

中華文化魅力持續釋放 中央激勵政策不斷加持 文化旅遊消費 成掘金新亮點新機遇

兩會前瞻【文旅消費篇】

首個「世界非遺版」春節全球圈粉、冰雪經濟再升溫、《哪吒2》引爆國漫熱潮、入境遊帶動消費熱……2025年開年，一系列積極因素助力內地文旅消費和文化出海迎來發展新機遇。此前的中央經濟工作會議及國辦發布的相關措施明確了下一步促進文旅消費的工作重點。多位專家向大公報表示，從中國的消費數據來看，未來發展最大的趨勢之一就是服務消費。當前，文旅已成服務消費重頭，它不僅涉及促進國內消費，亦是拉動對外服務貿易增長的重要領域之一。未來，還需從供需兩端發力，持續挖掘文旅新場景，激發消費新活力。

大公報記者 江鑫嫻



▲隨着中國不斷優化免簽政策，越來越多外國人來華旅遊。圖為意大利遊客在北京天壇合影留念。新華社

2024年國內遊客總花費5.75萬億元

當前，內地文旅消費正展現出強大的活力與韌性。文旅部數據顯示，2024年，國內出遊人次56.15億，比上年同期增加7.24億，國內遊客出遊總花費5.75萬億元（人民幣，下同），比上年增加0.84萬億元。

在首個「世界非遺版」春節，人們對民俗文化、非遺手工技藝等相關消費的關注度倍增。抖音平台的數據顯示，1月7日-2月12日，抖音平均每天有17.3萬場非遺直播；抖音生活服務非遺團購訂單量同比增長139%，助黃山魚燈、揭陽英歌等傳播更廣，帶動地方文旅發展。

中國旅遊研究院院長戴斌表示，非遺文化一定能在越來越多的認同和關注下得以傳承和發展，非遺與旅遊深度融合，要創新人們看見非遺的方式。

文旅新藍海：冰雪 首發 銀髮

在中國，「冷資源」正成為「熱經濟」。日前在哈爾濱舉行的第九屆亞洲冬季運動會為中國的「冰雪熱」再添一把火。中國旅遊研究院發布的《中國冰雪旅遊發展報告（2025）》預計，2024-2025冰雪季中國冰雪休閒旅遊人數有望達到5.2億人次，冰雪休閒旅遊收入有望超6300億元。戴斌表示，中國冰雪旅遊已成為擴內需、促

消費的重點領域。未來要規劃並實施冰雪旅遊倍增計劃，着力完善現代冰雪旅遊產業體系。

打卡第一家門店、買下第一個聯名文創……當下，首發經濟消費熱潮正起。北京第二外國語學院旅遊科學學院旅遊管理系主任宋昌耀表示，要打造文旅首發經濟模式，還可建設「首站」、開啟「首演」、支持「首秀」，發揮文旅商體賽的聯動效應。

與此同時，從去年到今年，中老年歌迷助推刀郎成為演唱會頂流，成為「銀髮經濟」的生動註腳。目前中老年的可支配收入遠高於Z世代等年輕人，目前內地銀髮經濟規模約7萬億元，約佔



▲非遺成為文化出海新主題。圖為汕頭英歌舞在巴黎表演。新華社

GDP的6%。有分析指，中老年用戶群體的精神需求市場是一片方興未艾的藍海。

中國文化成為外國遊客新主題

110餘項便利人員往來措施、對38個國家實施單方面免簽、240小時過境免簽等成為傳播中華優秀文化的有力政策支撐。以春節為例，各地豐富的文旅活動，成功吸引了海外遊客的眼球。官方數據顯示，今年春節假期共計95.8萬人次外國人出入境，較去年春節同期增長22.9%。

有業內人士表示，中外遊客對快樂的旅程以及深度的人文體驗需求是相通的，未來博物館、科技館和復古市場以及那些能體現中國高速發展的資源都將迎來更多遊客。入境遊遊客總量、客源覆蓋面均有望取得重要突破。

近年來，越來越多的中國IP走熱，初步形成更為市場化、規模化、年輕化的出海新生態。去年夏天，國產首款3A單機遊戲《黑神話：悟空》橫空出世，全球銷量超2800萬份，銷售額達90億元。為更好理解遊戲，海外玩家們讀起了外語翻譯版《西遊記》。而電影《哪吒2》在海外掀起了一波觀影潮，美國觀眾認為這是了解中國文化的好機會。

業界普遍認為，在文化自信的驅動之下，中國的文化出海之路已從「借船」走向「造船」，未來，像《哪吒2》一樣的中國產「世界級文化爆款」會不斷湧現。

數說2024年文旅消費

- 國內出遊人次**56.15億**，比上年同期增加了7.24億，同比增長**14.8%**。
- 國內遊客出遊總花費**5.75萬億元**（人民幣，下同），比上年增加**0.84萬億元**，同比增長17.1%。
- 2023-2024冰雪季，全國冰雪旅遊市場規模**超過4億人次、5500億元**，創歷史新高。
- 全國各口岸免簽入境的外國人達**2011.5萬人次**，同比上升112.3%。
- 全國營業性演出（不含娛樂場所演出）票房收入**579.54億元**，同比增長**15.37%**。
- 2024年中國電影總票房達**425.02億元**，觀影總人次為**10.1億**。
- 爆款文創帶動消費。2024年中國國家博物館文創總收入相比上年同期增幅**近60%**。
- 中國自主研发遊戲在海外市場的銷售收入達**185.57億美元**。

大公報記者江鑫嫻整理



▲代表團駐地北京飯店，各項服務保障工作已準備就緒。

2025年文旅行業七大新趨勢

- 1 擴大服務消費將成全年文旅發展主線任務。
- 2 文旅消費向「輕量化」發展，短視頻、微短劇、微度假受市場青睞。
- 3 「低空經濟+文旅」打造文旅消費新增長點。
- 4 互聯網平台對文旅消費趨勢的引領作用日益顯著。
- 5 文旅產業迎來高水平開放機遇期，跨文化傳播邁向新階段。
- 6 人口結構變化重塑文化和旅遊市場格局。
- 7 文化和旅遊數字新基建將成為投資新風向。

大公報記者江鑫嫻整理

探訪兩會港澳代表團駐地「無感通行」快速入場

特稿

一年一度的全國兩會召開在即，大公報記者28日實地探訪全國人大香港、澳門代表團駐地北京飯店，發現各項服務保障工作已準備就緒。

在北京飯店駐地大門口，記者看到多名清潔人員正在密鑼緊鼓地進行清掃工作。步入駐地大廳，兩條智能安檢通道已經調試完畢，經過安檢設備自動識讀卡片證件，代表委員即可通過「無感通行」快速入場。安檢屏幕上已顯示「十四屆全國人大三次會議和全國政協十四屆三次會議」的字樣。

紀念品商店「京味十足」

通過安檢後，兩盆寓意著「國家繁榮昌盛、人民幸福」的杜鵑花鮮艷奪目。大廳角落，一台多功能讀報機已就位，代表委員可以在這裏閱讀兩會最新資訊。還有一家「京味元素十足」的紀念品商店，卡通京劇擺件、故宮拼圖、精緻陶瓷杯……琳琅滿目的商品讓代表委員們可以選購紀

念品帶回家。「代表委員將於明日陸續抵達，駐地已經做好了充足而全面的準備工作，從「吃、住、行」做好「暖心」服務，讓代表委員們感受賓至如歸的溫暖。」北京飯店工作人員向大公報表示。

2月27日下午，北京市委書記尹力檢查城市運行、公共安全、食品供應、代表委員服務等兩



▲記者探訪北京飯店駐地發現，各項服務保障工作已準備就緒。大公報記者李暢攝

會服務保障工作。強調要堅持首善標準，擦亮「北京服務」品牌，以時時放心不下的責任感和精益求精的工作態度，扎實細緻做好各項服務保障工作，為全國兩會勝利召開營造良好環境。他指出，駐地要高度關注代表委員需求，完善服務保障細節，在會議、出行、就餐等各個環節中提供暖心服務。

大公報記者李暢



▲經過安檢設備自動識讀卡片證件，代表委員即可通過「無感通行」快速入場。大公報記者李暢攝

我為政府工作報告提建議

開發青少年「口味」文旅

北京小學生秦同學：

每個假期爸爸媽媽都會帶我和妹妹去全國各地旅行。時間久了，我就發現很多古鎮、景區的房子都長得差不多。在我心中，文旅就是得體驗文化的同時又有旅遊的樂趣。期待未來各地能開發出適合青少年「口味」的文旅項目。春節期間，媽媽還帶我們去看了《哪吒2》，精彩的特效讓我彷彿身臨其境。期待未來能有更多像《哪吒2》這樣優秀的國產動漫作品，講述中華文化，讓更多小朋友愛上它！



▲優秀的文化產品才會吸引青少年的關注。圖為小朋友在雄安新區的《哪吒2》牆繪前拍照。中新社

盼景點免費降至60歲

武漢退休職工彭女士：

退休之後，我和老伴經常或報團或自駕去全國各地旅行。我發現很多景點對65歲以上老年人實行免費政策，未能充分覆蓋廣大低齡老年群體。建議相關部門可以考慮調整老年人旅遊優惠政策，將免費景點的年齡門檻降低至60歲。希望政府能加大對老年文旅產品的支持力度，鼓勵旅遊企業開發更多適合老年人的文旅項目，如養生旅遊、文化旅遊、紅色旅遊等。還應加強文旅市場監管，確保老年人權益得到保障。

讓文旅門票不再「搶」

江蘇南通劉女士：

我家孩子都非常喜歡傳統文化，節假日出遊，當地博物館是必打卡點。不過，自從旅遊景點實施預約參觀後，每次到了節假日、寒暑假計劃旅遊就十分頭疼。有時候火車票搶到了，門票沒搶到，只好退訂火車票和酒店；有時候搶到了門票，又沒搶到火車票。期待有關部門出台一些更方便老百姓出行的服務方式，對現有熱門場館進行適度提升、擴容，完善配套，讓門票不再「搶」，旅遊更舒心。

專家觀點

如何進一步繁榮文旅消費，增強產業發展？下一步，應從供需兩端發力，通過豐富消費惠民舉措、滿足不同年齡群體消費需求、擴大特色優質產品供給、創新產業政策優化消費環境等多維度協同促進培育文旅消費新增長點。

2025年文旅行業工作重點將從消費、新業態、項目、企業、就業等5個方面發力。文化和旅遊部產業發展司司長繆冰陽透露，未來將推出一攬子文化和旅遊消費繁榮的政策，充分發揮中國超大規模市場的優勢，順應人民群眾消費升級和個性化需求的增長。開展形式多樣的消費促進活動，還將聯合有關機構推動百城百區、百城千站文化和旅遊消費行動計劃。

中國人民大學創意產業技術研究院副院長、文化品牌評測技術文化和旅遊部重點實驗室副主任宋洋洋亦認為，應通過舉辦豐富的文化旅遊惠民樂民活動，通過非遺展示展演展銷、歡樂冰雪旅遊季等活動，擴大文旅消費覆蓋面。還要滿足不同年齡群體消費需求，提供更加匹配的定制化產品和服務。

關於優質產品供給，宋洋洋建議，一方面要擴大特色優質產品供給，重點在文化娛樂產品、時尚國潮產品等方面發力；另一方面要着力培育消費場景，布局打造新型消費場景。他還建議，在創新產業政策方面，增強財政金融支撐，增強企業抗風險能力。

供需兩端發力 提供更豐富文旅產品