

旧瓶新酒②

中国经济网记者 秦佳鸣

从“拍完就走”到全程服务——

旅拍火爆催生文旅新业态



清晨的河南省洛阳市洛邑古城，晨雾尚未散尽，沿街的旅拍商号已经灯火通明。随意走进一家店，各式汉服陈列整齐、款式丰富。化妆镜前，化妆师凝神专注，为身着唐装汉服的游客勾勒出精致眉眼。不远处，摄影师手持相机，正同游客沟通拍摄思路。店内客流穿梭，展现着旺季来临的热闹。

从过去的景区留影升级为集妆造、拍摄、修图于一体的全链条服务，旅拍经济正以强劲发展势头，成为文旅消费升级的新引擎。

行业快速发展

十几年前的景区留影，还停留在“到此一游”的阶段。当时的摄影摊多驻扎于景区入口。一台入门相机、一个三脚架加一台打印机，便是全部设备。几年前，随着汉服在社交媒体上出圈，不少景区附近出现了一些小型国风旅拍工作室。不同于流动摊贩的“拍完就走”，这些小店能提供汉服租赁和拍摄服务，但多为“夫妻店”“小作坊”，没有妆造标准，缺乏拍摄规划，更没有品牌意识。

疫情后的文旅消费复苏，成为旅拍行业发展的关键转折点。“2023年初，汉服旅拍升温，暑假期间更是迎来爆发式增长，遍地都是旅拍店。”花间月旅拍创始人李阳告诉记者，因热爱传统文化，他于2023年8月在西安开了间40平方米的小店，3年间靠口碑逐步扩张，门店升级至160平方米，分店更遍布洛阳、开封、杭州等13个城市，“旺季时一家店单日接待上百名顾客”。李阳的创业经历，正是国内旅拍行业

3年来快速发展的缩影。2023年国内旅拍市场逐步升温；2024年消费需求人次突破2500万，市场规模接近400亿元；美团数据显示，2025年高峰期订单量实现翻倍增长；2026年元旦假期，美团平台民族服饰旅拍交易额同比增长幅度达130%。目前，国内现存旅拍相关企业超6000家，大批品牌顺势崛起，推动旅拍行业从零散的“小作坊”模式向标准化、品牌化转型。

旅拍市场的持续火爆，是多因素叠加的结果。社交媒体的盛行，让“拍照打卡”成为游客旅行必选项，满足了大众对“出片”的核心需求；国风文化兴起与民族自信提升，让汉服、民族服饰体验从小众爱好走向大众消费；消费升级背景下，游客不再满足于走马观花的游玩，转而追求沉浸式、个性化的文化体验。与此同时，商家跳出同质化竞争，在服务提质、文化深耕上持续发力，让消费者兼得“美颜”与“美好体验”。这些因素共同推动了旅拍市场走向繁荣。

带火地方文旅

“我专门从北京来洛阳，就是想穿着唐制汉服拍组大片，‘穿越’回盛唐感受一下。”旅拍爱好者贾女士说，她已在新疆、云南大理等多地体验旅拍，如今的旅拍店分工明确，化妆师、摄影师、修图师各司其职，拍完不久就能出片，带着精致妆造还能逛景区，体验感拉满。

为精准匹配这类消费新需求，头部旅拍品牌纷纷构建全流程标准化体系，从门店选址、装修、人员培训到服务交付，每个环节严

格把关；妆造形制、拍摄路线、选片修图时间节点逐一细化，确保服务质量稳定可靠。从新疆喀纳斯的自然风光旅拍到湖北荆州的战国服饰历史文化沉浸拍摄，再到云南西双版纳的民族风情体验，贴合当地文化特色的旅拍产品不断上新，既大幅提升消费者体验，更催生了“旅拍带火一座城”的现象。

一些游客在社交平台刷到风格鲜明的旅拍爆款作品后，会为拍出同款照片奔赴拍摄地，把旅拍列为旅程中的必打卡项目。这直接带动了当地餐饮、住宿等相关服务业同步发展，实现旅拍带火地方文旅。

以洛阳为例，随着汉服旅拍兴起，大批游客为沉浸式体验专程前往。洛阳老城区的汉服体验馆数量从2022年底的18家增至2025年8月的1360家。2024年，全区接待游客4000万人次，旅游总收入达300亿元，带动3万人从事文旅行业，为当地文旅产业注入了强劲动力。

跳出价格内卷

旅拍行业高速发展的背后，各类乱象也逐渐凸显。长三角消保委联盟的调查显示，近25%的受访者遭遇过旅拍消费纠纷。不少受访者指出，服装与化妆品存在卫生隐患，“一客一消毒”的标准尚未普及。

隐性消费问题也屡禁不止。“贴一对假睫毛加收20元”“加修一张图80元到100元”等消费陷阱屡见不鲜。更值得警惕的是，为了吸引客流，部分商家将旅拍价格压

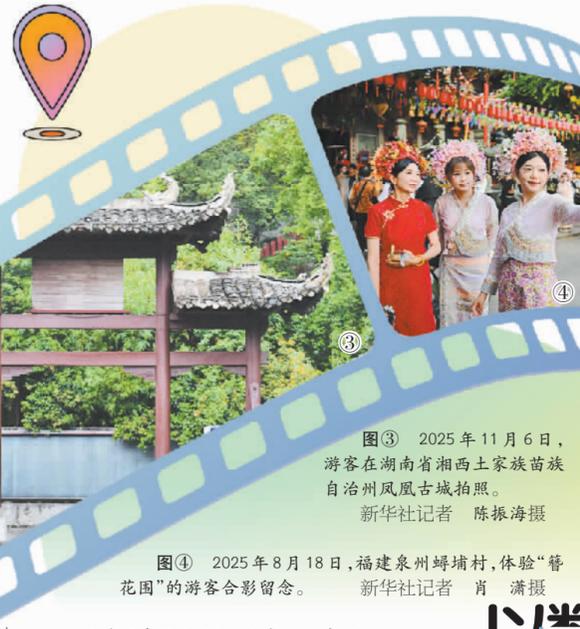
至不合理区间，这种低价策略倒逼商家压缩人力成本，或依赖隐性收费维持利润，不仅导致优秀化妆师、摄影师的流失，更直接拉低了全行业的服务水准。长此以往，商家很难再有资金和精力投入妆造和拍摄创新，行业将陷入“低价—低质—更低价”的恶性循环，产品同质化情况也将日益加重。

北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建表示，过度的价格竞争，会引发作品质量下降等一系列问题，最终会损害消费体验。“旅拍不仅要让人们拍得起，更要让人拍得放心、拍得舒心。”

厉新建建议，行业要实现健康发展，应加强市场秩序与服务质量的监管，优化整体体验环境，通过专业的摄影技术、场景设计为游客拍出好看的作品。同时，也要丰富旅拍之外的消费环节与产品供给，实现“以时尚旅拍引流，以综合旅游体验留客”。

如今，旅拍行业迎来了职业化的转折点。2025年5月，“旅拍定制师”被纳入人社部公示的新工种。未来，随着职业认证通道搭建、常态化专业培训开展、全流程服务标准推行等举措逐步落地，旅拍行业从业水平将得到整体提升，行业发展也将更加规范有序。

长远来看，旅拍的核心竞争力终究要回归“文化深度”与“体验温度”。唯有跳出价格内卷，深耕地方文化特色，通过持续创新提升服务价值，这门因“美”而兴的产业，才能从火爆一时的消费热点，蜕变为可持续“反哺”地方文旅的新业态。



图③ 2025年11月6日，游客在湖南省湘西土家族苗族自治州凤凰古城拍照。

新华社记者 陈振海摄

图④ 2025年8月18日，福建泉州埕埔村，体验“簪花围”的游客合影留念。

新华社记者 肖满摄

随着信息技术发展，数智化已成为推动社会进步的重要力量。在健康服务领域，数智化不仅意味着技术革新，更带来服务模式、治理体系和产业结构的全方位重塑。以数据为关键生产要素，以人工智能、物联网、云计算等新一代信息技术为驱动，全民健康数智化建设正为构建更加公平、普惠、高效的健康服务体系提供强大支撑。

“十五五”开局之年，推进全民健康数智化建设被纳入战略部署，这标志着我国健康事业正式从信息化向数智化跨越升级。由数据驱动的精准医疗正逐渐成为现实，不仅提升了医疗服务质量，更从多维度深刻改变着医疗行业的面貌。通过整合患者的电子病历、基因数据、生活方式信息等多源数据，人工智能算法可以构建个性化的健康模型，为医生提供更准确的诊断建议和治疗方案。基于大数据和人工智能的精准医疗技术能够分析肿瘤的基因特征，为患者匹配最适合的靶向药物，提高治疗效果，减少副作用。远程医疗借助数智化技术突破基层医疗机构服务能力不足、专业人才匮乏的困境，其深层意义在于推动医疗资源均衡配置，让优质医疗服务跨越地域壁垒，彰显健康服务的公平性。

数智技术在健康服务领域的应用取得了显著成效，但其进一步推广仍面临诸多现实障碍。医疗数据是数智医疗的关键要素，具备隐私性与分散性特征，而现有共享机制不完善、企业缺乏高质量训练数据，制约了技术创新。此外，相关政策规范体系缺失，在技术准入、质量评估、责任界定等方面缺乏统一标准，部分医疗机构因权责不明对AI技术应用持审慎态度，技术成果难以快速落地。部分基层医疗机构数字化设施薄弱，医务人员AI应用能力不足，数智化医疗成果难以下沉，加剧了区域间数智医疗发展的不平衡。面对这些问题，必须统筹推进技术创新与制度完善、资源下沉，打通发展堵点。

随着全民健康数智化建设深入推进和相关政策规范的不完善，人工智能将在医疗领域发挥更加广泛而深入的作用。届时，AI医生成为基层标配，远程诊疗深入城乡乡村，健康管理融入日常生活，广大群众将更公平地享有优质健康服务。

以数民生谈

李丹

抓住 避免盲目投递

求职者首先要认真打磨求职材料，突出自身竞争力。避免过度“堆砌技能”，罗列与应聘无关的信息。

其次，优化投递策略，结合学历、专业、行业规划锁定求职目标，有针对性地定制简历。

最后，重视面试准备，深入复盘简历项目，熟练掌握岗位相关知识，提高表达能力。

警惕求职陷阱

求职者需注意，遇到以押金、服装费、培训费等名义提前收费的，要一律拒绝。正规单位不会收取任何费用。保护好个人信息，不轻易提供银行卡密码、验证码等敏感信息，提交的证件复印件需注明“仅用于求职”等。

警惕“高薪刷单”“付费内推”“套路贷”等常见陷阱，入职前务必要核实企业资质，及时签订劳动合同，明确薪资、社保等条款。劳动者权益受到侵犯时，可拨打12333投诉。

求职者既要避免“万事俱备再投简历”的拖延，也要摒弃“非大企业不去”的执念。要根据自己的优势进行规划，精准发力，才能在“金三银四”招聘季更快地找到心仪岗位。



更多报道 请扫二维码

金三银四 求职窗口期

问：3月以来，春招紧锣密鼓地在各地开展。为何说“金三银四”招聘季含金量高？如何高效打开求职门路、锁定高质量岗位？

答：这几年，劳动力市场呈现全年活跃的状态。“金三银四”招聘季被格外重视，主要有两方面原因。一是不少企业的年度招聘计划多在这一时期落地，校招与社招同步发力，岗位供给数量大幅增加；二是这一时期政策红利集中释放，人社部组织春风行动，面向农民工、高校毕业生密集出台就业支持政策，如社保补贴、见习岗位开发、基层项目扩容等。

选择合适渠道

线上渠道方面，主流招聘平台上有更多招聘信息。相关部门也会联合大型招聘平台举办各类专场专业招聘会，方便求职者择优选岗。

国聘网、中国公共招聘网等官方平台，是获取央企、国企招聘信息的集中渠道。

很多用人单位的官网、官微等，也会发布详细的招聘信息。部分企业还会通过社群推送专属岗位信息。线下渠道方面，传统的高校招聘会、企业宣讲会、各地人才市场、行业专场招聘等同样不可忽视。现场投递简历后，往往能当场达成初步意向，尽快安排复试。企业也能通过面对面交流，用“看得见、摸得着”的互动选才方式。

万亿元级理财市场迎监管新规——

评级“指挥棒”督促行业规范发展

本报记者 王宝会

《理财公司监管评级暂行办法》按评级结果实施差异化监管，直接约束理财公司业务开展。高级别机构可优先开展养老理财等创新业务，评级偏低机构将被严控业务增量、限制高风险业务，低评级机构则面临业务限制乃至市场退出风险；未达标机构不得新增相关业务，整改未达标需压降存量。

近日，国家金融监督管理总局发布《理财公司监管评级暂行办法》（以下简称《办法》）。《办法》的发布实施，有利于强化监管导向，发挥评级“指挥棒”作用，督促理财公司切实履行受托管理职责，引导理财公司提升投研能力和风控能力。

近年来，在一系列监管政策的推动下，银行理财公司加快转型发展，已成为我国资产管理行业的重要组成部分。截至2025年12月末，全国32家理财公司存续理财产品规模30.7万亿元，占市场全部理财产品的92%。与此同时，部分机构存在发展定位需进一步明确、专业投资能力有待提高、净值化转型仍需深化、风险管控不够完善等问题。

国家金融监督管理总局有关司局负责人表示，为进一步明确理财行业发展方向，完善理财公司监管制度体系，推动理财公司持续提升能力水平，制定出台《办法》十分必要。一是有利于强化监管导向。发挥评级“指挥棒”作用，督促理财公司树立审慎稳健的经营理念，切实履行受托管理职责。二是有利于加快转型发展。推动理财公司对标行业先进，查找差距不足，持续加强自身能力建设，增强内生发展动力。三是有利于合理配置监管资源。通过监管评级，更好反映理财公司风险状况和经营特点，明确监管重点机构和重点领域，提高监管精准性和科学性。

《办法》对理财公司监管评级的总

体要求、评级要素、基本程序和分类监管等作出了规定。

一是明确监管评级要素与方法。《办法》设置公司治理、资管能力、风险管理、信息披露、投资者权益保护和金融科技六大评级模块，分别赋予10%、25%、25%、15%、15%和10%的分值权重，并针对性设置加分项、扣分项、级别调整因素，对理财公司经营管理和风险状况进行综合评价。二是明确监管评级基本程序。监管评级包括机构自评、初评、审核、结果反馈等环节。评级结束后，监管部门发现评级期间未掌握的重大情况，或者理财公司风险或管理状况发生重大变化的，可对监管评级结果进行动态调整。三是明确分类监管原则。《办法》规定监管评级结果分为1级到6级和S级，并分别明确不同等级理财公司的风险特征和分类监管措

施。业内人士认为，监管评级结果是监管部门配置监管资源、开展市场准入、采取差异化监管措施的重要依据。

国家金融与发展实验室副主任曾刚认为，监管部门的导向清晰鲜明，以评级“指挥棒”倒逼理财公司树立审慎经营理念，聚焦投研、风控等核心能力建设，有助于推动行业规范转型与高质量发展。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏认为，《办法》按评级结果实施差异化监管，直接约束理财公司业务开展。高级别机构可优先开展养老理财等创新业务，评级偏低机构将被严控业务增量、限制高风险业务，低评级机构则面临业务限制乃至市场退出风险；未达标机构不得新增相关业务，整改未达标需压降存量。这有助于整体倒逼理财公司强化合规风控、回归资管本源，推动行业

从规模扩张转向质量优先发展。

根据《办法》要求，理财公司应进一步强化内外部监督和母子风险隔离，推动理财公司稳健经营。曾刚表示，在强化内外部监督方面，内部以监管评级指标为指引，完善公司治理、风险管理内控体系，严格落实信息披露、投资者权益保护等要求，通过自评环节主动排查经营管理问题；外部接受监管部门全流程评级监管与动态核查，依托监管分类施策形成刚性约束，同时以评级结果为基础形成市场监督，构建内外联动的监督体系。

在做好母子风险隔离方面，将风险管理列为核心评级模块，以评级要求倒逼公司建立独立的风险管控体系，清晰划分分子公司在业务、资金、风控等方面的边界，从制度层面防范母公司风险传导；若风险隔离落实不到位，监管部门将实施扣分、级别下调等措施，并采取从严监管手段，强化风险隔离的执行力度。

推动资管行业规范发展，需将风险管理和资管能力摆在评级核心位置，为投资者提升管理和创造财富的能力。曾刚建议，在推动公司治理与业务发展相匹配方面，将公司治理作为评级基础模块，以评级导向引导理财公司完善治理架构，适配资管业务发展需求；同时结合资管能力、风险管理等评级维度，推动公司治理能力与投研、风控、产品管理等业务能力同步提升。