

发展智慧文旅 助推县域振兴

——2026中国县域文旅观察与建议

■常亮

县域文旅是新时代文旅高质量发展的重要组成部分，是推动乡村全面振兴、促进区域协调发展的关键载体。2026年中央一号文件明确提出“深化农文旅融合，推进乡村旅游提档升级，发展‘小而美’文旅业态”，为县域文旅高质量发展指明路径。

当前，房车旅游、自驾露营蓬勃兴起，数字技术、智慧服务深度赋能，我国文旅名县发展格局、消费形态与传播方式深刻变革。2019年以来，中国城市品牌研究院持续发布“感动世界的中国文旅名县”，人民日报出版社出版《走进中国旅游名县》《中国城市品牌》丛书，吸引了大批海外游客到访。笔者围绕全国文旅名县市场运行态势，系统梳理发展特征、实践成效，为推动文旅产业提质增效、助力乡村全面振兴提供参考。

文旅市场提质升级 名县热度稳步攀升

数据显示，2025年国内居民出游65.22亿人次，同比增长16.2%；国内居民出游花费6.30万亿元，同比增长9.5%，均创历史新高。农村居民国内出游15.26亿人次，出游花费达到1万亿元，增速明显高于城镇，为县域文旅发展提供了有力支撑。

进入2026年，我国文旅市场持续向品质化、常态化、多元化发展。文旅名县依托独特自然生态、历史人文与乡村风情，成为拉动文旅消费、激活内需潜力的重要支撑。县域文旅加快从传统观光配套向完整休闲度假体系转型，发展韧性不断增强、发展空间持续拓展。

消费需求更加注重品质与个性。家庭休闲、深度研学、康养度假、自驾露营成为主流，自由行、定制化出行比重稳步提升，游客停留时长、综合消费与重游率持续提高，目的地黏性不断增强。

区域发展格局更趋均衡协同。东部文旅强县示范引领，中部生态县、西部民族文化县、西北边境县加快发展，多点支撑、协同共进的格局加快形成。

产业转型步伐持续加快。

文旅名县逐步摆脱门票经济依赖，推动文旅与农业、体育、研学、康养、商业深度融合，餐饮、住宿、文创等二次消费占比稳步提高，产业链条不断延伸，对地方经济、就业增收和乡村建设的带动作用更加凸显。

数字传播重塑文旅品牌生态。短视频、直播、达人探访、智能推送成为重要传播渠道，网络声量与线下客流高效联动，一批县域品牌影响力稳步提升。

资源业态双轮驱动 发展动能持续蓄积

入编《走进中国旅游名县》的77个县域，2025年接待游客人次、旅游总收入增速均高于全国平均水平，产业支撑作用持续增强。优质资源是文旅名县发展的重要基础，拥有5A级景区的县域在品牌吸引力、客流稳定性和综合竞争力上优势明显，自然山水、文化遗产、民俗风情等特色资源，构成可持续发展的重要支撑。生态型、文化型、红色及乡村类县域各展所长，多层次、特色化发展格局日趋清晰。

新业态蓬勃兴起注入发展活力。房车旅游、自驾露营等新业态适应性强、体验度高，与县域多点布局、沿线游览的空间特点相契合，在拓展客源的同时，带动乡村民宿、农产品销售等全链条消费提升，推动热度由核心景区向全域延伸。四季业态统筹衔接，夜间消费、沉浸式体验、田园综合体等加快发展，有效缓解淡旺季不均衡问题。

智慧科技全面赋能服务与运营。智慧票务、无感入园、数字导览、云端体验等加快普及，游客便利度和满意度显著提升。大数据精准引流、本地化内容创作、口碑化传播有序推进，目的地形象更加鲜明，流量转化效率持续提高。各地构建全媒体传播体系，用好年轻化、场景化、故事化传播方式，推动流量向客流、口碑向消费转化，切实把数据要素优势转化为发展实效。

短板挑战依然存在 提质升级仍需加力

快速发展中，文旅名县仍面临不少共性问题，制约高质

量发展水平提升。

市场稳定性有待增强。部分县域客源过度依赖节假日，淡季运营能力不足，市场波动较为明显。

产品特色化水平仍需提升。部分地区产品同质化问题突出，文化内涵挖掘不深，特色辨识度不高，持续吸引力有待加强。

配套设施供给存在短板。房车营地、充电桩、自驾驿站、应急保障等供给不足，与快速增长的自驾出行需求不匹配。

长效运营能力亟待加强。部分县域重短期流量、轻长效运营，传播零散、创新不足，持续运营水平有待提高。

产业融合层次仍需深化。文旅与相关产业联动不够紧密，产业链偏短、附加值不高，综合效益提升空间仍然较大。

国际化程度有待提升。众多县域虽然拥有世界级文旅资源，但因对外宣传不足、外文服务设施不完善、国际化品牌建设滞后，致使国际影响力未能充分发挥。

典型案例示范引领 数智实践成效显著

当前，一批具有代表性的县域积极探索，形成了各具特色的实践路径，示范引领作用不断凸显。

安徽黟县依托徽派古村落与田园生态优势，搭建村级乡村旅居数智共享平台，实现统一管理、智能预订、一键结算、数据统核等功能。平台年交易流水超220万元，有效带动村民增收和村集体经济发展，形成农文旅融合发展的典型经验。

湖北利川则建成文旅AI大模型，构建含智能导览、精准营销、流量调度一体化等功能的智慧服务体系。运行以来，游客平均停留时长由1.8天延长至2.3天，二次消费提升45%，数字经济规模同比增长210%，发展质效显著提升。

山东曹县立足汉服加工、电商直播等产业基础，深挖非遗与民俗资源，推动传统产业场景向文旅体验延伸，不断丰富业态供给，提升区域品牌影响力，为文旅发展注入了坚实的产业支撑。

四川青川建设“智游青川”智慧文旅体系，整合8个A级景区、10条乡村线路和百家民宿资源，提供AI路线规划、

无感通行、数字导览、应急调度等一站式服务，实现“一部手机游全域”。该平台有力推动生态资源数字化与价值化转化，带动民宿和乡村消费稳步增长。

4个典型案例从不同维度展现了数智赋能县域文旅发展的实践路径与显著成效，为全国范围内推动文旅深度融合与高质量发展提供了有益借鉴。

发展趋势日益清晰 未来空间更加广阔

出游方式常态化。随着错峰出行、弹性休假逐步推广，客源对节假日的依赖程度持续降低，旅游消费更趋平稳、可持续。

出行结构则明显呈现出自驾化特征。房车旅行、自驾游成为重要方式，线路优化与营地建设随之成为重点任务，推动出行体验不断升级。

与此同时，传播运营加速迈向数智化。人工智能、大数据、虚拟体验等技术的广泛应用，使文旅运营更加精准、高效，为行业发展注入新动能。

在产品层面，供给日益走向精品化。小众特色目的地、非遗体验、定制化度假更受市场青睐，高品质供给正成为发展方向，满足消费者不断升级的需求。

区域发展也呈现出协同化趋势。县际联动、线路共建、品牌共享加快推进，抱团发展、协同共赢的格局更加清晰，为文旅产业拓展出更广阔的发展空间。

推动文旅名县 高质量发展的对策建议

推动文旅名县提质增效、行稳致远，必须坚持问题导向、目标导向相统一，聚焦关键环节精准发力、系统施策。

一是强化规划引领，提升发展系统性。紧扣乡村全面振兴、区域协调发展部署，科学编制文旅融合发展规划，统筹资源保护、业态布局、设施建设与品牌塑造。同时，注重与国土空间、生态保护、城乡建设等规划有效衔接，做到一体谋划、一体推进。

二是突出特色塑造，增强核心竞争力。深入挖掘地域历史文化、民俗风情与生态资源内涵等，打造差异化、标志

性文旅IP。避免同质化、低水平重复建设，推动文旅产品从“有”向“优”、从“多”向“精”转变，提升辨识度与吸引力。

三是加快数智赋能，提高运营现代化水平。完善智慧文旅基础设施，推广智能导览、无感通行、大数据监测调度等应用，构建覆盖精准营销、流量转化与服务保障一体化的智慧体系，把数据要素转化为治理效能、运营效率和发展效益。

四是完善配套支撑，夯实发展保障能力。补齐房车营地、充电桩、自驾驿站、应急救援、停车休憩等设施短板，提升交通通达性、服务便捷性、保障安全性，更好适应大众化、自驾化、常态化出游需求。

五是深化产业融合，延伸拓展价值链。推动文旅与农业、体育、研学、康养、文创、电商等深度融合，丰富体验场景，提高二次消费比重，做强产业链、提升附加值，增强综合带动力。

六是加强品牌传播，扩大内外影响力。建强全媒体传播矩阵，强化精准化、场景化、故事化推介，提升国内知名度美誉度。加强对外宣传，完善外文标识、导览、多语种服务等配套设施与项目，打造具有国际影响力的县域文旅名片。

七是健全长效机制，提升可持续发展能力。坚持建管并重、运营优先，完善市场化运营机制，强化专业人才引育，推动重建向重运营、重流量向重质量转变，实现文旅产业健康有序、持续长效发展。

文旅兴则县域兴，数字强则产业活。从资源禀赋夯实到人文内涵挖掘，从业态创新到数智赋能，文旅名县发展实践是中国式现代化在县域层面的生动体现。发展智慧文旅，核心是以数据赋能治理、以文化丰富生活、以生态支撑发展，在守护自然与人文根脉基础上，走出生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路。新时代新征程，坚持以文塑旅、以旅彰文、以数提效、以融促兴，必将推动更多文旅名县在推进乡村全面振兴中发挥更大作用，在国际舞台上更好地展现中国魅力。（作者系国际标准化组织专家，中国城市报社社委会委员、品牌总策划）