把握和对技术壁垒的持续攻坚,成立短短两年便交出了一份亮眼成绩单:2025年利润同比增长300%,产品远销8个国家和地区。

走进优慕食品的生产车间,宠物鲜奶、酸奶、冰淇淋、晚安奶等品类琳琅满目。这家企业目前为国内76家宠物食品品牌提供专业代工服务,是国内为数不多深耕宠物乳品领域的生产商之一。

优慕食品创始人杨喜君选择进入宠物乳品行业并非偶然。在宠物烘焙零食领域打拼多年后,他清醒地认识到:“做鸡鸭鱼肉宠物食品,我们拼不过山东、河北以及沿海地区企业。但做宠物乳品,呼和浩特有不可替代的优势——奶源背书、技术积淀。”

这一认识背后,是对产业发展趋势的深刻洞察。杨喜君认为,随着社会老龄化加剧、独生子女及高净值人群扩大,宠物的角色已从“动物”转变为“家庭成员”,情感陪伴需求的提升正驱动宠物经济进入高速增长期。

然而,宠物乳品行业前景虽然广阔,但落地的技术门槛却极高。由于宠物普遍存在乳糖不耐受问题,相关产品必须在配方研发与生产工艺上实现突破,才能进而解决这一问题。优慕食品所突破的核心技术之一,便是通过先进的乳糖脱除与分解工

艺,生产出真正适配宠物食用的零乳糖牛奶与羊奶产品。

在奶源品质把控上,优慕食品与周边一家牧场签订长期供应协议,牛奶从挤出到进入车间不超过2小时,从生产到成品全程控制在12小时内。包装环节,其单瓶包装成本达1.6元,远高于行业平均水平,以应对长途运输中的复杂环境。

对于研发的投入,更是优慕食品突破行业壁垒的关键。以一款宠物奶酪棒为例,研发过程中,累计损耗了超过200吨牛奶。杨喜君回忆,奶酪棒生产的核心难点在于让纯牛奶在成型过程中保持稳定、不开裂,这需要精细调整工艺参数,并兼顾不同地区的气压与湿度差异。据悉,这款100%纯奶制作的宠物奶酪棒,此前全球仅有尼泊尔一家企业能够生产。

持续的技术研发使得企业产品矩阵不断丰富。截至目前,优慕食品已开发80个宠物乳品单品,二期生产线投产,预计年产量将达1000吨(干物质)。

面对亮眼的增长业绩,杨喜君时刻保持清醒的头脑:“最难的时刻尚未到来。”随着宠物经济热度攀升,乳业巨头与产业资本势必会加速涌入宠物乳品赛道,市场竞争将日趋激烈。他的应对之道是持续巩固自身行业地位——依托“中国乳都”的地域优势、稳定的奶源供应和独有的工艺技术,持续推出高技术含量的独家产品,同时坚守B端代工定位,与品牌客户形成深度绑定。

谈及行业发展,杨喜君也点出了繁荣背后的隐忧。目前,针对宠物食品生产的



详细行业标准尚未完善,优慕食品一直执行自身制定的高标准企业生产规范。建立并完善统一的行业标准,不仅有助于市场规范与产业升级,更是保障企业合规经营

和消费者合法权益的关键。

如今,杨喜君的目光已投向更广阔的天地:要凭借宠物奶酪产品打开欧美市场。

内蒙古自治区市场监管局发布提醒告知书 严厉打击酒类违法违规广告行为

本报讯(记者 祁晓燕)近日,内蒙古自治区市场监督管理局发布关于严禁设计、制作、代理、发布“特供”“专供”及相关酒类违法广告的提醒告知书,向全区经营主体、互联网行业从业人员作出提醒告知,进一步依法规范酒类市场秩序,保护消费者合法权益。

提醒告知书指出,根据国家市场监督管理总局《关于严禁制售“特供酒”的公告》规定,“特供酒”是假冒伪劣产品,是指虚假标注或宣传与党政机关和军队有密切关联的特定名称、符号、标志性建筑物、官方活动等信息的酒类产品,严禁各类生产经营主体从事生产、销售、餐饮、广告、宣传、印刷等方面“特供酒”制售违法行为。

开展酒类广告宣传应当严格遵守《中华人民共和国广告法》等法律法规,确保广告内容真实、合法。要坚持正确导向和价值取向,以文明、健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义核心价值观、中华优秀传统文化和国家通用语言文字的要求。

酒类广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的,应当真实、准确,并表明出处。引证内容适用范围和有效期限的,应当明确标示。涉及专利产品或者专利方法的,应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的,不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告。

在酒类广告中,禁止使用或者变相使用中华人民共和国国旗、国歌、国徽等。酒类广告不得含有诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒的内容。不得含有煽动过度消费,宣扬奢靡享乐、拜金主义等违背中华民族勤俭节约传统美德的内容。

严禁违法设计、制作、代理、发布、代言含有“特供”“内供”“专供”“特酿”“特需”“定制”“订制”“授权”“指定”“合作”“接待”“内部招待”“党政机关或军队专用、专供”“储备”“备战”“特需”等类似内容的酒类商品广告。

欢迎广大消费者和相关从业人员拨打12315投诉举报电话对含有“特供”“专供”等酒类及其他商品服务违法违规广告行为进行监督举报,自治区市场监督管理局将依法严厉查处并予以曝光。