

让文旅“流量”变发展“增量”

新华社记者 徐壮

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。

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。越多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。

文化融入旅游不难，难的是融出新意、回应需求。只有持续创新，选择文旅融合高质量发展路径，才能确保旅游因文化的融入而更具特色，文化通过旅游得到广泛传播，从而为游客带来既有趣又有深意的体验。

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。A级旅游景区门票收入、度假区接待收入、旅行社营业收入增长幅度都在10%以上。

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。

亮绝活出新招 多地发力激活文旅消费新动能

新华社记者 段菁菁 童芳 齐健

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。

深挖特色资源：创新产品激活市场潜能

近日，在杭州湘湖直升机基地，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，萧山湘湖直升机基地、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。

“随着大众旅游需求升级，我们正在重新定义‘在路上’。”成都文旅金牌推介大使雍僖说，“当蜿蜒的道路邂逅非遗，当交通动脉串联起生态秘境，这条风景廊道本身就是一场沉

共度旅游日！和徐霞客品锦绣山河

新华社记者

徐壮 段菁菁

旅游，明代“旅行博主”徐霞客的快乐，正成为当代中国人的日常。

这是一场和徐霞客开启的跨越时空的山水之约。5月19日，浙江省宁波市宁海县西门城楼前，人头攒动，“中国旅游日”全国主会场活动在此举行。

400多年前，公元1613年5月19日，徐霞客就是从宁海出发，怀着“云散日朗，人意山光，俱有喜态”的心情，开始了万里旅程，写就了60余万字的《徐霞客游记》。

如今，旅游已经成为人们的一种生活方式，成为经济社会图景中的一抹亮彩。数据显示，2024年，国内出游人次56.15亿，比上年同期增加7.24亿，同比增长14.8%。

主会场活动上，沉浸式情景剧《山河行歌》首演。剧中，“徐霞客”遇上当代游客，回到宁波、再看山河。今天的旅游，会给予徐霞客怎样的惊喜？

他，会沉醉于江山新颜。

广袤富饶的平原，碧波荡漾的水乡，辽阔壮美的草原，



5月19日，游客乘船游览江苏苏州山塘街水巷。新华社发（王建康摄）

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”。

看得远、谋得准。随着文旅融合不断深化，旅游魅力充分释放，“人气”必将带来更多“财气”。

塑造城乡新形象

祖国西南，绵延青山中，“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。

充分挖掘旅游活动“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，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”。

度过又一个“中国旅游日”，我们见证并参与着中国旅游业的蝶变，瞩目它朝着“新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”目标继续成长。

（新华社北京5月19日电）

“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。

优化旅游环境：让“头回客”成为“回头客”

原始森林、滔滔江水、雪山、茶园……西藏林芝墨脱县曾因地形险峻、交通闭塞被称为“高原孤岛”。如今，这片秘境正从“高原孤岛”变身“服务高地”。

“没想到在如此偏远的高山峡谷还能用上景区无线网。”江西游客廖涛对墨脱之行赞不绝口。

墨脱县委书记符永波说，在客流量大的果果塘景区，当地打造的游客服务驿站不仅提供补水、充电、免费网络等服务，还提供景点讲解、路线规划、酒店预订等，努力让更多“回头客”成为“回头客”。

旅行不仅是看风景，更是人与“他乡”的温情互动。当下，越来越多旅游目的地通过精细化服务，让游客感受“宾至如归”的温暖。在贵州荔波，当地用歌舞洗去游客白天奔疲的疲惫。荔波县民族宗教事务局局长蒙勇介绍，今年荔波打造免费夜间演出“火塘民族歌会”，用民族民歌的悠扬、苗族敬酒歌的热烈、瑶族猴鼓舞的奔放为游客烹制“非遗宵夜”，将旅途疲惫转化为文化共鸣。

而在东海之滨宁波，82家博物馆在5月19日打破周一闭馆的惯例，集体“不打烊”。遍布全城的71个省级旅游驿站，像散落街巷的“文化便利店”，用休憩补给、信息咨询、文化展示等服务，带给游客更好的旅游体验。

业内人士认为，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。

（新华社北京5月19日电）

同比增长17.1%。2025年一季度，国内居民出游总花费1.80万亿元，同比增长18.6%。

流动的中国活力足。各地积极开展旅游消费促进活动，有效释放旅游消费需求，新业态持续涌现，旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。

他，会自豪于民族自信。

自古就崇尚“读万卷书，行万里路”的中国人民，如今又为旅游赋予了文化传承和文明创造的重要使命。多彩非遗、民俗活动、文化遗产、先烈故事……景区已经成为充分展示中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的重要载体。

游历中，人们越来越感受到悠悠文脉的滋养：传统类景区由2013年的2230个增加到2022年的近4000个。约80%的A级旅游景区融入了各类非遗项目。

“以文塑旅、以旅彰文”。从推进旅游为民，到实施旅游带动；从推动文旅融合，到促进交流互鉴……一路走来，这条独具特色的中国旅游发展之路，我们越走越坚定。

从“中国旅游日”再启程！让我们追随徐霞客的脚步，共赴“诗和远方”。

（新华社北京5月19日电）

刚刚过去的“五一”假期，游客更倾向于选择“自然疗愈+高性价比+文化体验”的出游方式，“人少不贵”的低密度旅游受到青睐。

当人们旅行的脚步放缓，文旅产业升级的步伐也在悄然加速。如何让“宝藏小城”不断扩容、持续长红？

避开“人挤人”“低密度”受青睐

“不想再挤景区了，今年‘五一’我躲进了窑洞。”来自杭州的“90后”程序员张依伟选择避开人潮，在山西平遥一处民宿度过假期。

这家民宿距离平遥古城有30分钟车程。店主告诉记者，大部分房源在假期开始半月前就已订完。

“来这儿的客人一般都对乡土有向往，想领略慢节奏之美。”店主说，住宿房间是自己搭建的夯土房，餐厅和咖啡馆由窑洞改造。槐花季时，游客们在这里做槐花饼、酿槐花米酒。

除自然疗愈外，一些游客更青睐高性价比。在“老牌”流量目的地“人挤人”的背景下，去三线及以下中小城市“休闲式度假”成为新选择。

“对三口之家来说，吃喝玩一体的度假区特别划算，高级大床房四天三晚只要999元。”即将到来的端午假期，南京的宋女士打算和家人去长白山度假。

当文化游越来越兴起，不少小城的宝藏文化也成为深度体验项目。

在云南省普洱市景迈山，一家专注于做文化体验的精品民宿从去年12月中旬至今几乎一直处于“满房”状态，大部分散客的提前预定期超过一个月。

民宿品牌运营经理程雨婷告诉记者，2023年普洱景迈山古茶林文化景观列入《世界遗产名录》前，该地鲜为人知。“我们发现‘住宿+玩乐体验’类产品更受游客欢迎，所以策划了景迈山落深度体验之旅。”

上海的上班族牛佳瑶，则去江西景德镇制作了一件陶瓷作品。景德镇雕塑瓷厂旁的喜阅书房老板介绍，为让游客深度体验特色文化，他们不仅会教授陶瓷制作技巧，还会讲解陶瓷文化的历史和内涵，让更多了解瓷都。

从“流量时代”向“质量时代”转型

低密度旅游持续升温，反映了消费者需求的转变，更折射出中国旅游市场从“流量时代”向“质量时代”的深度转型。

从需求端来看，低密度旅游备受追捧的背后，是游客们在旅游打卡项目上“做减法”、在舒适体验度上“做加法”的消费新理念，也是在生活高速运转中渴望寻求本真和宁静自在的心态转变。

在贵州侗寨聆听在鼓楼里的天籁之音“侗族大歌”；去广东河源体验首届鱼灯夜游活动，观看非遗鱼灯表演……“排队2小时，拍照5分钟”的打卡式旅游逐渐让人们疲惫，深度体验新奇有趣的文化旅游亮点越来越有吸引力。

在程雨婷看来，未被过度商业化、古朴的传统在地文化非常值得挖掘。徒步、采茶、品饮、游寨、手作、诵歌……程雨婷与团队定制了多项景迈山村落体验活动，如布朗族小调弹唱、火塘烤茶、茶寮制作等，不少国外游客也特意为此而来。

南开大学旅游与服务学院调研显示，68%的“95后”游客认为“深度体验在地文化”比“打卡地标”更有价值，42%的人会为了一项非遗技艺或传统节庆专程规划行程。随着旅游市场主力年轻化，旅游消费将越来越追求多元化、个性化和品质化。

从供给端来看，小城的服务设施、产业配套、市场体系等日益完善，也恰好接住游客们的新需求。

业内人士分析，当前我国旅游市场蓬勃发展，仅靠顶级景区来支撑旅游需求的增长，空间已非常有限，需开辟新的流量池来承接巨大的游客量。

一些加速发展的县城，便应运而“红”。高铁交通基建的完善，使三四线及县域市场与中心城市的直达性大大提高；高星豪华酒店的下沉，标准化服务让游客更省心放心；旅游业态供给的丰富，也为游客提供更多个性化选择。

需求侧和供给侧的吻合，是旅游市场在多样化发展中的生动探索，游客和旅游产业正在用理性与创意重新定义“高质量旅行”。

差异化体验是高质量旅游的生命力

业内人士认为，与面临持续“超载”难题的“顶流”景区相比，不少小众景点具备独特优势，可提前布局补齐短板，提升破题能力。

去年8月起突然承接“顶流”的山西隰县，目前已增加酒店配套、打造特色美食品牌、完成街面地砖铺设。今年“五一”期间，隰县小西天景区制定了资源应急预案，同时开通4条旅游游览路线，将县域旅游资源串珠成链。

“小城接待能力的提升需要各相关部门协同发力，逐步提供完备的基础设施和公共服务。”隰县县委常委、宣传部长吕学慧说。

也有一些人担忧，随着低密度旅游日益火爆，小众目的地会否日益同质化？

“对于有特色文化的目的地，要考虑外地和本地的边界感，游客大量涌入可能会使特色消失，影响长足发展。”程雨婷说，由于景区和生活区重叠，游客大量涌入打扰到本地人生活，一些本地人已从景迈山古寨搬离。

对不少游客来说，差异化体验是高质量旅游的生命力所在，独特且具有辨识度的区域特色文化IP，远比千篇一律的打卡点更动人。北京市社会科学院副研究员王鹏表示，在迎接流量的同时，也要注重保护当地的文化习俗和生态环境，实现旅游业的可持续发展。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授李宏认为，小城还可通过大数据分析等智慧化管理优化服务效率。“如广西桂林推出智慧平台，游客通过小程序一键预约滑翔伞、民宿、美食，还能获取精准的路线规划和停车服务。”李宏说。

低密度旅游让人们对于“如何更好生活”有了更多想象，也为文旅市场带来更多机遇。以深厚的文化内核为根基，以暖心的配套服务为支撑，才能让更多“宝藏小城”从网红走向长红。

（新华社北京5月19日电）

文旅热：
「宝藏小城」缘何不断扩容？

新华社
「新华视点」记者
马晓洁
万倩仪