

加快培育文旅消费新增长点

近年来,我国大力推进文旅深度融合,新业态、新模式、新供给加快涌现,带动文化休闲、旅游出行等需求集中释放。“文旅+百业”“百业+文旅”不断深化,文旅市场展现蓬勃活力,为消费提供了更多选择。2025年,《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》发布,提出6个方面18项具体措施。今年的《政府工作报告》提出,清理消费领域不合理限制措施,释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。



融合创新助文旅消费提质



党的十八大以来,我国采取了哪些措施繁荣文旅消费市场?成效如何?

戴俊聘(中央财经大学文化与传媒学院副院长、教授):党的十八大以来,我国文旅消费市场活力持续迸发。根据国内居民出游抽样调查统计结果,国内居民出游人次从2012年的29.57亿增至2025年的65.22亿。2025年,国内居民出游花费6.3万亿元,同比增长9.5%。这一变化,源于体制机制改革的深化、产品供给创新的支撑、消费场景迭代的催化、高水平对外开放的助力。

《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》等出台,为文旅消费市场发展提供了有力指导。2018年文化和旅游部组建后,体制机制实现新突破。2019年,《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》印发,鼓励地方开展文化和旅游消费试点示范。此后,确定了一批国家文化和旅游消费试点城市、示范城市,在完善消费政策、优化消费环境、丰富消费供给、提升消费服务等方面先行先试,形成了一批可复制、可推广的经验。

一系列政策举措密集出台,文旅消费成为扩大内需、促进消费的重要抓手。《国务院办公厅印发〈关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施〉》《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,进一步释放文化和旅游消费潜力,充分发挥文化旅游业对推

动经济社会发展的重要作用。在有力有效的政策举措推动下,文旅消费市场产品供给日益多元,消费带动能力显著增强。

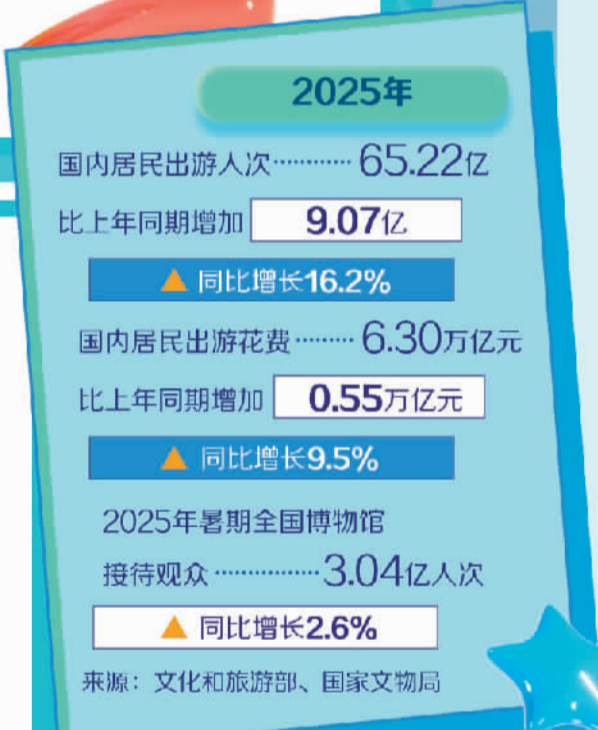
文旅产品体系不断丰富。一是文博热持续升温,博物馆日益成为公众喜爱的出行目的地。国家博物馆、故宫博物院、陕西历史博物馆等热门场馆“一票难求”,上海博物馆举办的重磅展览备受青睐。据国家文物局数据,2025年暑期全国博物馆接待观众3.04亿人次,同比增长2.6%,创历史新高。二是数智文旅产品加速出新,首批42个智慧旅游沉浸式体验新空间成为激发文旅消费的新引擎。数智技术深刻改变文旅产业的供给方式和服务模式,“十四五”时期,全国5A级旅游景区数字化改造完成率达100%,如黄山景区通过数字孪生系统优化登山路线,使观光车空载率下降18%,游客平均排队时间缩短约25%。三是乡村旅游提质增效,文化产业赋能乡村全面振兴。已推出四批1399个全国乡村旅游重点村和两批198个全国乡村旅游重点镇(乡)。

文旅消费空间持续拓展。一是发挥网红城市的辐射作用。重庆、淄博、哈尔滨等城市通过独特的文化符号和消费体验实现“出圈”,游客不再满足于游览单个景点,而是追求对整座城市的生活方式、文化氛围和烟火气的沉浸式体验。二是夜间经济成为文旅消费的重要增长点。2021年起,文化和旅游部启动国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设工作,已遴选出三批345个集聚区。据中国旅游研究院监测数据,全国5A级旅游景区夜间开放率从2020年的23%提升至2025年的66.9%,2025年夜间开放的5A级旅游景区

中,近半数实现“食住行游购娱”业态全覆盖。三是文旅与演出、赛事、展览等场景跨界融合。“跟着微短剧去旅行”“跟着赛事去旅行”等新业态释放消费潜能,“苏超”“村BA”持续火爆。

入境旅游消费呈现蓬勃活力。一是持续优化签证政策。2024年,过境免签政策全面放宽优化,过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为240小时。2025年,我国单方面免签国家增加至48个,与我国互免签证国家扩大至29个。二是举办“你好!中国”国家旅游形象推广活动。充分运用社交媒体及新媒体手段展示文旅资源,“China Travel”成为海外社交平台上的热词,极大提升了“中国游”的国际吸引力,为入境旅游消费市场注入源源不断的活水。三是优化入境旅游服务体验。提高入境游客使用境外银行卡及各类电子支付方式便捷程度,完善景区、机场、车站、酒店、购物商店等场所的多语种标识及导览设施,推动扩大境外旅客购物离境退税政策覆盖地域范围。据国家移民管理局数据,2025年全国移民管理机构共查验出入境人员6.97亿人次,同比上升14.2%,创历史新高,其中免签入境外国人超3000万人次,同比上升近五成。

我国文旅消费市场在从规模扩张向质量提升转变的同时,还面临文旅深度融合的“化学效应”尚未完全释放、文旅数智化转型深度和广度有待拓展、文旅消费季节性不平衡问题等挑战。随着政策红利持续释放,消费需求不断升级,创新动能加速集聚,我国文旅消费市场将保持稳定增长态势,在推动高质量发展中发挥重要作用。



差异化优势促进可持续发展



文旅消费活力离不开高质量、多样化的供给,各地进行了哪些有益探索?如何构建差异化优势驱动可持续发展?

王林生(北京市社会科学院文化研究所研究员):近年来,各地围绕繁荣文化和旅游消费出台相关政策举措,将打造文旅品牌作为激活区域消费潜力的重要抓手。随着文旅产品和服务供给不断丰富,文旅消费及其所联动的产业链条为区域就业扩容、基础设施升级、在地文化深度挖掘提供了有力支撑。

加快文化资源活化利用。各地依托文化资源,推动传统文化创造性转化和创新性发展,将静态文化遗产转化为可体验的文旅产品,通过文化赋能旅游大力提振消费。陕西西安依托盛唐文化打造《长恨歌》等实景沉浸式演艺,将历史典籍、故事传说等有机融入旅游体验,通过可触可感的场景带游客沉浸式感受千年文脉,在情感共鸣中提升文旅内容的吸引力。2025年,西安接待游客3.27亿人次,游客总花费4026.2亿元,同比分别增长6.7%、7.06%。

培育新消费业态。顺应居民消费需求变化,各地加快新技术新模式创新应用,撬动文旅消费新增长点。例如,山西推出“唱游山西”文旅体验活动,广东开发特色低空文旅项目,贵州打造“桥见贵州”研学品牌等,为消费市场注入强劲动能。各地持续推动文旅跨界融合,最大程度释放新消费业态的综合效益。北京延庆以冰雪产业为抓手,打造全域、全时、全景的文旅融合新格局,通过组织开展冰雪欢乐季,以冰雪为媒,带动滑雪、温泉、餐饮等消费,“冷资源”持续释放“热效应”,2025—2026年冰雪欢乐季实现收入超6亿元。

打造特色文旅IP。文旅IP成为激活消费的新亮点,各地结合自身资源禀赋和发展实际,推动文旅产业与历史遗产、赛事、城市形象等融合发展,打造特色文旅IP赋能经济社会发展。2025年,“苏超”破圈并带动“跟着赛事去旅行”升温,创造了“1元门票带动7.3元周边消费”的乘数效应,更在赛事周期内激活文旅消费全链条,“苏超”前六轮比赛监测的旅游、餐饮、体育等场景合计实

现服务营收379.6亿元、同比增长42.7%。浙江推进文旅融合IP工程建设,编制文旅融合发展IP开发目录,将文化资源转化为产品优势,让游客在体验中感受诗画浙江的文化魅力。

各地文旅消费市场规模不断扩大,消费结构持续优化。但也要看到,在个性化、多元化、高品质内容供给方面,还存在短板弱项。一些项目走红后,有的地方快速复制,产品供给存在“千景一面”现象,不仅失去了区域文旅发展的独特性,更削弱了消费者的情感黏性与复购意愿。区域文旅消费市场发展“冷热不均”,网红城市门庭若市,县域乡村地区却面临“有资源、无流量、难转化”的困境。推进区域文旅消费市场可持续发展,可从以下方面着力。

彰显地域文化独特性。聚焦地域文化基因深度解码,开展文化基因解码工程、激活工程,通过系统梳理文化谱系,探索“文化元素普查—基因解码—成果转化”的文化资源活化利用路径。鼓励文旅企业在内容创作、IP孵化等方面强化文化基因与现代消费场景的耦合设计,推动文化符号向可感知、可体验的消费场景转化。将具有鲜明地域文化标识的文旅项目纳入项目带动战略,以示范效应推动文旅内容供给提质升级。

深耕细分市场。结合不同消费群体兴趣爱好,加强文旅产品的差异化供给。精准识别不同消费群体的价值偏好,将“怀旧感”“探索欲”“归属感”等抽象情绪具象化为可感知、可交互、可参与、可传播的体验内容与服务设计,推动区域文旅IP实现多元供给。如秦皇岛阿那亚的“孤独图书馆”把握不同消费群体的诉求,实现了向精准定制跃迁。

增强区域发展协调性。强化大数据平台预警导流作用,建立跨部门、跨区域数据共享机制,整合文旅、交通、气象等平台数据资源,破除数据孤岛,实现文旅消费流量实时监测、智能分析导流。提高商业平台的公共服务意识,支持平台对流量饱和和区域自动触发分流提示,有序引导游客向县域乡村、冷门线路以及非高峰时段转移。推动短视频等社交媒体深度嵌入文旅消费链条,鼓励平台依托用户画像与算法推荐技术,精准推送文旅内容,给予较冷门目的地内容孵化、流量转化等支持。

顺应数智化趋势,科技与文旅深度融合是如何释放消费潜力的?数字赋能文旅消费还有哪些瓶颈待突破?



李冰(北京交通大学教授):随着数智技术加速迭代升级,科技赋能文旅已超越扫码入园、电子导览等浅层应用,深度嵌入文旅消费链条。

一是数智化催生新场景新服务。传统文旅产品和项目存在体验时间、空间的局限性,数智技术不仅丰富了表达方式,还能打破时空限制,通过高精度全息建模、AI实时交互、物联网等手段,将静态文化遗产转化为可体验、可交互的文旅消费产品。数智技术推动新业态持续涌现,相关经营主体取得良好收益,2025年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入68253亿元,增长14.3%。同时,数智化不断拓宽商业平台的公共服务意识,支持平台对流量饱和和区域自动触发分流提示,有序引导游客向县域乡村、冷门线路以及非高峰时段转移。推动短视频等社交媒体深度嵌入文旅消费链条,鼓励平台依托用户画像与算法推荐技术,精准推送文旅内容,给予较冷门目的地内容孵化、流量转化等支持。

二是数智化提升供需匹配效率。以数据为支撑,运用数智技术洞察个性化需求,进而精准识别银发康养、青年社交、亲子研学等分众需求,为文旅产品创新提供支撑,将零散的用户需求聚合转化为规模化的商业价值。数智化工具正逐步嵌入游客的旅行决策,展现出强大的消费需求激发力。《2025携程旅行决策双引擎洞察报告》显

文旅消费作为服务消费的重要板块,是扩内需、稳增长、惠民生的重要抓手。2025年,国内居民出游花费6.3万亿元,约占居民总消费支出的15.2%,文旅消费市场活力迸发。不过,我国旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重约4.35%,与发达经济体相比仍有差距,文旅消费潜力和空间巨大。

影响文旅消费规模和质量的主要因素包括收入水平、消费时间、供给水平等。其一,文旅消费属于发展型、服务型消费,人们的消费行为与收入水平以及对未来收入预期相关。随着物质生活水平提升,人们的精神文化需求不断增强,更注重文化认同和情感共鸣。国际经验表明,人均国内生产总值达到1.5万美元左右时,消费结构将加快从商品消费主导向服务消费主导转变。我国人均GDP已超过1.3万美元,服务消费进入快速增长阶段,为文旅消费带来发展机遇。其二,文旅消费依托于消费者全过程参与,时间是必不可少的投入要素。闲暇时间总量与连续性不仅直接影响消费的频率、数量和空间跨度,而且最终表现在消费者体验上。当单位时间价值上升,消费者会偏向短途、高频、时间成本低廉的文旅项目,但却失去深度体验的机会。职工带薪错峰休假制度、节假日制度等,本质上是以时间重构促进消费扩容。其三,需求和供给如同一个硬币的两面,需求牵引供给,有效供给也会创造需求。文旅消费扩能提质,有赖于供给端在特色文化嵌入、故事内容创意、情境氛围营造等方面的差异化能力。当供给从标准化产品转向个性化、沉浸式体验时,人们更愿意深度消费。迪士尼、环球影城通过构建IP产业链满足消费者深度体验需要,我国顺应消费升级需求创新打造沉浸式演艺等场景,不断丰富文旅市场供给。

近年来,我国文旅消费快速增长,但也面临需求侧、供给侧多重约束,影响了消费潜力释放。从需求侧来看,虽然居民出游意愿强烈,但也存在带薪年休假制度落实不到位的现象,加上节假日集中出游导致景区拥堵、用户体验下滑、叠加导游乱象、大数据杀熟、价格不透明、强制消费等问题,一定程度上抑制了出游意愿。从供给侧来看,还面临创新能力不足,满足细分市场深度体验的优质产品供给短缺等

建言

供需双向发力激活

板,低空文旅等新业态标准尚不统一等问题,也对文旅消费一定程度上形成掣肘。

今年的《政府工作报告》提出,清理消费领域不合理限制措施,释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力。需坚持需求释放,供给创新、制度优化、服务提质协同发力,通过供需高水平动态平衡推动文旅市场创新发展,将文旅资源优势源源不断转化为消费动能。

一是释放需求夯实消费基础。支持有条件的地方推广中小学春秋假,落实职工带薪错峰休假制度,探索亲子协同休假,进一步优化假期结构,平衡淡旺季供需,支持有条件的城市发放文旅消费券,带动交通、住宿、餐饮等关联消费增长。

二是优化供给体系精准对接需求。深耕细分客群市场,顺应品质化、个性化、定制化消费趋向,并避免消费歧视或不正当竞争。深挖在地文化打造专属IP,推动静态文化遗产转化为动态传承的价值符号与精神财富,促进跨界融合。延伸消费链条,开发文创、演艺等二次消费产品,摆脱门票依赖;运用人工智能、大数据等技术打造智慧景区与沉浸式体验场景,培育“小而美”业态,推动游客参与体验共创,让文旅场景成为情感共鸣与精神滋养的载体。

三是深化制度改革优化营商环境。促进跨部门文旅市场服务与管理协同,巩固深化“一业一证”改革,简化文旅新业态审批流程。探索建立文旅消费分级分类的风险监管体系,避免“一刀切”管理制约经营主体发展活力。构建文旅消费大数据信用监管体系,整治市场乱象,降低消费者维权成本。

四是补齐公共服务短板打通消费堵点。完善文旅景区基础设施,结合实际、因地制宜延长热门文博场馆、景区营业时间,优化预约方式,提升服务质效和公众参观体验。全域推进适老化、无障碍设施建设,提升老年人出游舒适度,带动银发群体消费。优化国际支付、退税、兑换网点布局,持续提升入境消费便利度,推动扩大入境消费,打造具有全球吸引力的入境消费目的地。

(作者系中国旅游研究院产业研究所所长、研究员)

数智化应用撬动消费增量

示,在搜索中使用AI规划旅行的用户比例提升了270%。利用人工智能生成合成技术,整合景区、食宿、气象、交通等数据,与用户偏好、预算等多维度数据相结合,生成涵盖“食住行游购娱”的行程方案,在降低游客搜寻、决策成本的同时,也推动文旅消费平台从“单一信息检索”向“一站式服务支持”转型升级。

三是数智化推动消费链条延伸。通过数智技术驱动精准导流,游客的有效停留时间不断延长,对景区周边乃至城市商圈带动作用凸显,形成从“流量”到“留量”的转变。近年来,杭州大力推进“多游一小时”项目,通过打造“20秒入园”“30秒入住”“数字旅游专线”等场景,让游客的旅游半径走向全域景区,随后推出“轻松游”行李服务一件事以及城市文旅智能体“杭小忆”等应用,切实提升游客体验,该案例入选联合国人居署中国未来城市顾问委员会发布的《未来城市顾问展望2025:人工智能和城市》报告。

数智技术的广泛应用,为文旅消费打开了新空间。但在实践中,仍面临不少问题和挑战。比如,有些项目过度依赖“技术炫技”而忽视了深挖文化内核,不仅造成资源浪费,也容易致游客审美疲劳;数字化普及的同时,增加了侵权、数据安全、隐私泄露等风险,尚存在数据孤岛、数字鸿沟等现象,需通过治理创新与路径优化予以破解。

“十五五”规划纲要提出,“充分发挥数智技术和数据要素对丰富人民生活、改善

民生福祉的作用,拓展教育、医疗、养老、文旅、就业、消费等领域融合应用”。要坚持守正创新,建立可持续发展的数智化应用模式、治理体制,有序扩大新场景新产品开发供给,推动数智技术更好赋能文旅消费。

推动数智技术深度融入文旅消费链条。推动内容为王,充分利用大数据、人工智能等新技术,推动文旅景区景点服务转型升级,统筹交通调度、游客参观、商户销售等环节形成智能化联动,让数据这一核心要素释放资源配置的乘数效应。提升文旅产品生产的智能化水平,高质量打造兼顾市场效益和社会效益的新场景,持续优化游客消费体验。

完善文旅市场综合治理体系。健全相关法律法规,加强对原创数字文旅内容和品牌的保护,创新对低空文旅、沉浸式体验等新业态的监管模式,推动文旅消费数智化转型。搭建跨部门、跨行业的大数据平台,依法依规制定统一的文旅消费数据共享标准。严厉打击大数据杀熟、侵犯隐私等行为,切实保护消费者合法权益。

强化文旅消费市场建设的普惠性。推动文旅消费数智化转型,要坚持科技向善,构建有广度、有温度的文旅消费格局。在推行智能预约、无感支付、机器人导览等高效服务的同时,需酌情保留必要的线下窗口、人工帮办等通道。针对老龄群体,嵌入适老化服务等功能,加快开发适老化智慧导览终端、App界面等;针对青年群体,开发创新创业、文化消费等多元场景,让科技红利惠及更广泛群体。