

2025.7.15

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

# 当游客变“庄主”，葡萄酒旅游如何让人“入戏”？

未来，葡萄酒旅游的竞争力，正聚焦于能否提供激发深层情感共鸣、创造独特生命记忆的深度参与式体验，这要求酒庄必须彻底超越标准化的服务范式，以个性化关怀营造宾至如归的温暖氛围。

本报记者 张瑜宸 发自北京

近日，由全球葡萄酒旅游组织(GWTO)与烟台市人民政府共同举办的2025世界葡萄酒旅游大会盛大举办，吸引了来自全世界五大洲超过20个国家和地区的300多名代表，包括中外葡萄酒界的领军人物、国际组织的负责人、顶尖学者、行业领袖以及权威媒体代表，共同探讨葡萄酒旅游业的未来与发展。

会上，烟台获颁“国际负责任葡萄酒旅游目的地认证证书”，标志着烟台在葡萄酒生态保护、服务标准化、文化可持续发展等领域达到全球领先水平。与此同时，蓬莱产区捧回“全球杰

出海岸葡萄酒旅游目的地”的证书，不仅进一步提升了中国在全球葡萄酒地图上的地位，也为中国葡萄酒旅游业的发展树立了新的标杆。

可以说，荣耀的背后，折射出中国葡萄酒产区发展旅游经济的强烈愿望与蓬勃态势。

然而，当“酒庄游”再度成为热词，《华夏酒报》记者禁不住开始思考：消费者千里迢迢走进葡萄酒产区，追寻的“旅”与“游”，其内核究竟是什么？当“酒旅融合”成为行业共识，又该如何定义一场真正负责任的葡萄酒旅游？



## 行业热情下的现实挑战

作为大会重要成果，《全球葡萄酒旅游烟台宣言》正式发布。这份凝聚全球共识的文件，以“多元融合、资源共享、创新合作、绿色发展、品质赋能”为核心，明确将“推动负责任的葡萄酒旅游”作为全球共同倡议。宣言提出：要尊重各产区文化个性，构建全球葡萄酒旅游合作网络；开发跨区域沉浸式精品路线；将可持续发展理念融入酒庄建设与游客引导全过程；完善服务标准体系，让高品质体验成为全球葡萄酒旅游的共同名片。

烟台，特别是其核心产区蓬莱，凭借成熟的“葡萄酒+”产业生态，已成为中国乃至全球葡萄酒旅游版图上的耀眼亮点。通过整合“一带三谷”旅游线路、打造丰富业态(主题餐厅民宿、A级酒庄、特色活动)以及年均200万人次的旺盛人气，蓬莱成功构筑了集产业示范、文化沉浸、深度体验与生态责任于一体的“葡萄酒+文旅”模式。该模式的成功实践，生动诠释了《烟台宣言》所倡导的“多元融合、资源共享、品质赋能”等核心理念，展现了将资源优势转化为可持续旅游吸引力的强大能力。

然而，大会的深入探讨揭示，即使在这样的繁荣景象和高标准认证之下，葡萄酒旅游产业依然面临多重拷问。

首先，可持续性虽然被高悬为旗

帜——从提升生物多样性、采用非化学方式防治病虫害，到酒庄自身生产新能源——但若缺乏可量化、可对比的数据支撑与分析，这些美好的理念容易沦为空中楼阁。一位国际资深从业者直言不讳地说道：“我们完全有能力成为行业标杆，但目前所做的，还不够。”这份坦诚，点出了从理念到落地之间的鸿沟。

其次，酒庄周围配套设施的短板，则直接影响着游客的体验深度与停留意愿，特别是酒庄与市区交通的不便，周边餐饮、住宿等基础服务的匮乏，常常让兴致勃勃的游客乘兴而来却难以尽兴。

更深层次的问题在于产区内部的协作模式。酒庄间若陷入“零和竞争”，各自为战，而非协同发展，不仅难以形成合力撬动政府完善公共设施，也阻碍了区域整体魅力的提升。对此，美国普吉特海湾大学研究院皮埃尔·李建议由官方牵头，让当地农户融入产业链，提供地道的农家乐体验，形成互补的生活网络，同时，他呼吁本地高校加强针对性研究。

此外，旅游体验的同质化与真实性危机也不容忽视。当旅游仅仅成为本土文化的“替代品”而非真诚的“分享者”，当游客只能隔着玻璃匆匆一瞥酿酒车间，所谓的“体验”便失去了灵魂。



## 破题的关键，或许在于一场深刻的“体验革命”

当前，全球酒类消费的下滑趋势已经是一个醒目的信号：葡萄酒旅游的未来，绝不能仅仅依赖“饮酒者”。吸引不喝酒，甚至不喝葡萄酒的人群走进产区，拓展体验的边界，才是行业必须面对的课题。

对此，与会者们给出了相同的答案——重构游客与产区的连接方式，将游客从被动的“参观者”转化为主动的“共建者”，让体验从表层观光跃升为深度共创。

要知道，游客旅行的目的早已超越了传统的“景点打卡”与“到此一游”模式，转而追求深度嵌入当地的生活肌理与文化节奏，这意味着旅行节奏的放缓——游客渴望在葡萄园的晨曦中漫步，在酒庄古朴的院落里小憩，甚至参与一场本地农人的市集；意味着体验场景的延伸——从精致的品酒室走向喧闹的厨房(参与烹饪当地时令菜肴)、静谧的葡萄园(参与修枝或丰收)或社区的节庆活动；更意味着主客关系的重构——游客不再是被服务的“他者”，而是短暂融入，与庄主、农户、手艺人进行真诚对话与协作的临时“社区成员”。

唯有通过这种深度的沉浸式“旅程”，游客方能亲历共情，将异乡的风景真正内化为个人生命体验中可触摸、

可回味的珍贵片段，最终实现从“看客”到“生活者”的身份跃迁。

不仅如此，核心的转变，还在于对“游”之本质内涵的深刻重塑。未来，葡萄酒旅游的竞争力，正聚焦于能否提供激发深层情感共鸣、创造独特生命记忆的深度参与式体验，这要求酒庄必须彻底超越标准化的服务范式，以朋友般的真诚与细致入微的个性化关怀，营造宾至如归、如归家园的温暖氛围。

放眼国际前沿，更具开创性的探索，是赋予游客前所未有的主体角色。例如，设计“一日酿酒师”的沉浸式工坊，或开放部分葡萄园供认养与参与监管，邀请游客化身生产的协作者、风土的守护者与问题的发现者，从而培育深厚的归属感与情感纽带。

西班牙云泰集团大中华区负责人罗强分享了具体的先锋实践：他们巧妙地将当地特色文化(如精彩的大马戏表演、沉浸式换装服务)与独特的自然环境(在河流上乘着皮划艇品酒)相结合，创造出令人难忘的独特记忆点。同时，引入热气球、私人飞机等非酒精相关的设施和服务，不仅能延长游客停留的时间，更能丰富不饮酒人群的体验选择，真正拓宽了市场的广度。

值得关注的是，负责任的发展离不开预见性治理。酒庄须建立科学评估与预警机制，前瞻性化解旅游业膨胀可能伴生的隐忧，如物价非理性上涨影响本地居民生活质量、文化原真性在商业浪潮中褪色等，确保发展的红利真正惠及本地社区，保护原生态文化不被过度商业化的浪潮侵蚀。

归根结底，消费者走进葡萄酒产区，其深层诉求远不止于一杯美酒。他们“旅”的，是对一片土地真实生活图景与文化脉络的深度探寻；他们“游”的，是渴望成为这个故事中活跃的一员，而非仅仅是一个旁观的过客。

对此，有业内人士分析指出，烟台乃至蓬莱产区的全球荣誉是令人振奋的里程碑，但中国葡萄酒旅游迈向真正成熟的标志，在于能否超越单一的门票经济和饮酒场景，构建一个政府、酒庄、本地社区、游客多方深度参与、共生共荣的可持续生态系统：当游客能亲手触摸藤蔓，为“自己的”葡萄株除虫；当庄主与游客围坐分享当地时令美食与生活智慧；当独特的本土文化在互动中被真诚演绎——这才是“负责任”葡萄酒旅游应有的模样。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。