

# 出行人次屢創高峰 新玩法新場景不斷湧現 文旅加速融入日常 成消費新增長點

「跟着吒兒遊中國」全網刷屏，「AI 導遊」帶來全新體驗，「中國遊」「中國購」持續進階，「蘇超」引爆全民狂歡，中國文化 IP 出新、出海且出彩……剛剛過去的 2025 年，內地七個公共假期出遊總人次與消費總額均創歷史新高，人們見證文旅成為中國新的消費增長點。

展望 2026，多位專家向《大公報》表示，「十五五」開局之年，旅遊將加速融入城鄉居民的日常生活，成為文化體驗和精神享受的剛需，一批文旅新玩法、新場景將釋放消費潛力，或將定義 2026 年文旅市場走向。

大公報記者 江鑫嫻北京報道

元旦假期，中國國內出遊 1.42 億人次，總花費超 847 億元人民幣，迎來「開門紅」。中國旅遊研究院院長戴斌表示，新的一年，一批文旅新玩法、新場景將釋放消費潛力。未來會有更多的退休客群和中產家庭前往青甘蒙疆自駕遊、中長期出國遊和極地遊，也會有更多的年輕人選擇博物館、戲劇場、商圈、街區、溫泉沐浴和都市休閒綜合體作為文化新空間和旅遊新場景。

他提出，未來，旅遊流在城市間相互吸納的特徵將更加明顯，縣域中心城鎮將在都市客源外溢和農村居民旅遊消費吸納中發揮更加積極的作用。優化城市休閒供給，統籌城鄉旅遊發展，已成為各級黨委、政府的現實課題和規劃要點。中央確定的「推進消費稅徵收環節後移並穩步下劃地方」等改革舉措，將激勵地方政府提振包括旅遊、休閒、文化、體育等消費的積極性，有望出台並實施更加有力的政策措施。

## 入出境遊續增長 港澳交流踏上新階

「在新的年裏，在『十五五』期間，入出境旅遊將保持持續增長的趨勢。」戴斌表示，更加便利化的簽證、免稅、消費和支付政策，更為專業化的海外宣傳和市場推廣策略，加上旅遊目的地公共服務和商業接待環境的完善，構成了入出境旅遊市場持續增長的基礎動能。周邊國家、「一帶一路」共建國家將繼續保持基礎市場地位，「全球南方」國家有望成為外國人入境旅遊的新興客源地。澳門國際旅遊文化區的規劃建設，《香港旅遊發展藍圖 2.0》的落地實施，將推動港澳與內地的旅遊交流合作再上新台階。廈金「小三通」將持續增長，兩岸旅遊交流有可能漸進回暖。

戴斌提出，面向入境旅遊者，開展系統而深入的專題調查，針對各市場經營主體進行深入訪談，將入境旅遊者面臨的消費痛點列出清單，研究更加精準化的政策改進舉措。

北京第二外國語學院中國文化和旅游產業研究院常務副院長吳麗雲表示，當前，內地文旅消費需求呈現更加注重深度參與和沉浸式體驗、更加關注本地生活和地方文化、更加在意情緒價值和情感共鳴、更加凸顯個性表達和自我成長等趨勢。

關於情緒消費，有調查顯示，68% 的國內遊客將「情感體驗」列為出遊的首要目的。吳麗雲提出，情緒價值提供和「情感旅遊」是 2026 年值得關注的方向。旅遊企業和旅遊目的地要與遊客產生共鳴，通過文化、自然、生活和社交連接，為遊客的情緒釋放和自我情感表達提供「出口」。

## 關鍵指標或回調 做好服務是重點

關於後續的文旅消費情況，戴斌表示，從經濟周期上看，過去三年旅遊市場的持續高速增長，具有對非常態蕭條期的補償性質。隨着補償動因的減弱甚至消失，國內和入境旅遊市場將從較高的兩位數增長轉向較高甚至中低的個位數增長，旅遊人次、旅遊消費等關鍵指標將向常態化發展方向回調，旅遊出遊半徑、目的地遊憩半徑則會保持相對穩定的增長。

他認為，無論五年規劃目標，還是年度發展指標，都不是越高越好，「七節四季」的市場數據要多與自己比，不能因為一時一地的數據回調而焦慮和內捲。相對宣傳推廣的熱度，市場治理的力度、遊客滿意度、從業人員和目的地居民獲得感，才是旅遊部門關注的指標和工作的重點。



▲「跟着吒兒遊中國」去年全網刷屏。圖為 1 月 7 日，遊客在哈爾濱的哪吒雪雕前留影。

▲2026 年元旦假期，內地消費活力持續釋放。圖為 1 月 8 日，熱貢「於菟」民俗文化旅遊活動在青海舉行。

### 時間膠囊

#### 2026 您最想去哪裏？

**北京陸女士**

- 2026 年，計劃去一趟浙江龍泉，尋一家青瓷主題民宿。去瓷廠老街逛逛早市，買點青瓷杯子，體驗拉坯製瓷。我還想去試試自己鍛造龍泉寶劍。

**江蘇施先生**

- 從來沒有去過雲南，今年想去騰沖和芒市。這裏是滇西南極具特色的旅行目的地，沒那麼多人，適合避開人流、深度體驗邊地文化與自然風光。

**北京張同學**

- 作為航天迷，寒假我想去海南文昌親眼見證火箭拔地而起的偉大時刻。加上深度參觀、聽取專業講解等，相信體驗感會非常棒。

**上海徐女士**

- 想去新疆阿勒泰體驗冰雪激情。作為中國頂級滑雪目的地，這裏幾乎匯集了高山滑雪所有令人嚮往的地形，粉雪更是輕盈乾燥。

**內蒙古郭先生**

- 河西走廊融合了壯麗的自然景觀與深厚的歷史文化。期待欣賞敦煌莫高窟的飛天壁畫，感受張掖七彩丹霞的絢爛，體驗「天下第一雄關」的壯闊。

大公報記者江鑫嫻整理

▲海南文昌航天旅遊產業興盛。圖為去年 12 月 26 日，火箭在海南商業航天發射場升空。

## 擁抱前沿科技 AI 豐富體驗

政策展望

元旦假期，迎新年活動特色鮮明，文旅業態融合創新成為核心亮點。業界普遍認為，在延續既有政策的基礎上，2026 年，中央和地方政府或將實施更加積極有力的政策措施，將民眾對美好生活的需要轉化為經濟增長的動能。

文化和旅游部部長孫業禮日前表示，要以推進文旅深度融合為主線，大力發展文化旅遊業。文旅部將堅持以文塑旅、以旅彰文，在旅遊產品和服務中融入更多優質文化內容。主動擁抱人工智能等前沿科技，推進文化、旅遊和科技融合，培育催生更多新業態、新應用、新模式。深化「文旅+百業」「百業+文旅」，培育文旅商農體融合業態，有效延伸產業鏈、創造新價值。推動文化和旅遊發展融入城市更新和鄉村建設，打造「小而美」「特而優」的文旅項目和消費場景。

文旅部還明確，將激勵動漫產業創新發展，持續打造優質 IP。實施文化創意產品提升行動，指導培育「城市禮物」品質化、體系化發展。推動文創產品開發和品牌授權，推廣國潮文創、非遺老字號等優質產品。同時，引導各地進一步豐富城市漫步、鄉村旅居、露營休閒等融合消費場景；積極打造沉浸式體驗、線上演播、數字藝術、電競娛樂等文旅數智化新模式等。



▲去年 10 月 6 日，在廣東省汕頭市，機器人與演藝人員共同演出鼓舞《二十四節令鼓》。

## 多元創新 IP 「出海」圈粉全球

文化影響

旅遊市場火爆的同時，中國文化亦以更加開放包容的姿態擁抱着世界，拉布布、《原神》等更加時尚多元的文化 IP 成為全球「頂流」，不僅在世界圈粉，更吸引着八方賓朋跨越山海來華探尋體驗，中國故事跨越山海、深入人心。近期在北京發布的《中華文化國際傳播研究報告（2025）》指出，在 IP 創新領域，中華文化展現出強大的全球適配力。

面向未來，「中國 IP」仍將以創新表達和多元形態，打造中國文化「出海」的新範式。它在「歪果仁」指尖滑動的網文頁面裏、手機屏幕的短影片段裏、手柄操控的遊

戲世界裏、滿滿當當的電商購物車裏……既是規模覆蓋，更是價值共鳴。

全國政協委員、首都經濟貿易大學特大城市經濟社會發展研究院副院長郭媛媛向大公報表示，以前「走出去」的傳播模式常因外在於當地文化而難以被深度接受，轉向「走進去」是趨勢。核心在於推動中華文化與所在國、所在地文化的嵌入融合，尊重當地文化接受習慣與興趣，借助網絡技術優勢，找到「軟融入」「軟傳播」途徑，實現有效傳播。同時，要強化文化傳播的體驗感、沉浸感與互動感，讓文化與個體成長、日常生活深度交融，才能產生更多的傳播力與影響力。



▲去年七月五日，遊客在浙江湖州親水消暑。



▲一月二日，遊客在雲南省景洪市曼弄楓街道曼曼納古寨拍照。

### 2025 年 數據詩篇

**民眾出遊 需求強烈**  
去年前三季，國內居民出遊人次 49.98 億，同比增 18.0%；出遊花費 4.85 萬億元，同比增 11.5%。

**免簽擴大 客似雲來**  
中國已對全球 76 個國家實行單方面免簽或全面互免簽證，240 小時過境免簽國家擴至 55 國。

**離境退稅 吸引力強**  
去年前三季，免簽入境外國人 2089 萬人次，離境退稅銷售額增長一倍左右。

**文化產業 步步高升**  
去年前三季，全國規模以上文化及相關產業企業實現營業收入 109589 億元，同比增 7.9%。

**電影票房 冠絕全球**  
2025 年中國電影全年票房超 518.32 億元。《哪吒之魔童鬧海》成 2025 年度全球票房冠軍。（貨幣單位為人民幣）

大公報記者江鑫嫻整理

## 外國人深度遊「科技中國」成新吸引力

入境熱門

2026 年元旦假期，得益於免簽政策、國際航線增開等多重利好，入境遊市場迎來「開門紅」，適用免簽政策入境的外國人達到 29.2 萬人次，較去年同期增長 35.8%。在更大範圍、更深層次的過境免簽政策之下，「多城深度遊」正成為外國遊客的熱門選擇。數據顯示，有六成入境旅客選擇了跨省遊玩。特別是來自美國、加拿大、澳洲等遠程客源國的遊客，更傾向於「一次出行，深度遊覽」。過去中國旅遊多被貼上「東方文化」標籤，如今通過社交平台與年輕遊客的口碑傳

播，外國遊客眼中的中國充滿「科技感」與「現代性」，這成了新的吸引力。高鐵飛馳、移動支付普及、各類機器人、AI 即時互譯、AR



▲一月八日，在黑龍江綏芬河火車站出站口，入境外籍遊客前往賓館。

文物體驗等，更讓外國遊客直呼「穿越到未來」……一眾海外博主自發成了中國的「互聯網嘴替」，一個更加真實、立體、生動的中國，通過一次次「說走就走」的旅行，正在被世界重新認知。

業界專家普遍認為，中國的入境遊邁入了「量質並升」階段。有機構數據顯示，元旦假期，中國入境遊市場門票預訂量同比增長 110%，入境體驗型玩樂產品預訂量增長超 30 倍。這反映出，中國正被越來越多境外遊客納入出遊目的地，客源地、目的城市也會更加多元化。