

观察

活跃文旅市场 释放消费潜力

□ 特约评论员 王德刚

激发文旅消费潜力对于扩内需、促增长发挥着重要作用。面对新形势、新目标、新任务，全行业要继续深化政策、机制创新，采取更加积极的措施手段，进一步促进文旅消费潜力充分释放、活跃文旅消费市场，为促进经济增长作出新贡献

今年的政府工作报告提出，“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”“落实和优化休假制度，释放文化、旅游、体育等消费潜力”等工作要求，为今年全国文化和旅游行业明确了工作任务目标。近日，中共中央办公厅、国务院办公厅公布《提振消费专项行动方案》（以下简称《行动方案》），提出扩大文体旅游消费、推动冰雪消费、发展入境消费等具体要求。

扩大国内需求、促进经济增长是近年来国家在经济发展领域的重要战略。2024年中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”列为今年重点任务之首，凸显了提振消费、扩大国内需求的重要性和国家推动经济恢复发展的决心。

近年来，文化和旅游部门持续出台相关政策和措施，在创新产品业态、提升服务水平、激发消费潜力、扩大市场规模、拉动经济增长等各个环节持续发力，取得了显著成效。面对新形势、新目标、新任务，全行业要继续深化政策、机制创新，采取更加积极的措施手段，进一步释放文旅消费潜力，活跃文旅消费市场，为促进经济增长作出新的贡献。

首先，要强化政策创新、提高政策效能，用政策杠杆撬动文旅市场的规模化增长。政府方面，政策引导和推动是促进市场发育和发展的重要手段，特别是在文化和旅游等大众消费

领域，政策杠杆对产业发展方向 and 市场规模等影响更加直接。

一是要更好地发挥公共假期对文旅市场的调节作用。《行动方案》提出，鼓励带薪年假与小长假连休，实现弹性错峰休假。鼓励有条件的地方结合实际探索设置中小学春秋假。公共假期是大多数普通家庭举家出游、享受天伦之乐的重要时段。多年来，我国已经积累了积极应对和有效管理假日旅游市场的经验。可以在此基础上，根据旅游市场规律和发展需要，充分论证增加公共假期调休天数的可能性，进一步优化公共假期的时间布局和长度，让公众能够更好地享受度假的快乐。

二是要切实落实带薪休假制度。《行动方案》提出，严格落实带薪年假制度。鼓励带薪年假与小长假连休，实现弹性错峰休假。落实和优化休假制度能够有效缓解旅游市场淡旺季供需矛盾，是更好满足人民日益增长的美好生活需要的有力举措，有助于进一步释放旅游消费潜力。建议相关部门进一步深化研究，制定带薪休假优化方案，让法律赋予劳动者的带薪休假权利能够切实落实、落地。

三是要进一步创新和优化文旅为民、惠民措施。发放消费券、旅游景区免费或季节性门票折扣、高速公路时段免费等，是多年来各地惯常使用的文旅惠民手段，对于拉动消费增长起到了积极作用。下一步，一方面要

继续更好发挥现有各种惠民手段作用，另一方面要进一步创新和拓宽惠民渠道，例如，将文旅消费券转变为普惠性消费券、通过工会和慈善机构发放福利性消费券等，让文旅惠民政策能够惠及更多、更广的人群。

其次，要不断完善和创新供给体系，用丰富多彩的优质产品供给激发内需潜力释放。从旅游目的地角度来看，只有具备完善的产品体系，并不断推出新产品、打造新亮点，才能够保持持久的市场吸引力，进而不断扩大市场规模。

因此，不断创新和丰富文旅产品供给，是活跃文旅市场、释放消费潜力的重要手段。我国文旅产业经过40多年的发展，大多数目的地已经构建起较为完善的基于传统产品和服务的基础性供给体系。新形势下，产品、业态、场景和服务创新越来越成为激发新消费、形成新市场的关键，冰雪、低空、研学、露营、旅居、康养、旅拍以及体育、登山、探险等旅游市场规模不断扩大，正在形成文旅产业创新发展的新趋势和新潮流。

最后，要进一步加大海外旅游推广、拓展力度，促进入境旅游市场快速增长。《行动方案》提出，推出更多优质入境旅游线路和服务，提高境外旅客在华旅游便利化水平。在国内旅游、出境旅游和入境旅游三大市场中，入境旅游是当前具有更大增长空间的领域。近年来，我国不断扩大入

境免签国家范围，持续提升外国游客在华消费便利性，对于打通入境旅游堵点发挥了重要作用。随着入境旅游的政策开放度不断提升，各地需要在市场拓展和公共服务提升上采取更加有效的措施。

一是进一步创新海外旅游宣传推广机制。建立文化和旅游推广与宣传、商贸、教育、科技等领域对外交流的协同机制，搭建资源、市场共享平台，实现对外交流的内容融合和多元效应。

二是积极拓展、扩大海外客源渠道。在有效修复因疫情影响而中断的市场渠道的基础上，进一步拓展渠道宽度、扩大渠道范围，特别是以旅行社为主体的外联渠道，是拓展团队入境旅游市场的主阵地，要通过政策引导和激励机制，推动旅行社积极拓展海外客源市场。

三进一步完善入境旅游公共服务体系。目前，外国游客在部分旅游、生活消费领域的预订、支付还存在一定障碍，特别是在部分场所零星小额消费方面存在不便，需要在公共服务方面进一步提高便利性，实现无障碍预订、消费全覆盖。

总之，激发文旅消费潜力对于扩内需、促增长具有重要作用，而挖掘市场潜力需要进一步挖掘政策潜力、创新潜力和供给潜力。只要协同配合发力，一定能凝聚起活跃文旅市场、释放消费潜力的强大合力。

机制，恰好与“推进文化和旅游深度融合发展”的要求相呼应，为行业提供了从“风景交易”转向“价值共创”的操作样本。

当前，我国正加速推进旅游业高质量发展。文旅消费已经从“为需要买单”转变为“为心情买单”，消费者不再满足于产品的实用功能，而是追求情感共鸣与文化体验。这就要求文旅产业突破“吃住行游购娱”的传统要素框架，转向构建更具人文厚度的生态体系。

从内蒙古“乡愁回信”产生的效果看，文旅机构要精准识别并回应公众的文化期待——无论是通过非遗礼盒传递地域文化温度，还是以“永久免票”彰显服务诚意，都能将“一次性游览”转化为“长效认同”。这种基于价值共生的新型产业生态，不仅有助于培育高黏性消费群体，也能够为乡村振兴和文化传承注入文旅动能。

乡愁是深埋于民族文化基因中的精神原力。当更多地方学会用文化温度替代流量博弈，用心灵共鸣重塑产业逻辑，文旅产业必将在高质量发展中书写“诗和远方”新的篇章。这既是内蒙古“乡愁回信”给予行业的启示，更是文旅产业发展回应时代命题的应有担当。

承诺”的组合回应，实质上是将“静态资源”转化为“动态情感”，让文旅产业从“视觉秀场”升维为“情感磁场”。这种形成强烈文化共鸣的路径，正是破解同质化竞争的关键所在。

文旅产业的升级，本质是价值创造逻辑的革新。过去，景区与游客的关系多为“供给—消费”的单向输出，旅游行业习惯于以“甲方思维”设计产品、制定策略。

内蒙古文旅部门的“乡愁回信”，则展现了“双向对话”的新范式：一方面，从文学意象中捕捉公众的情感诉求，让更多人看到了内蒙古的温情，触摸到了乌兰察布的诗意；另一方面，通过文化赠礼建立情感联结，将个体叙事转化为集体共情。

这种“倾听—回应—共建”的互动

让烈士陵园回归庄严肃穆 以崇敬之心缅怀革命先烈

□ 郭元鹏

近日，湖北省十四届人大常委会第十六次会议表决通过《湖北省英雄烈士保护条例》。这是全国首部英雄烈士保护领域的地方性法规，将于2025年7月1日起施行。条例明确，在英雄烈士纪念设施保护范围内禁止擅自摆摊设点，从事经营性活动；禁止使用大功率音响设备等开展破坏庄严、肃穆、清静环境和氛围的娱乐、健身活动；未经同意，禁止从事展览、演出、影视拍摄等活动。

《湖北省英雄烈士保护条例》的施行，是《中华人民共和国英雄烈士保护法》的创造性落实，不仅是法治进程中的标志性事件，也是对民族精神家国的深情守护，让庄严肃穆的英雄烈士纪念场所维持应有的宁静与神圣。

烈士陵园等英雄烈士纪念设施是纪念英雄烈士的重要场所，是人们缅怀先烈、寄托哀思、传承精神的神圣之地。每一座墓碑，都诉说着革命先烈英勇的故事；每一寸土地，都浸染着先烈的热血。

然而，现实中，一些不和谐的现象在个别地方依然存在：陵园内摆摊设点，叫卖声此起彼伏；娱乐健身

活动声音嘈杂，打破了陵园的宁静；一些商业性的展览、演出、影视拍摄活动频繁无序开展，扰乱了正常的参观秩序。这些行为无异于在民族记忆的丰碑上刻下伤痕。

守护烈士陵园的庄严肃穆，就是守护民族的精神根系。当我们站在革命烈士纪念馆的英名墙前，凝视着那些名字、感触那些灵魂的时候，需要的是一个能够让灵魂震颤的静默时刻。

让烈士陵园回归庄严肃穆，是对英雄烈士的最好纪念。英雄烈士为国家和人民做出了巨大的牺牲和贡献，他们的事迹和精神是中华民族宝贵的财富。我们应当以崇敬之心缅怀革命先烈，营造一个纯净、庄严的纪念环境。

法治守护不仅要划出行红线，更要构建价值共识。要通过常态化开展爱国主义教育，让守护庄严成为公民自觉。《湖北省英雄烈士保护条例》的施行，为全国提供了可资借鉴的“精神空间保护样本”。期待这份法治守护能让烈士陵园等英雄烈士纪念设施永葆庄严，让穿越时空的精神火炬永远照亮民族复兴的伟大征程。

提升旅游“智”量 需效率与温度协同共进

□ 左崇年

清明假期将至，社交平台上出现了不少由AI(人工智能)生成的踏青攻略，如“DeepSeek定制四天三夜扬州旅游攻略”“AI生成厦门三天旅游攻略”等。同时，安徽黄山、江西庐山、重庆三峡龙脊等景区纷纷接入DeepSeek大模型，对智能交互、场景服务、伴游体验等进行优化升级。

在科技迅猛发展的当下，旅游行业正在经历深刻变革，“智”量提升趋势显著。AI技术广泛应用于行程规划、景区运营、游客体验等环节，有望推动旅游服务效率提升。然而，在追求高效时，如何让旅游服务保持温度，成为行业发展需要深入思考的问题。

AI技术可以极大地提高旅游各环节的效率。在行程规划方面，游客只需在智能平台输入个人偏好、出行时间、大致预算等信息，便能瞬间获取一份详尽且个性化的旅游攻略。这不仅可以节省游客筛选、整合海量信息的时间，还能够精准匹配符合自身需求的景点、住宿与交通安排。景区运营同样因AI技术变得更为高效，通过大数据分析 with 智能预测，景区能够提前掌握客流情况，合理调配资源，减少游客排队等待时间，进而提升游览的顺畅度。

尽管AI在行程规划方面表现亮眼，但是AI攻略的可靠性还存在争议。部分游客在使用AI定制旅游攻略时发现，其中不少信息存在失实情况，比如推荐的景点位置错误，或

者规划的线路引导游客进入未开放区域等。这是因为AI生成内容基于算法和现有数据，可能存在数据过期或不准确等问题，会在实际旅行中给游客造成困扰。

旅游业本质上是服务行业，面对游客的多样化需求，提供具有创意与温度的服务才是根本。AI能够提供高效服务，但是在应对复杂需求需求和个性化服务场景时，仍无法完全替代人工，如安抚游客情绪、灵活调整服务等。因此，旅游行业不仅要追求效率，情感体验与人文关怀同样重要。优质旅游体验应充满温度，没有温度的旅游难留美好记忆。

让旅游更有温度，关键在于将人文关怀融入智能化服务。旅游从业者不能因智能化应用而减少与游客的互动交流。相反，应借助智能技术深入了解游客的需求，进而提供更贴心的服务。比如，导游利用智能设备进行讲解时，不能照本宣科，而是要结合现场氛围与游客反应，生动地讲好故事，同时与游客进行交流和互动。

旅游“智”量的提升，需要效率与温度协同共进。以AI技术为代表的智能化手段是提升旅游服务效率的强大动力，而人文关怀则是旅游服务灵魂的关键所在。只有在追求高效的同时，用心营造有温度的旅游环境，才能让游客拥有更加便捷和难忘的经历。

来论

“乡愁回信”书写“诗和远方”佳话

□ 王志顺

乡愁是深埋于民族文化基因中的精神原力。当更多地方学会用文化温度替代流量博弈，用心灵共鸣重塑产业逻辑，文旅产业必将在高质量发展中书写“诗和远方”新的篇章

近日，杭州市采荷中学初三学生张蒲冉的一篇《乡愁是一张永不褪色的车票》引发社会广泛关注。文中对草原铁轨的文学化追忆——“轨道在岁月里锈成了虚线”，触动了公众对质朴乡愁的集体共鸣。对此，内蒙古自治区文化和旅游厅迅速作出回应，向作者寄送传统奶食礼盒，并承诺“全区景区对作者永久免门票”。这场跨越千里的“文化对话”，不仅登上了社交媒体热搜榜单，也被业界视为我国文旅产业从“流量竞争”向“价值共生”转型的生动注脚。

在文旅市场加速复苏的背景下，“流量焦虑”一度成为行业关键词。从“网红局长”出镜代言到景区花式整活营销，从“特种兵式旅行”跟风策划到城市IP口水大战，不少地方陷入“数

据内卷”的竞争怪圈。

此次内蒙古文旅部门以文化礼遇回应中学生乡愁书写的实践，则展现了另一种可能：当文旅产业跳出“风景贩卖”的单一逻辑，转向构建情感联结与价值共生的新生态，或将打开更具生命力的发展空间。

传统文旅市场营销往往陷入“资源擂台赛”的定式：比拼风景的“颜值”、服务的“性价比”、宣传的“声量”。这种模式下，文旅产品容易陷入同质化，而游客则被简化为“流量数据”。反观此次事件，中学生笔下的“锈蚀铁轨”本非传统的旅游资源，却因承载着现代人对质朴乡愁的眷恋，成为连接内蒙古草原与江南学子的情感纽带。

内蒙古文旅部门“奶食礼盒+文化

关于促进海南银发旅游高质量发展的思考

一、海南银发旅游发展的总体情况

银发旅游经济规模不断扩大。随着“银发族”人口基数不断增长，以“度假、康养和医疗”为主题的旅游产品体系不断丰富，海南省银发旅游市场发展迅猛，省外（候鸟游客）及本地银发游客数量增长快速。2023年，全省接待候鸟游客人数同比增长9.3%，占全省接待过夜游客人数9.6%；2024年，全省接待候鸟游客157.85万人次，同比增长14.4%，占全省接待过夜游客人数10.1%。其中，11月全省接待候鸟游客22.97万人次，同比增长2.6%，环比增长达84.7%。

银发旅居发展成效显著。近年来，得益于海南独特的旅游资源优势，旅居海南候鸟游客人数不断增加、规模不断扩大，旅居式养老旅游已成为海南旅游的生力军。2024年，旅居海南的候鸟游客中55岁以上银发人群占比高达93.2%，较2023年（92.6%）提高0.6个百分点，而年轻人群（34岁以下）占比约为0.8%，中年人群（35至54岁）占比约5.8%。这一数据充分说明，旅居海南的候鸟游客大部分属于“60后银发族”人群，并且数量逐年增加。

二、海南银发旅游存在的主要问题

银发旅游供给有效性不足。目前，海南在旅游线路和产品设计上，适老化改造不到位、适老化程度相对较低，与“多样化、个性化、品质化”银发旅游需求不相匹配等，银发旅游产品“供需错位”。

银发旅游服务精细化不强。在行程服务上，为“银发族”提供的服务不够贴心、专业，导致游客体验差、游览效率低等问题频出；在数字智能上，

部分旅游景区（点）、旅游交通、旅游酒店和旅游餐饮等配套设施适老化服务欠佳甚至空白，出行服务和预约系统等线上服务平台等功能适老化改造有待加强；在细节设置上，针对“银发族”的饮食口味、住宿配置、旅游节奏”和打卡点位数量等方面的服务安排不够周密细致等，削弱了“银发族”的旅游体验。

银发旅游营销精准度不高。一方面，部分市县行业管理部门对银发旅游经济认识不足、重视不够，导致银发旅游市场战略营销规划严重缺位，银发旅游市场开发工作的系统性和整体性严重不足，银发旅游市场营销工作依然处在“各自为政”状态。另一方面，多数涉旅企业对银发旅游市场敏锐度不够，信息匮乏，导致促销针对性不强、营销精准度不够；个别涉旅企业缺少网络营销手段，依然停留在“等客上门”阶段，面临着客源市场竞争压力大、获客能力有限的问题。

三、对海南银发旅游高质量发展的思考建议

强化银发旅游发展统筹发展。要进一步加快完善银发旅游发展工作统筹机制，精准推进全业态适老化改造，建设分层次、多业态、全链条的银发旅游产业生态，从根本上解决“在售旅游产品不合适、需要旅游产品买不到”等供需错位问题，妥善解决在旅游行程中的节奏问题和在旅游服务中的饮食和医疗风险问题。

丰富旅居式养老旅游产品。一方面，要在进一步完善现有综合性养老产业服务体系的同时，整合热带雨林、滨海气候和冷热带温泉等旅居式养老资源优势，做足“+旅游”文章，打造“冷热带温泉和热带雨林”特色旅居式银发旅游拳头产品；另一方面，要桥接优势资源，丰富旅居业态，打造“乡村旅居、度假旅居、文艺旅居、体育旅居和医养旅居”等热带海岛银发旅游产品，推出更多“旅游+”“+旅游”消费新场景、新模式，吸引有消费

能力的银发游客到海南旅居养老。

打造国际医疗旅游目的地。一方面，要进一步加强推动特色医疗旅游产品适老化改造，推动“健康岛·快乐城”医旅创新融合产品提档升级。同时，要以“乐城先行区特色医疗资源及其周边丰富的旅游资源”为依托，抓好医疗旅游产品项目规划建设，深入开展“以商招商、以链招商”，培育壮大“医疗旅游”业态集群，打造海南特色的乐城“医疗旅游”示范基地。另一方面，要以乐城示范基地为示范带动，优化整合全省温泉和盐田等医疗旅游资源，优化开发更多特色医疗旅游项目，推进建设国际医疗旅游目的地，在吸引国内外游客前来海南体验医疗旅游的同时，满足多样化医疗旅游消费需求。

深耕“岛内游”银发旅游市场。针对“银发族”旅游需求特点，指导和引导旅游企业将“岛内游”作为企业深耕银发旅游市场的重点，为银发游客提供定制化、特色化的银发旅游产品和

服务，全力打造“特色鲜明、内容丰富、服务优质、管理精细、层级分明”的银发旅游产品体系，推动“个性化、多样化”的旅游需求得到最大限度的满足，促进银发旅游市场高质量发展。

优化银发旅游市场环境。一方面，要进一步加强旅游市场监管。要引导旅游企业充分认识到“银发族”组团游不是低价旅游，更不是零团费旅游，要真正回归理性认识。银发旅游产品定价，要有一个合理区间，不仅要考虑到旅行社的经济效益，也要兼顾社会效益，做到社会效益与经济效益并重共赢；引导旅游企业在组织“银发族”组团出游时，坚持公平、公开、自愿的原则，不能强买强卖；在具体的旅游市场执法过程中，一旦发现定价不合理或者强买强卖行为，要做到严惩不贷。另一方面，要进一步强化网络舆情监控。要建立健全“高效、及时、精准”的网络舆情监测管理体系，完善“线上”与“线下”有效协同的舆情风险应对机制，精准高效地做好文旅舆情管控，为全省银发旅游高质量发展营造良好氛围。（李红 海南省旅游和文化广电体育厅政策法规处）