

# 激活文旅消费新场景

李晓

前不久,趁周末双休,家住北京朝阳区的高女士来了场“说走就走”的短途行,目的地——河北张家口崇礼。“周六一早儿从清河口出发,约一个半小时就能到达崇礼。”高女士兴奋地说,白天滑雪、晚上赏灯,再品尝一下当地的特色美食,这种“微度假”真惬意!近年来,以周边游、周末游等为主要形式的“微度假”悄然兴起,不少城市周边地区依托自然人文资源,不断丰富文旅业态、拓宽消费空间,不仅为城市聚起了人气,也为发展注入了底气。今年政府工作报告提出,高质量发展文化旅游业,丰富文旅业态等融合业态。如何看待“微度假”这一现象,如何让其更有吸引力?我们来听听代表委员的思考。

## 说走就走,体验更多诗意美好

“‘微度假’的魅力,不在于距离长短,而在于如何品味沿途的美景。”重庆乌江画廊旅游开发有限公司景区运营部经理助理张尧代表回忆,2025年深秋,自己和几位好友沿“乌江画廊”一路自驾,走走停停,沿途的青山、绿水、古建、苗寨真是看不够。几个人还走进了一个村子,跟着农人秋收,来到老祠堂听老人摆古……

与张尧代表的体验相似,农工党四川省委会副主委、四川省攀枝花市副市长李明委员也在一个周末与家人来了场“微度假”——在攀枝花仁和区迤沙拉村,白天赏非遗、夜晚观星辰,不用长途跋涉,不必等待长假,就能让人放松心情、悠然自得。

与长途旅行所需的烦琐准备及相对

高昂的费用相比,“微度假”称得上是“轻装上阵”,尤其在文旅消费日益关注个人体验、注重情绪价值的今天,这种度假方式成为人们的新选择。

山东大学中泰证券金融研究院院长陈增敬委员认为,“微度假”一般指游客从主要居住地前往城市周边郊区、卫星城等各类度假综合体开展的休闲活动,多利用周末、小长假,出行半径为2小时至3小时车程,时长为1天至2天,具体特点为近程、短时、高频。

“这种出行方式灵活便捷,为游客压缩了预算及时间成本,还能带来独特的体验价值;同时,可以带动周边衣食住行购等多业态发展,为开拓消费空间吸引宝贵流量。”陈增敬委员表示。

## 提质升级,完善拓展公共服务

“我身边有不少朋友,周末会去北京郊区游玩,比如到怀柔品尝特色美食,或是到房山徒步……”中国旅游研究院院长戴斌委员说,旅游已经成为人民美好生活的重要组成部分。

周边游、周末游等“微度假”模式的兴起,与大众消费需求呈现多样化、个性化、品质化的特征密切相关,加之公路、铁路交通网络四通八达,“一小时都市圈”建设稳步推进,为其发展创造了前提

条件,有助于让文旅产业真正成为扩内需、惠民生、促发展的强劲引擎。

在李明委员看来,受到游客青睐的旅游目的地,大多具备丰富的自然人文资源。此外,相关部门完善公共服务设施、开拓体验服务内容,也成为吸引流量的加分项。

## 深耕细作,让“短途流量”变“长期热点”

当前,“微度假”也有成长之痛:旅游产品千篇一律,服务品质参差不齐;一些尚未开放的景区频繁出现“野游”现象,安全隐患亟待消除;区域协同发展较弱,多地各自为政,缺乏跨城联动的精品线路……如何改变此类状况?

“小到门票预约、导览咨询,大到设施完善、项目创新……”周围游客愿意来,肯定跟服务分不开!”张尧代表建议,景区想红红火火,就得长期深耕细作,完善基础设施不容忽视。可探索统筹提升接驳、停车、充电、驿站、智慧导览等配套服务,打通游客出行“最后一公里”,让周边游、周末游更舒心顺畅。

“文旅市场的同质化‘内卷’要不得!”李明委员认为,应深挖地域文化特色,推动农文旅体康深度融合。同时,

周边游、周末游等“微度假”模式的蓬勃兴起,也与政策的加持密不可分。例如,凭借地处京津冀都市圈的先天优势,河北文旅打出了“这么近,那么美,周末到河北”的宣传语,一系列政策措施相继出台,在促消费、优服务等方面下深功夫。

用好新媒体、节庆赛事、影视热点等多元渠道,打造城市文旅IP,提升区域核心吸引力。

陈增敬委员认为,合理规范必不可少。他表示,应加强旅游目的地尤其是县域中心城市和乡村旅游的项目建设,推动民宿、餐饮、购物等业态合法合规发展;加强从业人员培训,可组建民宿协会、乡村旅游协会等行业组织,提升整体服务水平。

立足长远来看,只有握指成拳,才能集中发力。受访代表委员认为,需打破区域之间的壁垒,共建区域文旅品牌。例如,以城市群为一个单元,推出跨城联票、通票、精品环线,实现资源共享、客源互送、品牌共建,进而开拓文旅消费空间,将“短途流量”变为“长期热点”。

## 慧眼评诗

### 七绝二首

金双成

(一)春风  
悠然飘渺幻无穷,  
护驾春神下帝宫。  
一夜吹开千树雪,  
群芳争艳醉双瞳。

(二)春雨  
润物无声造化神,  
殷勤一夜绿乾坤。  
珠帘雾罩千山色,  
洗尽尘嚣万象新。

周殿龙评点:

这两首七绝,分写春风春雨,语言朴实无华,自然亲切。二诗均化用前人之典而不着痕迹。

其一,春风。首句写风之神态:悠然、飘渺,而变幻无穷。二句写风之使命:为春神护驾降临下界。三句一转写风之力量:一夜之间,便吹开千树似雪梨花烂漫开放。这句巧用了岑参“千树万树梨花开”句。而岑诗原句是以梨花喻雪,此作则反用雪喻梨花。用典而不拘泥,翻出新意。结句以“群芳争艳”再写春风之功,它给人们带来了“醉双瞳”的无边春色。

其二,春雨。首句便化用了老杜《春夜喜雨》诗意:“好雨知时节,当春乃发生。随风潜入夜,润物细无声。”这是天工造化之神力所为。信手拈来,为我所用,毫无牵强之感。二句承上,写出这一夜春雨带来的自然景观变化。一“绿”字胜千言万语,蓬勃生机,跃然纸上,颇得王荆公之神韵。三句一转,写夜雨连宵,而至此已成“珠帘雾罩”之势,千山万壑,尽在朦胧之中。这一句又暗用了杨万里“似如诗人山人眼,千峰故隔一帘珠”意境。结句让人眼前一亮,雨水“洗尽尘嚣”,万象更新。高度概括,而又留白广阔,让人遐思无限。成龙画就,加此点睛一笔,便使龙飞在天,生机盎然。

## 延续历史根脉 激发创造活力

王易

### 茶座

今年政府工作报告在介绍“十五五”时期重大战略任务时,专门提到“着眼促进人民精神生活共同富裕,

弘扬和践行社会主义核心价值观,大力繁荣文化事业,加快发展文化产业,提升中华文明传播力影响力”。以文化滋养精神家园,是时代的召唤。进入新时代,我国宣传思想文化事业取得历史性成就,中国特色社会主义文化繁荣发展,为“十五五”开好局、起好步筑牢了精神基础。

党的创新理论日益深入人心,传播方式更加生动有效。科学理论只有被人民群众所掌握,才能转化为改造世界的实践伟力。近年来,通过深化研究阐释和通俗化传播,党的创新理论日益深入人心。从面对面互动宣讲到形式多样的基层传播,党的创新理论真正“飞入寻常百姓家”,全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础更加巩固。

公共文化服务精准触达,让文化权益保障落地生根。“十四五”以来,我国持续健全公共文化服务体系,推进标准化、均等化建设。各地公共图书馆、群众文化机构及新型公共文化空间数量可观,“村晚”“村超”等新大众文艺、新大众体育活动不断涌现,推动文化供给模式从“我送你接”向“你需我供”转变,更好保障了人民群众基本文化权益。

文化产业活力迸发,为精神家园注入强劲动能。在数字时代,文化生产焕发出新的活力。从《哪吒》系列电影到故宫、三星堆文创产品持续走红,再到演唱会带动文旅消费热潮,文化产业以影视动漫、文博文创、演艺演出、沉浸式体验等多元形态,不断拓展和升级大众文化消费场景,以高质量供给增强人民群众的文化获得感、幸福感。

文化消费提质升级,国潮风尚彰显价值认同。文化消费不仅是经济行为,更是意义生产与文化认同实践。近年来,文体休闲、旅游等服务消费活跃增长,其背后是消费者对产品文化内涵与创意独特性的追求。非遗设计、“新中式”的走红,表明“国潮”已从时尚消费符号升华为对民族文化价值的广泛认同,在传统与现代的交融中展现出中华文化的璀璨光彩。

文化遗产保护守正创新,民族根脉焕发时代光彩。近年来,文化遗产保护工作扎实推进,“北京中轴线——中国理想都城秩序的杰作”成功列入《世界遗产名录》,“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入人类非物质文化遗产代表作名录。第四次全国文物普查取得重要阶段性成果,数字技术等创新手段让文物“活”起来,在传承中坚定文化自信。

“十五五”擘画的宏伟蓝图,不仅关乎经济社会发展,也为精神家园建设指明了方向。展望未来,必须坚持在守正中激发全民族文化创造活力,在固本培元中延续历史文脉,为强国建设、民族复兴伟业注入更为强大的精神力量。



近日,河南省焦作市温县组织戏曲院团、乡土剧团下乡表演,让乡亲们在家门口乐享戏曲“大餐”。

徐宏星 摄

## 当文旅市场拥抱反向过年新趋势

陈晨

反向过年,在这个春节火了!

曾经,“有钱没钱,回家过年”,团圆意味着归乡,意味着在外打拼的年轻人采买好城市特产,紧紧攥住那张好不容易抢到的车票,踏上归家的旅程。而今,团圆不再是单向的,不再只指向故乡——今年春节前夕,老年人成为重要的出行群体,他们带着亲手腌制的腊肉、宰杀的鸡鸭,用大包小包的行囊装着满满的爱和期盼,来到子女生活拼搏的城市,过一个别样的春节。反向过年,成为许多家庭的新选择。

一组数据印证了反向过年的火热:多家旅游平台发布的报告显示,春节假期前一周飞往北京、深圳、上海等地的机票预订热度较去年大幅增长,其中50岁以上客群较去年显著上升;不少老人

在春节“解锁”人生中的第一次飞行,60岁以上乘客购买首张机票的数量增长两成;除夕前一天,北上广深的酒店迎来60岁以上旅客的入住高峰,入住量较前一日大涨60%,比去年春节假期首日增长50%以上。

于是,年轻人纷纷化身“春节主理人”,安排起过年的玩法。对反向过年的父母而言,春节不再是围着饭桌转,而是真正成为一个可以休闲放松的假期。在孩子们的陪伴下,来一场城市漫步,看看老建筑,逛逛老胡同,在一砖一瓦见证的时光中品读一座城;去有特色的咖啡店和茶室坐坐,放空自己;去品尝地道的当地美食,在人间烟火中近距离触摸一座城;“打卡”孩子们常去的商圈、喜欢的主题乐园,体验一把新潮时尚的生活……

松弛随心舒服,深度体验一座城等成为关键词。

反向过年走红也让文旅消费呈现新特点,去哪儿旅游平台的数据显示,今年春节假期,60岁以上游客预订景区门票量同比增长40%,曾被视为年轻人专属的北京环球度假区、上海迪士尼度假区、哈尔滨冰雪大世界等主题乐园和冰雪景区,成为老年游客的新宠。

春节,一向被视为观察消费的重要窗口。作为新的团圆方式,反向过年代表着团聚地理中心的迁移,也意味着消费场景的演变。当文旅市场拥抱反向过年这一新趋势,会得到哪些启示和思考?

比如如何以更优质的产品和服务激活老年人的身体状况、出行特点、兴趣爱好

等,打造专属银发游客的旅游产品,强化适老化设施保障;比如怎样突出文化特色,进一步提升旅行的体验感、参与感,让人们深度了解一座城,像今年春节假期,北京、上海等城市的庙会、灯会等热闹闹地亮相,把异乡变为有温度的文旅体验场景;比如怎样跳出季节依赖,实现客流错峰、资源均衡利用;比如怎样做好全域旅游,把消费场景、公共服务、文化供给做细做实,让一座城成为一个大景区……

人们对高质量、差异化过年方式的追求,映射出对高品质、个性化旅行方式的需求。面对这种需求,文旅从业者要谨记真诚是永远的必杀技,想游客所想、满足游客所需,才能在流动的中国中持久地抓住“留客”密码。