

时评

# 中秋新玩法激发旅游消费新活力

熊海峰 魏文坤

近年来逐渐兴起的“新中式”旅游在中秋假期备受年轻人青睐。这种既有传统意蕴，又符合时代审美和价值追求的旅游方式，为人们提供了新潮的文化体验。穿汉服、赏花灯、吃月饼，中秋假期，以团聚、赏月、游园文化为主题的“中式夜游”，成为文旅消费的一大亮点

“万里无云镜九州，最团圆夜是中秋。”以月之圆兆人之团圆，作为中华民族的传统佳节，中秋节不仅是亲人不远千里团聚的重要日子，也是秋高气爽、旅游出行的好时节。相较于去年中秋、国庆“双节”叠加，今年中秋假期较短，但是以团圆为核心的中秋文化却让这个小长假展现出独特的魅力，激发出旅游消费巨大潜力。

今年中秋假期旅游市场呈现出以中短途游为主等特点，前往城市郊区、省内城市和跨省邻近城市的“微度假”备受欢迎。途牛数据显示，近40%的用户选择“近”享出游，其中3小时以内的高铁出游最受欢迎，租车自驾游或“高铁+落地租车自驾游”成为主要出行方式。

中秋节是家庭团聚的重要节日，减少长途旅行奔波，或一家人一起徜徉于宁静的近郊乡村，闲赏秋色，漫闻稻香，感受惬意的“慢生活”，或选择一些“宝藏小城”，享受满满的松弛感和浓浓的烟火气，都是人们在忙碌工作之后对自己和家人的犒赏，也是美好生活的重要体验。

近年来逐渐兴起的“新中式”旅游在中秋假期备受年轻人青睐。这种既有传统意蕴，又符合时代审美和价值追求的旅游方式，为人们提供了新潮

的文化体验。穿汉服、赏花灯、吃月饼，中秋假期，以团聚、赏月、游园文化为主题的“中式夜游”，成为文旅消费的一大亮点。各地积极策划各类活动，彰显出节日的仪式感和氛围感。例如，上海推出“豫园·仲秋月神游”、蟠龙满月之夜、唐韵中秋游园会等系列赏月活动；乌镇以“走月亮”习俗为主线，串联祭月祈愿、提灯夜游、非遗表演等民俗，打造沉浸式的中秋体验场景。

中秋假期，文旅旅游继续保持热度，“文化大餐”吸引了大量文旅消费者。近年来，文旅旅游蓬勃发展，游客会因一场演唱会、一次音乐节、一款美食来一场说走就走的旅行，也会跟着爆款短视频、微短剧或游戏开启文化探索之旅。

今年中秋假期，在爆款游戏《黑神话·悟空》的助推下，山西大同、朔州等地成为旅游目的地“黑马”。美团数据显示，中秋节前“山西古建”搜索量同比增长14倍；携程发布的中秋假期旅游预测报告显示，山西入境游订单同比增长180%。在平遥古城、隰县小西天等热门景区打卡千年文明，品炒碗托、空心月饼等晋味美食成为各位“天命人”的“心头好”。

今年中秋假期在国庆节前两周，因此有不少游客选择“拼假”方式错峰

出游，享受更加舒适、个性化和高性价比的旅程。从数据来看，“拼假”出境游需求明显增长，日本、泰国、韩国、新加坡、土耳其等目的地保持较高热度；因探亲客流增加以及免签政策的实施，入境酒店的搜索热度同比增长近20%，显示出入境旅游持续增长。

中秋假期，文旅消费延续了暑期的热度，彰显了节日中国的澎湃活力，得益于多重因素共同驱动。

一是文化自信提振文旅发展底气。传统节日是一种文化现象、民俗标志和民族情感的认同。从穿汉服、游古镇、看古建到体验非遗、逛博物馆，“新中式”旅游的兴起不仅是文旅业态的创新发展，也是大国文化自信的彰显。发展文旅产业应不断挖掘中华优秀传统文化的内在精髓、美学精神、标志符号，将文化资源转化为人们喜闻乐见的旅游产品，让传统风尚不断融入现代日常生活，让与日俱增的文化认同与文旅消费需求“双向奔赴”。

二是中秋文化赋予旅游独特意蕴。传统节日凝聚着国家和民族的集体心理、情感和期盼。月圆总有家人相伴，明月千里寄相思。中秋节既承载了古人对月亮的浪漫想象，也寄托着华夏儿女对血脉亲情、阖家团圆的美好追求。团圆时刻，旅游成为家庭共享欢聚时光的重要形式，而中秋文化也为旅游注入了独有的底蕴、价值与意义。

三是消费群体变化推动旅游产品创新。近年来，以“Z世代”为代表的年轻客群成为新型文旅业态的消费主力军。一方面，“Z世代”群体成长于国家经济快速发展、综合实力不断增强的时期，对民族文化的认同不断提高，表现出强烈的民族自豪感和文化自信，掀起了国潮复兴风。另一方面，与其他客群的旅游认知、消费理念不同，他们更强调兴趣驱动，注重情绪价值和情感共鸣，寻求悦己而丰富的精神生活。年轻客群对个性化、品质化体验的追求，为文旅发展注入了新的动能。

“好时节，愿得年年，常见中秋月。”文化和旅游融合，传统与新潮协和，中秋假期与业态创新交织激发出文旅消费的高涨热情，奏响了文旅融合的“节庆曲调”。未来，面对人民日益增长的美好生活需要，推动文旅创新发展需继续优化产品供给，促进改革创新，在深化文旅融合中不断增强人民的获得感与幸福感。

（作者单位：中国传媒大学文化产业管理学院，山东社会科学院文化研究所）

其次，要重视消费者的需求和体验。在文旅产品设计和推广过程中，应深入了解消费者的喜好和需求，注重产品的互动性和体验性，让消费者在享受美食、美景的同时，充分感受传统文化的魅力。

最后，要善于借助新媒体和网络平台进行营销推广。通过社交媒体、短视频等渠道进行广泛宣传，不仅可以迅速扩大产品的知名度和影响力，也能吸引更多潜在消费者的关注和参与。

在物质生活日益丰富的今天，人们的精神文化需求越来越高。“古建月饼”的火爆也反映出消费者对于文化消费的追求和热情。

总之，“古建月饼”的成功不仅为月饼市场带来了新的机遇，也为文旅产业发展提供了宝贵的经验：要深挖传统文化内涵，结合现代旅游需求推动文旅产业创新与升级。只有这样，才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，为玩家带来更加丰富的旅游体验。

## “古建月饼”出圈彰显传统文化魅力

余明辉

要深挖传统文化的内涵，结合现代旅游需求推动文旅产业创新与升级。只有这样，才能在激烈的市场竞争中脱颖而出，为玩家带来更加丰富的旅游体验

中秋假期，山西推出的各种“古建月饼”出圈，吸引众多中外游客选购。结合《黑神话·悟空》游戏等当下热点，百年老字号店铺倾心打造出山西十余个古建茶点模具，做出的美味月饼，成为中外年轻消费者的新宠。

这种融合传统与现代、文化与美食的月饼，无形中传播了中华优秀传统文化。“古建月饼”之所以能够迅速走红，其背后的原因值得关注。

首先，它巧妙地结合了中秋节的传统习俗与山西的古建文化。月饼

是中秋节重要的文化符号，承载着人们对团圆和美满生活的向往。山西古建筑是中国文化的瑰宝，代表着历史的积淀与传承，将这两者巧妙地结合在一起，不仅赋予了月饼更加深厚的文化内涵，也可以让消费者感受到传统文化的魅力。

其次，“古建月饼”在设计和制作上下足了功夫。精心挑选的原料和独特的制作工艺，使得每一款月饼仿佛是一件艺术品。更难能可贵的是，制作者结合当下流行的文化元素，如

《黑神话·悟空》游戏等，让月饼在视觉上更具吸引力。这种将传统文化与现代网红元素相结合的做法，为月饼市场注入了新的活力。

“古建月饼”的成功，不仅为月饼市场开辟了新的发展路径，也为文旅产业发展带来了启示。

首先，传统文化可以通过创新重新焕发发生机。在文旅产品开发中，应充分挖掘和利用当地的传统文化资源，并结合现代审美、流行文化等元素，打造出独具特色的文旅产品。

声音

“促进研学游健康发展，必须出台规范、强化监管，真正实现教育与文旅的深度融合”

——今年暑期，研学旅游持续升温，如何实现“研学优”成为热门话题。对此，《人民日报》近日发表评论指出，研学旅游的快速发展使得一些矛盾和问题频频暴露。研学旅游是一场供需双方的“双向奔赴”，为文旅产业高质量发展提供了新的增长点。以“研”为驱动力，以“学”为明确目标，以“游”为实践载体，研学旅游及其相关服务才能在促进文旅产业转型升级的同时，收到启智润心的教育效果。

“博物馆应考虑到观众的接受能力和需求，提供必要的解释和说明，做好文物名称标注和文字说明”

——针对一些博物馆展品说明牌中的生僻字多数没有标注拼音问题，《光明日报》发表评论指出，文物标注和文字说明，是开启博物馆这座宝藏宫殿的“钥匙”，是参观者获取相关信息最直观、最简单的一种方式。说明牌兼具知识性和趣味性，它生动起来，一件件文物也就变得具体而鲜活。只有拉近文物展品与观众之间的距离，才能让观众同博物馆里这些“历史见证者”有对话、有共鸣。

(本版编辑 龚立仁 整理)



### 网红猫提升景区人气

最近，山西应县木塔景区的“猫守卫”走红网络，吸引众多游客慕名前往。从北京故宫的“御猫”到江苏淮安的“猫猫岛”，猫咪为景区“代言”的例子屡见不鲜。在人气持续“升温”的同时，要更好地保障游客安全、管理好猫群。相关专家表示，应积极引导游客文明观猫，不随意投喂或抚摸猫咪，防止被抓伤；应制定应急预案，确保游客意外受伤时能够得到妥善处理；可设立或委托专业机构负责猫咪的喂养、疫苗接种和日常管理。

图：刘晔 文：李庆禹

观察

## 丰富优质免税商品供给 释放入出境旅游消费潜力

胡抚生

财政部、商务部、文化和旅游部、海关总署、国家税务总局近日联合发布《关于完善市内免税店政策的公告》(以下简称《公告》)，明确自今年10月1日起实施新的市内免税店政策。《公告》还以附件形式发布了《市内免税店管理暂行办法》(以下简称《办法》)。这是我国旅游购物免税政策的又一次创新突破，新政策既注重市内免税店的规范管理，又注重健康有序发展；既注重量的增长，也注重质的提升。

1988年，国务院批准在北京试点开办市内免税店，开启了我国市内免税店发展的序幕。30多年来，市内免税店在提升城市形象、促进入境旅游消费、释放旅游消费潜力等方面发挥了积极作用。此次政策亮点主要体现在以下几个方面：

一是系统升级，对市内免税店发展进行整体谋划。新政策从战略高度为全市内免税店发展谋篇布局、投棋布子，从制度层面对市内免税店的设立资质、适用范围、经营范围、经营方式、经营范围以及设立的城市、数量、免税商品的监管等进行全面系统改革，以更好地适应当前我国入境旅游消费的新需求、新趋势。

根据《公告》，现有北京、上海、哈尔滨等13家外汇总商品免税店将转型为市内免税店，同时在广州、成都、深圳、天津、武汉、西安、长沙和福州8个城市，各设立1家市内免税店。新政策还提出地方申请设立市内免税店的审批部门以及申请材料要求，这为其他城市争取开设市内免税店提供了政策空间。

二是双向赋能，免税服务既面向入境游客，也面向出境游客。相较于之前的政策，新政策提出的服务对象为60天内搭乘航空运输工具或国际邮轮出境的旅客，在面向的客源市场方面有所拓展。市内免税店既为入境游客提供出境退税的免税购物服务，又为我国出境公民提供免税购物服务，拓展了市内免税店的市场基础，有利于进一步释放免税购物潜力。

三是自信自立，积极培育国货品牌。《办法》明确提出鼓励市内免税店销售国货“潮品”，将具有自主品牌、有助于传播中华优秀传统文化的特色产品纳入经营范围，这是一大亮点。过去较长时间，我国市内免税店主要以销售国外品牌商品为主，成为国外商品的一个销售渠道。此次新政策加强了对国货商品的支持，有助于增强国内特色商品在市内免税店的份额，有助于培育国货“潮品”品牌，让更多的优质国货“潮品”通过免税店走向世界。

四是守正创新，既坚持免税持牌专营，又鼓励参股合作的发展模式。《办法》强调国家对市内免税店实行特许经营，延续了此前已有的政策，表明市内免税店的经营主体仍然限于经国务院批准的在全国范围内具有免税经营资质的企业。因此，不具备免税经营资质的企业无

法设立市内免税店。而此次政策的一个重要突破点就是提出市内免税店经营主体可为单一股东或多元股东，可采取参股、合作等方式经营市内免税店。这意味着国内的国有资本、民间资本可以采取股权投资、合作等形式参与市内免税店经营。股东可以多元化，但要求市内免税店经营主体必须由经竞争确定并具有免税经营资质的企业绝对控股。

五是宽严相济，在放宽免税政策的同时，强化了免税购物监管，加大了对违法违规行为的处罚力度。《办法》提出，旅客在市内免税店购买免税商品不设购物限额，但应当符合海关关于旅客携带行李物品出境应当以自用、合理数量为限的规定。这相较之前的政策有所突破，营造了更加宽松的免税购物消费环境。与此同时，新的政策要求进一步加大对免税购物的监管力度，防控“套代购”免税商品再次销售，加大对市内免税店经营主体资质、网络平台、市场销售的监督检查，并且规定了地方政府的监管责任以及对免税违法违规行为的处罚措施。这有利于进一步规范市内免税店的经营活动。

六是效率为本，明确了政策措施落实的时间节点。此次免税新政，既规定了已有的外汇总商品免税店要在3个月内转型为市内免税店，也规定了市内免税店在获批设立后6个月内确定经营主体，还规定了申请办理免税商店经营许可时间、市内免税店应完成建设时间、地方政府与经营主体签订的经营协议期限、地方政府按程序报送监督检查情况的时间以及政策落地效果评估时间等。这为市内免税店从行政审批到经营活动、再到政策持续完善提供了精确的时间保障，有利于促进市内免税店健康、可持续发展。

总体上来看，此次的市内免税店政策有了较大的创新和突破，对于我国入境旅游发展是一大利好，既体现了新时代我国旅游免税购物发展的新趋势，又呼应了市场消费的新需求。通过规范和促进并举，新政策有利于更好地实现市内免税店量的增长和质的提升，丰富优质免税商品供给，让越来越多的人能够享受高品质的购物消费，进一步释放入境旅游消费潜力，打造城市旅游消费新亮点。

当然，《公告》和《办法》落实过程中，还要加大对新政策的宣传力度，让更多的人了解市内免税店购物的正确打开方式。同时，由于市内免税店购物商品携带出境还涉及出境旅游目的地携带物品管制要求，相关方还要做好出境游客提示工作，提示购物者注意前往出境旅游目的地携带物品限制的有关规定，进而以更加贴心的服务让游客更加满意，不断提高旅游购物免税服务品质。

作者单位：中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)

来论

## 旅游舒适度要靠服务细节来保障

周荣光

重庆，城在山上，山在城中，坡坎多、山路弯。游客到了重庆，在欣赏山城绮丽美景的同时，也需经受“爬坡坎”的脚力考验。据报道，为解决市民、游客“出行难”问题，重庆推出了轻巧灵便的地电“小巷公交”，打通人们出行的“最后500米”。

大众旅游时代，人们的出游次数增加了，旅游消费也向“多样化、特色化、休闲化、个性化、品质化”转型升级。这考验着旅游目的地的服务水平，特别是能否在细节上带给人们美好舒爽的出游体验。

对于大多数游客来说，真正能够让他们动心的是游览的经历与体验。游客在游山玩水、欣赏景观的同时，注意力离不开对社会的观察，这才是真实的文化感受。因此，发展文旅产业，既要有人心动的风景和风情，又要注意服务细节，营造让人感到安全与放松的良好环境，让人们感受惬意的旅游体验。

现实中，各地都在花费心思、创新思维，在服务细节上下功夫，为玩家提供更加周到的服务，让旅途轻松、愉快。例如，在重庆，游客只需花2元便可乘“小巷公交”直达网红打卡地鹅岭二厂和李子坝“轻轨穿楼”；北京地铁在南锣鼓巷等景区、商业区周边18座车站增设25处寄存柜，方便来京游客轻松出行；深圳地铁在皇岗口岸站、福田口岸站等设立多个寄存柜；杭州在地铁站试点行李自助寄存服务，乘客可通过微信、支付宝扫码等方式，按照指引自助存取行李……为旅客的旅途“减负”，必然会拉近游客与旅游目的地的心理距离。

旅游舒适度要靠服务细节来保障。期盼各地更多关注服务细节塑造，更多重视游客需求，以更加朴实的方式创造更有温度的氛围，以此吸引更多游客，让他们记住并留恋曾经到访过的地方，并愿意再一次光顾。