文旅热 冷思考⑤

小众旅居的大众圈

在云南西双版纳，退休老人择城长居、静享烟火日常；在贵州乡野，青年“数字游民”扎根山间、兼顾生活与工作……曾经小众的旅居，已打破养老康养的刻板标签，从银发群体的休闲选择，变为全龄段追捧的生活新方式。政策加持、消费升级、人口结构变革，让旅居成长为潜力巨大的文旅新赛道。热潮之下人们不禁会问，旅居能否跳出小众圈层、实现大众化稳健发展？

2025年

云南省旅居人数 超550万人

同比增长41.4%

到贵州旅居15天以上的人群规模达 238万人次

本报记者 温宝臣 管培利 田杨 李秋旸

“我们合唱团团长回老家了，其他团员也陆续走了，再过几个月，他们就会准时回来。我就不走了，每天写写字、散散步。”在云南省西双版纳州景洪市嘎栋街道万景社[illegible]者介绍[illegible]旅居者跨越千里，择一城而居、伴山水而安，把他乡过成故乡，在烟火日常里追寻更从容、更舒展的生活方式。旅居也正在打破“养老专属”“休闲康养”的刻板印象，年轻旅居群体占比逐步上升，也更注重将旅游与生活、工作结合在一起。

然而，大众对旅居的认识仍存在分歧。比如，有人认为旅居只是旅游的附属品，有人则认为旅居已成长为一条独立、庞大且持续迭代的核心赛道。那么，曾被视为小众选择的旅居能否走向大众化？面对市场热度，旅居目的地该如何更好地完善配套设施与服务？带着这些问题，记者赴云南、贵州进行了深度采访。

从看风景到乐享生活

旅居的人多起来了，这是云贵地区从业者的普遍感受。

2025年，云南省旅居人数超550万人、同比增长41.4%，人均旅居时长83天，带动餐饮业、住宿业营业额分别增长6.5%、8.3%。《2026贵州旅居研究报告》显示，2025年到贵州旅居15天以上的人群规模达238万人次，其中省外购房旅居占比18%。

“目前，国内对旅居还没有统一定义。参考国内外相关资料后，云南尝试把旅居定义为省外客人以旅游休闲、度假康养、移动办公、户外运动等为目的，离开其惯常居住地或工作所在地，到云南省内居住两周以上、一年以内的行为。”云南省文旅厅旅居工作专班负责人说。

环国游4年之后，“凯哥行中国”旅游博主陈凯把自己安放在云南省曲靖市马龙区张基屯。推窗见山、出门见水，冬有暖阳、夏有清凉，加上乡村独有的静谧恬淡，这里满足了他对慢居生活的所有期待。

云贵地区大部分旅居者都是奔着当地气候好、风景美而来。然而，气候作为慢变量不足以解释旅居人口快速增长的原因，一定还有山水之外的因素在生长。

在中国旅游协会秘书长葛磊看来，这主要包括了人口结构转型、旅游消费升级和政策持续完善三大核心变量。

群体基数变大——

近些年，我国人口老龄化程度持续加深。截至2025年底，我国60周岁及以上人口达到3.2亿人，占总人口比重为23%。

“这一群体有钱有闲，有自己的生活主张，还有旺盛的异地康养和休闲旅居需求。”葛磊说。中国老龄协会去年年底发布的《旅居养老时空大数据分析报告》显示，2024年7月至2025年6月，我国旅居养老总规模为8431.6万人次，平均每月702.6万人次。

此外，随着全国数字基础设施不断完善和远程办公模式快速普及，移动办公和异地生活更为便利，“数字游民”成为互联网时代的新型旅居群体。

中国社会科学院旅游研究中心秘书长金准指出，老年人和“数字游民”这两股力量共同拓宽了跨区域生活方式的受众基础，使其从少数群体的特定行为演变为具有宏观经济意义的普遍消费趋势。

旅游方式升级——

从北京辞职后，山东小伙刘泽斌来到西双版纳曼贺纳村经营一家民宿。这两年，他最大的感受是，游客审美和需求提高了，更想体验真实的在地生活与文化。

“曼贺纳是千年傣寨，具备神秘感和稀缺性。我们会带客人到傣族老乡家吃杀猪宴，参与美食制作，体验过节氛围，也会到非遗代表性传承人家里体验织傣锦。游客非常喜欢。”刘泽斌说。

游客组织方式正加速从团队游转向自由行。“2025年，云南共接待游客7.82亿人次，其中通过旅行社组织的团队游客占比不到10%。”云南省文旅厅市场管理处负责人介绍，近几年，旅游市场消费升级趋势十分明显，逐步向注重性价比和沉浸式体验的方向发展。作为融合文旅、康养等多领域的新兴业态，旅居能提供多元生活场景和服务供给，成为旅游业转型升级的重要抓手。

支持政策密集——

2021年，旅居养老纳入国家规划，《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出“打造旅居养老旅游市场”。2024年至2026年是政策密集期。今年1月，国办印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，将旅居服务作为六个重点领域之一。分析指出，政策从顶层设计上将旅居提升为独立业态，支持项目用地和服务设施建设，并推动闲置农房盘活，直接加速了乡村旅居、康养旅居等细分赛道发展。

在政策指引下，云南、贵州、海南等地纷纷出台具体行动计划，将旅居作为推动文旅融合、银发经济和乡村全面振兴的重要抓手。例如，贵州在今年全省旅居产业发展推进会上提出打造“旅居到贵州、生活更多彩”统一品牌，并设定了“十五五”时期新增100万旅居人口的目标。

旅居与旅游，一字之差，内涵迥异，诠释了旅游业态的新趋势。中国旅游研究院战略所负责人韩元军指出，从看风景到享生活，旅居满足了大众对美好生活的需求，正成为数亿人参与的万亿元级文旅产业新赛道。

从资源优势到丰富供给

旅居客追求的是望得见山、看得见水、记得住乡愁、容得下灵魂的新空间。云贵地处我国西南，旅游资源好但区位条件弱，游客耗时长、交通成本高，制约了旅游资源的开发和利用。而随着旅居兴起，过去的短板正成为发展优势。

炎炎夏日，许多人向往寻找一片清凉。曲靖市凭借夏天19.7摄氏度的清凉气候优势，蹚出了旅居服务新路。

走进马龙区土瓜冲村，咖啡馆、瑜伽馆、艺术工坊……过去这些专属城市的多元休闲配套随处可见。就在几年前，这里还是典型的“空心村”，年轻人外出打工，120多间老房子闲置，不少都坍塌了。

2021年，村子迎来转机。当地政府整合700余万元用于道路改造、污水处理和环境整治；社区将分散资源集中起来，向农户租赁77间闲置房屋、流转1000亩土地，分别承包给企业发展旅居、种植花卉，配置花海露营、露天电影、乡村集市等项目；云南若谷文旅开发有限公司投入400余万元进行室内装修并运营管理。

“我们将77间房改造成35套院子，客房入住率常年保持在85%以上。这里配备了管家，根据旅居客需求提供差异化服务，比如代收快递、代购生活必需品等。”云南若谷文旅开发有限公司负责人钟鹏说，“我们的特色是没有把农村变成景区，这里还是农村。”

如果旅居者在土瓜冲待腻了，想换个环境，若谷文旅提供会员换住服务。未来公司将在昆明、大理、丽江、保山、玉溪等地建设更多旅居村，会员预约后，可在这些旅居村自由往来。

马龙区委宣传部部长周蜀涓介绍，目前当地正全面推广运用土瓜冲模式，因地制宜规划打造“一带一圈、多点分布”的旅居产业生态圈，计划到2027年建成20个以上旅居村。

在曲靖，旅居者体验的是夏季的清凉与乡村的幽静；到了西双版纳，旅居者则能感受到文化的多元和风光的独特。

西双版纳州文化和旅游局副局长玉班坎介绍，在这里，游客可以亲近自然，静听鸟鸣虫吟，探寻植物与昆虫世界的奥秘，与亚洲象来一场不期而遇的邂逅；在这里，各民族共同织就了多姿多彩、丰盈鲜活的民族文化，营造了开放包容、亲诚友善的生活氛围。

万景社区旅居居民于泽告诉记者：“初次踏上西双版纳这片土地，我就被这里的山水风光、人文景观、民族文化深深吸引。特别是泼水节，那泼湿全身、幸福终身的酣畅快乐，给我留下了深刻印象。”

玉班坎说，近年来，西双版纳先后推出“主客共享”“文艺旅居”等旅居新模式，2025年接待超86万名旅居客人。

从区域上看，云南形成了昭通、曲靖等避暑旅居目的地，西双版纳、德宏等避寒旅居目的地，昆明、大理、丽江等一年四季都能旅居的目的地。

从乡村旅居到城镇旅居，从温泉旅居到医养旅居，从养老旅居到文艺旅居，从体育旅居到边境幸福旅居……各地因地制宜、因时制宜，探索打造村镇居民与旅居客群共建共享的公共文化服务新空间，建设旅居社区“15分钟生活圈”，旅居产品越来越丰富、旅居生活越来越便利。

云南省文旅厅相关负责同志表示，2024年以来，云南省出台《加快推进旅居云南建设三年行动》等一系列政策措施，打造“旅居云南”大IP、大生态、大产业，推动“有一种叫云南的生活”具象化，让云南成为更多人的“第二故乡”。

在云南的近邻贵州，旅居产业也蓬勃发展。目前已推出城市旅居代表性项目26个、乡村旅居代表性项目140多个，标注重点旅居点位70余个、相关配套200余个。如今的贵州，既有配套完善的城市旅居产品，房源精装交付、拎包即可入住，游客可以畅享便捷的“15分钟旅居生活服务圈”；也有特色旅居村寨，可沉浸式融入田园生活，与当地村民共度邻里时光。

从“旅创探索”到“宾主共享”

清晨5点，住在马龙区黄坝村的雷军醒来后，便准备下菜地，若按照过去在广州的生活节奏，这个时间他才吃完宵夜躺下。体重从270斤减到190斤，血糖降到正常值，“来时带了一大兜子药，到现在一颗都没吃”。雷军说，自己是村里37个院子的旅居管家，每天的工作就是种菜、摘瓜和取快递。

黄坝村的旅居客里，有就职一线城市的打工人，有辞职来钓鱼的“90后”小伙，也有退休多年的花甲老人。37套院子，配套共享菜地、共享果园、共享书屋，出租率百分之百，租期从3个月到20年不等。许多在城市里筋疲力尽的人，来到这里疗愈身心。

在丽江市玉龙雪山脚下的玉湖村，吴林的咖啡馆就像一个中转站，全国各地的年轻人通过社交平台找到这里应聘岗位。这里像是旅居者的“新手村”，检验着他们能否适应高原的阳光、缓慢的节奏及远低于大城市的薪水。有人待半年就走了，去大理开自己的工作室；也有人留下来，成了店里的骨干。

这种“旅居+创业”的模式，正让越来越多的人从“游客”转变为“旅居者”。对他们而言，旅居不是一个孤悬于日常之外的诗与远方，而是需要柴米油盐支撑的真实生活。

面对旅游形态的改变，云南积极延伸旅居产业链，不但让人留下来，也回答好“留下来干什么”，并着力解决“谁来创”和“创什么”两个主要问题。

今年4月，云南省文化和旅游厅启动“旅创人才库”建设，首批征集各类人才800余人。人才库将为入库者建立专属人才档案，并纳入全省旅居人才库统一管理；结合创业或服务项目，匹配推送人才政策、创业扶持、项目合作及服务礼遇；同时对接当地文旅志愿服务、宣讲分享、创业孵化等多元平台。

解决“创什么”，归根到底还是要链接本地产业资源。云南将非遗、文创、书咖等多元业态融入旅居场景，培育引进2300多个茶咖小馆、文创空间、直播小院等旅创工坊。在普洱孟连，芒芒村咖啡社区瞄准“数字游民”需求，打造集咖啡体验、生产加工、创业孵化于一体的空间，吸引了大批年轻人。

服务的提升和环境的优化，为这种探索筑牢根基。

今年3月，大理市在政务服务中心设立云南省首个“旅居创业服务窗口”，整合创业担保贷款、社保登记、用工引才等核心业务，延伸经营主体注册、法律咨询等一站式服务。同时，窗口联动银行推出“苍洱创业贷”，针对在大理没有房产、不熟悉贷款政策的创业者，提供最高50万元的免抵押授信。

“针对旅创者‘人生地不熟’的痛点，我们根据企业运营中的实际问题，整理出精准服务清单。”大理市人力资源和社会保障局局长周雪蓉说，这样做的目的就是让创业者少走弯路，满足“留下来、创起来”的新需求。

调研采访中，我们一直在追问，旅居会走向大众吗？得到的答案不是简单的“是”或“否”，而是“主客共享”“分层共存”，不同人群、不同预算、不同时长并存共生。

“数字游民”在昆明的咖啡馆里远程办公；退休老人在贵州花2000元包吃住一个月；雷军在黄坝村一边旅居享受生活，一边当旅居管家保持工作状态；吴林全家把生意和生活搬到玉湖村……这些都可以被称为旅居。它们形态各异但内核相同——在异乡寻找一种更有质量的生活方式。

“旅居客不是简单享受当地文化，而是和当地文化共生。”贵州师范大学教授张晓松认为，旅居者应带着尊重、学习和参与的心态进入一个陌生社区，慢慢成为其中一员。

大理市太和街道刘官厂村委会凤阳邑村在“艺术家第二居所”建设中提供了一种思路——通过创建一个平台，让国际时尚品牌与本地非遗代表性传承人对接，让民族服饰走上T台。“‘艺术可穿戴的村落’这个愿景本质上是让不同的旅客与在地文化产生深度链接，而不是仅仅停留在消费层面。”喜山文旅创始人龚滟蓉说。

过去，人们离开乡村去城市打拼；现在，越来越多人选择离开大城市，去小镇、去乡村、去雪山脚下、去湖边村落，寻找另一种生活。这不是逃避，而是探索。

不是所有人都会成为旅居者，但会有越来越多人在旅居中重新发现自己的可能性。当更多地方能够提供这种“可安放”的可能性，旅居或许就会从少数人的勇敢尝试，变成多数人的触手可及。

图① 云南省丽江市玉龙纳西族自治县白沙镇玉湖村一家民宿内，窗外的玉龙雪山景美如画。 本报记者 李秋旸摄

图② 游客在云南昆明滇池绿道上骑行，乐享健康生活。 郑 益摄（中经视觉）

调查手记

向前看，也要回头看

温宝臣

当旅居变成千万人的现实生活方式，产业也站在了发展的关键路口。此时，既要向前看，把握大势与机遇；也要回头看，汲取过往经验教训，锚定更稳健的前行方向。

向前看，旅居产业作为康养经济、文旅经济、休闲经济融合发展的重要载体，已成为新一轮消费升级中增长稳健、潜力巨大的赛道之一。以贵州为例，其旅居市场呈现规模大、增长快、全龄化、全域化等特征，旅居群体涵盖25岁至34岁年轻人群与50岁以上银发人群，近七成旅居者停留15天至30天，九成市州已形成规模市场。

越来越多的数据表明，大众对深度体验式消费的需求正在快速释放。面向这一确定性趋势，各地千方百计调动资源为产业铺路：云南出台专项用地保障政策，明确将医养旅居、养老旅居、文艺旅居、体育旅居等业态纳入用地支持范围。贵州举行全省旅居产业发展推进会，明确工作重点和抓手。

越是前景广阔，越要回头看，牢记过往教训，守住发展底线。过去，不少地方将旅居简单等同于旅游地产开发，大干快上搞了许多房地产项目。部分开发商只顾高周转赚快钱，对于如何通过服务体系解决业主异地置业房客分离、优化住后体验等问题，投入甚少甚至漠不关心。伴随市场的起起落落，一些后续项目无人问津甚至烂尾。

发展旅居或旅居地产，绝对不是简单的租房卖房，要更加注重运营服务，完善休闲娱乐、文化体验、适老化等服务设施，更加注重开展社群活动、丰富精神文化供给，让旅居客来了不想走、走了还想来。否则，脱离生活本质、单纯依赖房地产开发的旅居模式，最终只会让“候鸟”变成无枝可依的群体，让产业发展陷入“卖房即终点”的空心化困境。

回头看，不是要否定发展，而是提醒我们不能走老路，把产业的根扎在“生活”而非“地产”之上。目前，不少地方有很好的尝试。比如，云南发展旅居的基本原则、观念、方法和路径进一步厘清，发展建设的红线、底线和上限也越来越明确。贵州不盲目铺新盘子，而是依托已有的生态、民族文化、“村超”等特色资源，把闲置空间转化为茶咖小馆、文创工坊、疗愈空间，让旅居真正变成一种鲜活的生活体验。

旅居产业的长远发展，绝不是靠建多少新楼、卖多少套房来定义，而是靠能不能让远道而来的人真正在这里找到归属感。在向前奔跑的同时不忘回头看，才能让旅居行业走得更稳更远。

本版编辑 闫伟奇 刘辛未 美 编 倪梦婷