

中国文旅，奔赴下一个春天

站在2025年的岁末回望，中国文旅产业经过又一年的“蓬勃生长”，展现出更具韧性、融合发展的盎然生机。从冰雪秘境到滨海暖阳，从城市漫步到乡野旅居，富有创意和活力的新场景、新业态不断涌现。面向“十五五”开局之年，本版约请三位专家学者，从不同角度展望2026年中国文旅新画卷，共同奔赴下一个春天。

——编者

折射民生幸福的绚丽多彩

宋瑞

当时的指针拨向2026年，作为新兴的战略支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业，中国文旅如同多面棱镜，折射出国民经济与人民精神生活的绚丽多彩。

文旅产业具有涉及面广、拉动性强、融合度高等特点，已成为扩大内需与促进消费的重要领域。在延续既有政策的基础上，2026年，围绕文旅消费惠民、扩大优质供给、培育消费场景、优化消费环境等方面，中央和地方政府或将实施更加积极有力的政策措施，发挥超大规模市场优势，将民众对美好生活的需要转化为经济增长的动能。

前沿科技的多维赋能与深沉坚定的文化自信，将推动和指引“文旅+百业”“百业+文旅”的持续发展。目前，已有“AI导游”提供个性化的讲解服务，基于大数据的智慧管理平台有助于实现更精准的客流预测、资源调度和安全

预警。沉浸式交互技术、人工智能、大数据等科技将从体验、运营、管理等维度推动文旅产业融合和转型升级。同时，对文化资源价值深度挖掘的重视，也有助于进一步形成独具特色的文旅产品，更好满足和引领民众的审美需求，引发文化共鸣，增强文化自信。

优质供给在文旅发展中的重要性愈发凸显。越来越多的企业和旅游目的地将发展目标从规模经济转向价值经济，不再追求最大化的客流量，而是希望创造价值最优。无论是文化IP的深度转化，还是存量资产的创新改造，抑或科技融合的体验创新，各类新场景、新业态的蓬勃发展，将带动文旅产业走向创新驱动和产业升级的新阶段。

消费需求愈发多样且更加成熟，主题化、定制化、个性化的产品需求持续旺盛。近年来，冰雪游、赛事游、演唱会游、非遗游、县城游、

乡村游等百花齐放，“苏超”、文创冰箱贴等新亮点不断涌现。游客在追求愉悦体验的同时，也更加关注文旅对当地环境、社区文化和文化遗产的影响，体现低碳环保、支持社区发展、具有更足“文化味”的旅游产品和目的地将赢得更多青睐。市场热点的生成与发展，将从依靠社交媒体的一过性流量热度，转向依靠扎实的产品内容、独特的文化价值和良好的游客口碑。

伴随高水平开放进程的加快和入境旅游便利化程度的提升，中国文旅在国际舞台上将扮演更加积极主动的角色。中国不仅要吸引更多国际友人来华旅游，更要通过旅游这种生动的跨文化交流方式，促进文明对话交流。在持续优化入境免签政策及支付便利化等措施的基础上，入境旅游有望进入“精耕细作”阶段，为入境游客提供具有独特吸引力的旅游产品和体现人文底蕴的配套服务。未来，中国文旅将成为讲述中国故事、传播中国价值、促进民心相通、推动文明互鉴的重要力量，展现出中华民族拥抱世界的开放气度。

(作者系中国社会科学院旅游研究中心主任)

营造有活力的城市文旅空间

厉新建

城市往往拥有悠久的历史、便捷的交通、现代的设施、完善的服务，在旅游资源禀赋、旅游供给水平、旅游创新能力、旅游人才集聚等方面具有显著优势。城市在中国文旅发展格局中扮演至关重要的角色，在“十五五”开局之年，城市文旅要发挥先行作用，带动文旅产业高质量发展。

近年来，随着China Travel的兴起，越来越多城市成为入境游客来到中国的“第一站”。这对各地提升入境旅游吸引力和服务能力提出

新的要求。新的一年，各地应根据资源禀赋和空间区位的特点，深化入境旅游产品体系，持续优化以高质量体验为目标的文旅消费体系，让城市成为既满足本地居民高品质生活、又持续吸引入境游客的有机空间。此外，在政策层面，可以积极探索推动签证政策在城市文旅细分市场的持续优化，例如考虑面向来华研学旅行青少年团队实施更广泛的免签政策，或更长的在华停留时间等。

持续改善和优化城市文旅的便利化水平与

体验环境，是未来城市发展文旅产业需要关注的另一个重点。城市中的景区、街区或其他地标性景观，要真正从用户视角、用户思维出发，进一步推动预约流程的简约化、便捷化。在城市更新过程中，旧空间、旧资源的盘活利用要更多考虑文旅属性，彰显休闲功能，加大旅游场景的创新力度，营造更有吸引力的城市旅游氛围。

从细分市场上看，银发旅游与年轻客群的文旅消费需求都要兼顾，既需要擦亮老牌文旅产品，也需要新增城市漫步等时尚潮流的文旅场景，让城市既有韵味、又有活力。一些热门目的地还应考虑把游客引导到城市周边的新兴消费业态和空间中，更好推动城市文旅创新发展以及与乡村旅游空间的联动发展。

(作者系北京第二外国语学院旅游科学学院教授)

乡村旅游需要青创力量

陈伟宏

近年，行走在中国大地上的乡村中，一些清晰而蓬勃的变化正在发生：到乡村旅游的内容丰富了，运营乡村文旅的方式多样了，参与乡村文旅产业的人也更多元了。以文旅赋能乡村全面振兴，不再是简单的“项目堆砌”，而是以“运营”为内核、以“人”为主角。

从前，乡村旅游的景观规划，或聚焦于屋舍的修旧如旧，或热衷于景观的整齐划一。如今，乡村旅游的“内容”不再是静止的建筑与风景，而是流动的生活、鲜活的体验。以浙江省杭州市临安区於潜镇涌村为例，今年8月，村里引入一个青年乡创团队，策划推出“30天爆改老宅”计划，以每日视频Vlog的形式，全程记录村里一栋闲置的老宅蝶变为时尚的“乡村青年LAB”。这种真实而富有表现力的做法，不仅让村貌得以提升，更塑造出具有吸引力的目的地和乡村文旅IP。一条条“爆改老宅”的短视频接连推出，让青年与乡村之间的互动与

联结被更多人看到，他们的创业故事也吸引了更多青年人才与合作伙伴的加入，为乡村文旅事业注入新的活力。

2025这一年，乡村里的数字游民多了起来。不久前，我们组织了一场涌村创业青年座谈会，来自国内外的数字游民团队创始人，共同探讨当下让数字游民与乡村共生发展的机遇。乡村以其独特的自然人文环境、较低的生活成本和舒缓自在的生活方式，吸引着不受地理与办公场所约束的数字游民入住，成为他们理想的生活与工作据点。这些数字游民并非“到此一游”的过客，而是可能停留数月甚至更久的“深度居住者”与“价值共创者”。

2026年，乡村旅游往何处去？我认为有两个关键词值得关注。一是乡村运营。这是一种整村化、系统化的运营方式，将从前专注于乡村建设和单体项目的方式，转变为关注“人”的力量在乡村的多元集聚。正如前文提到的涌

村“乡村青年LAB”业态，之所以能迅速融入乡村并落地生根，正是得益于整村运营团队系统化的运营方式与利益共同体的理念。因此，先建立一个专业化的整村运营团队，再由这个团队持续地招引青年人才到乡村创业，创造新的场景与业态，吸引更多投资，是未来发展乡村旅游颇具前景的一条路径。

二是青创力量。近年来，浙江乡村涌现出的各种新业态、新场景，都离不开年轻创业者的力量。咖啡馆、小酒馆、独立书店、艺术工坊、主题社群、创意市集、自然教育……这些基于青年文化与生活方式的多样业态，构成了乡村新的社交场景。它们提供的远不止一杯咖啡、一件商品，更有精神共鸣与情感连接。一场在古戏台举办的诗歌快闪，一次在稻田边上演的星空音乐会，都能实现“以人吸引人”的裂变效应，为更多游客和村民提供“乐在乐”场域。未来，乡村旅游的魅力，将从传统观光拓展至生活方式深度体验，这都需要汇聚青创力量，为他们的创意与设想提供更广阔的发展空间。

(作者系浙江省旅游协会乡村文旅振兴分会长)



▲演员在陕西西安的长安十二时辰主题街区进行沉浸式表演。
新华社记者 邵瑞摄

▶安徽省黄山市徽州区呈坎村风光。
施亚磊摄(新华社发)
策 划:张意轩 罗 兰
统 筹:尹 婕
版式设计:朱金宜 曹 晶



2025旅游市场面面观

出游热情高涨

- 2025年上半年，国内居民出游32.85亿人次，总花费3.15万亿元。
- “五一”假期，国内出游3.14亿人次，同比增长6.4%；国内出游总花费1802.69亿元，同比增长8.0%。
- 国庆中秋假期，国内出游8.88亿人次，较2024年国庆假期增加1.23亿人次。国内旅游总花费达8090.06亿元，较2024年国庆假期增加1081.89亿元。

城乡好去处更多

- 抖音平台CityWalk相关内容播放超48亿次，累计获赞近1.1亿次。2025年热门旅游城市TOP10包括上海、北京、成都、郑州、杭州、广州、西安、深圳、南京、重庆；古村古镇团购订单量较2024年同期增长1倍多，江西婺源篁岭、山东枣庄台儿庄古城等成为热门乡村游目的地。
- 同程旅行数据显示，2025年“奔县游”继续升温，年轻消费者挖掘“宝藏县城”的热情不减，湖南省长沙县、江西省南昌县、广东省博罗县、河南省中牟县等县域目的地热度居前。

“体验经济”受欢迎

“赛事+旅行”“演出+旅行”人气十足

- 国家体育总局数据显示，2025年“苏超”足球联赛单场上座超6万人，带动江苏全城多场景消费380亿元。第十五届全国运动会期间，携程“跟着全运会去旅行”活动带动在线旅游人数达4800万人次，直接消费82亿元。抖音生活服务演唱会团购订单量较2024年同期增长78%，上海、北京、成都、南京、大连成为热门演唱会城市。

“非遗+旅游”深度融合

- 文化和旅游部数据显示，截至2025年全国各地建设非遗工坊1.29万家，带动相关产业120万余人就业增收。广东英歌舞、福建簪花、安徽鱼灯、贵州侗族大歌等极具地域特色的非遗吸引众多游客。

入境游持续升温

- 飞猪数据显示，海外用户入境机票订单量同比2024年增长超100%。热门客源地包括泰国、韩国、马来西亚、越南、新加坡、美国、澳大利亚、英国；最受海外游客欢迎的中国城市有上海、广州、大连、青岛、西安、成都、烟台、北京。
- 2025年，携程海外平台已上线2万家国内景区、超3万项旅游产品，建立覆盖140个国家及地区的全球网络。