



5月19日,对于“旅游”来说是一个特别的日子。14年前,这个日子被冠以“中国旅游日”之名,开始见证中国旅游业的从小到大、由弱渐强。

14年过去,旅游早已成为一种人们习以为常的生活方式。文化和旅游部统计显示,今年一季度,国内出游人次17.94亿,比上年同期增加3.75亿,同比增长26.4%。

当“景区”的概念被“打卡点”延展,当默默无闻的县城被游客发现惊喜,当青瓦白墙的街区被越来越多人寄托乡愁……仔细观察我国日益发展壮大的旅游市场,文化的融入不断带来新鲜活力。

以文塑旅、以旅彰文,文化重塑旅游,进而影响深远。

一季度,国内出游人次17.94亿,同比增长26.4% 让文旅“流量”变发展“增量”

催生旅游新场景

“莫听穿林打叶声,何妨吟啸且徐行……”戴上VR装置,“苏轼”便来到你眼前,诉说起他的跌宕人生。

5月18日,VR大空间探索体验项目《遇见东坡》在海南省博物馆开启。一群“东坡迷”早早就到了博物馆,期待在虚拟世界里来一次千年穿越之旅。

景区是什么?这个问题如今变得越来越难回答。传统的名山大川之外,文化属性突出的旅游新场景正竞相涌现。一部影视剧、一场表演、一次

体验,都可能创造出令人耳目一新的旅游空间。

在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看来,文化空间可以成为旅游体验和消费的新场景,旅游空间也可以成为文化展示和传播的新舞台。

中国旅游研究院调查表明,29.2%的受访者希望在旅游过程中多安排文化体验活动,78.3%的受访者希望在旅游过程中参加文化体验活动。越丰富

的文化内容融入,越显得旅游“有料”、有深度,越容易满足不同客群所需的“情绪价值”。

而文化所具有的强大创造力,也使得旅游场景变化无穷,始终有新鲜玩法。比如,同样是夜游项目,苏州拙政园打造的“拙政问雅”以光影科技重塑江南古典园林,带来清雅文人体验;而夜游北京首钢园则充满“蒸汽朋克”的科幻感,工业之美在夜色中尽显。

亮绝活出新招 多地发力 激活文旅消费新动能

5月19日,第15个“中国旅游日”如约而至。今年,“锦绣山河,美好旅程”的主题不仅描绘着山河如画的壮阔图景,更映射出中国文旅产业高质量发展的澎湃气象——各地正在通过深挖特色资源激活市场潜能,补贴“真金白银”释放消费活力、优化消费环境提升旅游体验,不断激发文旅消费新动能。

近日,在杭州湘湖直升机场,一场“Cityfly”之旅正颠覆人们对观光游的认知。杭州市民张先生首次体验市内低空飞行时惊叹:“在空中看,钱塘江像一条丝带穿过繁华都市,西湖与宝石山也尽收眼底。”

当前,杭州正以“打造全国低空经济领军城市”为总体定位打造低空场景应用。作为今年旅游日杭州活动的主推项目,萧山湘湖直升机场、富阳永安山滑翔伞基地、建德航空小镇等低空体验点串联起“飞阅杭州”新场景,航线覆盖景区游览、短途通勤以及个人定制。

而在千里之外的四川,一场“安逸游四川”的文旅交响曲正在上演。5月18日,成都、德阳、眉山等地联合推出的“百里百景”线路,将大熊猫基地、三星堆遗址与雪山温泉等串联。

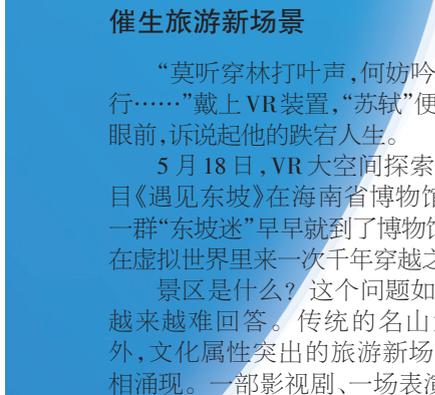
“我预约好了,上午逛石浦渔港古城,下午游影视城,赶上门票免费,一口气省下200多元钱。”一周前,杭州游客钱先生就为自己制订了宁波象山的旅行计划。

作为2025年“中国旅游日”主会场,宁波以83家A级景区免费开放、1290万元消费券投放为支点,撬动惠民政策与文旅场景深度融合。

当“海丝古港”点燃消费热情,四川正打造“政府+平台”的“双重福利”。旅游日当天,除了剑门关、海螺沟等数十家景区免票开放,携程“全球游四川”与美团“千城万店”特惠形成互补,高德打车券、滴滴景区礼包打通出行“最后一公里”,构建“门票+交通+住宿”的全链条消费生态。

中国旅游景区协会副理事长兼秘书长陈献春介绍,“中国旅游日”主题月期间,协会联动全国景区推出“欢乐消费季”,通过“门票+体验”组合折扣、住宿联动优惠、消费券直减等举措,预计触达4000万人次,让利超8000万元。

业内专家认为,提升旅游目的地口碑,传播是“加分项”,服务才是“基础分”。只有顺应消费新趋势,以全面提升旅游品质为目标,持续补短板、强特色,才能更好地实现“近悦远来”的美好愿景。据新华社北京5月19日电



在内蒙古自治区分会场,游客(右)在学跳舞蹈



游客在兴安盟阿尔山市奥伦布坎景区参与户外健行

打造经济新亮点

今年全国两会期间,文化和旅游部部长孙业礼分享了一组令人印象深刻的数字:去年国内旅游人次超过56亿,同比增长近15%,旅游花费超过5.7万亿元,同比增长超17%;入境旅游人次1.32亿,游客花费接近千亿美元。

人财两旺的局面,同文化和旅游的深度融合密不可分。

文化为旅游带来不可替代的竞争力。想感受呼伦贝尔的草原风情,游客必须前往辽阔的东北大地;想一睹大唐不夜城的国潮国韵,只有亲身来到陕西西安;想品味地道川菜的热辣火爆,天府之国总是令人向往……越古老、越特别的文化积淀,越有可能成为旅游的强大吸引力。

文化进一步拉长旅游的产业链。买文创、穿汉服、抽盲盒、逛主题街区、住特色酒店……文化因素的叠加,提高的是旅游的附加值,产生的是更大的“乘数效应”。随着人们为“情绪价值”买单的趋势不断凸显,旅游供给也应当在满足高品质文化需求的过程中升级。

认识到文旅行业存在的巨大潜力,越来越多地方将发展旅游作为发展经济的重要抓手。《浙江省文旅深度融合工程实施方案(2023~2027年)》就提出,到2027年,全省文化和旅游产业增加值占GDP比重达到13%;吉林省今年的政府工作报告也明确“持续打造旅游万亿级产业”“坚持四季联动、全域发展,接待国内游客人次、出游总花费均保持两位数增长”。

塑造城乡新形象

祖国西南,绵绵青山中,“村BA”“村超”“村晚”“村T”等活动近年来吸引全国目光,“村字号”成为贵州的一张崭新名片。

以少数民族非遗为代表的乡村文化,借助球场、T台、舞台等场景,通过旅游传向世界——这样颇具传奇色彩的故事,却是文旅融合的真实效应。

仿佛一座桥梁,旅游让游客看到不一样的他方,也给了他方传递崭新形象的机会。

对于游客来说,旅游中的所见所闻所感是最具说服力的宣传。比如,去年以来不断升温的“中国游”,便打

构筑精神新家园

步入陕西延安的红色综合体“延安1938”,历史场景与艺术演绎交织共生。在东区小舞台,《十送红军》的悠扬曲调催人泪下,革命人的生活图景在游客眼前铺展,大家仿佛穿过历史的烟云,回到那段激情燃烧的岁月。

从红色旅游令人感怀美好生活来之不易,到文博游不断激发游客爱国豪情;从“诗和远方”寄托人间理想,到“世界那么大,我想去看看”引发广泛共鸣……文化和旅游深度融合,进一步彰显了旅游活动本质上是精神文化活动,在构筑中华民族共有精神家园的过程中发挥着重要作用。

充分发挥旅游活动“深入人心”的特点,如今的旅游景区更加注重文化情

开了世界了解中国的新窗口、新通道。中华大地上的自然风光和历史建筑、现代化都市中的便利生活和烟火日常,令越来越多人入境游客真切感受到“不一样的中国”。

对于地方来说,旅游的发展也真切改变着城乡环境。以贵州榕江县的“村超”为例,“村超”火爆以来,当地新增经营主体5988户,新增签约项目32个。“村超”运营收益的51%用于壮大250个村集体经济,支持基础设施建设和基本民生事业,49%用于乡村文化体育教育发展。乡村的面貌,便是在这种反哺中一步一步向美向新而行。

境的引入:在甘肃敦煌鸣沙山月牙泉景区,每晚的万人星空演唱会都会唱起红色歌曲;在湖南岳阳楼、四川剑门关、安徽琅琊山等景区门口,背诵古诗词的游客成为一道亮丽风景;在新疆博物馆,一件件珍贵文物讲述各民族交往交流交融的历史故事……

“今天,人们越来越重视旅游活动对人的全面发展的促进作用。”戴斌说,随着文旅深度融合发展,领略自然之美、感悟文化之美、陶冶心灵之美在人们的旅游过程中必将得到统一。

让文化托举旅游前行,让文旅“流量”变发展“增量”。

据新华社北京5月19日电