

为年轻人打造“走心”的旅游精品



中青报·中青网记者 夏瑾

今年秋季,27岁的李星从四川成都到云南建水旅游。在同事的推荐下,她体验了建水古城的小火车观光项目。“最吸引我的是复古的车厢,一坐进去,仿佛穿越回了旧时光。随手一拍,都像是自带滤镜的老电影画面。”她分享道,“而沿途的风景,更是与小火车的‘慢节奏’完美契合。没有走马观花的仓促,只有慢慢欣赏的惬意。正是在这段‘慢时光’里,我读懂了建水的温柔。”

“旅游的价值正在‘升维’,从追求感官冲击,演进为追求精神的共鸣与觉醒。”中国旅游协会会长段强说,“旅游价值的核心,正在从‘眼球经济’升维为‘心灵经济’。”

当下的年轻游客已不再满足于“打卡式”的浅层观光。他们踏上旅途,更渴望进行一场与自我的深度对话,获得情感的慰藉和精神的丰盈。在此背景下,如何设计有灵魂、有故事、有价值观的旅游产品,以回应年轻游客日益增长的精神文化需求值得探索。

“站站停、慢慢游”完美呼应年轻一代对旧日时光的想象

旅游产业必须为下一个5年寻求新的消费动力。段强认为,未来的旅游产品应深入挖掘文化内涵,并通过创意方式进行表达,致力于打造令人难忘的沉浸式体验。

当前市场上已涌现一批成功实践,例如云南建水古城小火车、西安大型史诗幻境演出《起鼓大秦》、南京市红山森林动物园等项目,为行业转型升级提供了可借鉴的路径。

建水古城小火车运营线路的前身,是始建于1915年的个碧临屏寸轨铁路。2015年,昆明铁路局与建水县政府创新“国有铁路+地方运营”模式,启动建水古城米轨小火车观光旅游项目,通过“票务+文创+场景消费”的模式,打造了一条12.82公里长的“流动的文化长廊”,实现了



9月27日,《起鼓大秦》演艺开展一周年“万千无名筑大秦”特别活动。当晚演出结束后,演员们在观众席与来自全国各地的1500名观众互动。受访者供图

从单一小火车观光到多维体验的升级。

复古的车厢、窗外的传统村落以及不时闪现的法式风情建筑,共同打造一段穿越时空的沉浸之旅,塑造了独特的人文氛围,更唤起游客的情感共鸣与分享意愿。“站站停、慢慢游”的节奏设计,让旅行真正慢了下来。

李星向中青报·中青网记者感慨,建水古城小火车不仅为年轻人提供了放松身心的休憩空间,更以其独特的复古氛围,完美呼应了年轻一代对旧日时光的想象。

建水古城小火车经营管理有限公司总经理邓晓瑾介绍,2024年,小火车全年接待游客19万人次,2025年上半年已突破9万人次,虽已趋近饱和,但仍呈现小幅稳步增长态势。

在演出中,游客成了历史的“亲历者”

这个秋天,25岁的邱屿森与朋友从深圳来到西安,开启了四天三晚的旅程。“看《起鼓大秦》是我们这趟旅行最重要的目的,可以说是专程为此而来。”邱屿森说。

邱屿森和他的朋友都是“历史迷”。演出结束后,他仍然意犹未尽:“我仿佛经历了一场真实的时空穿越,让我的情绪久久不能平静。”这趟西安之行,两人准备了约4000元的预算。在邱屿森看来,每人近400元的演出门票,堪称整个旅途中“花得最值的一笔钱”。

“我觉得这场演出特别懂年轻人。”

邱屿森说,“首先是沉浸感——我们不再是被动看戏,而是从一开场就仿佛穿越到了那个时代。其次是节奏与视听冲击:整场演出节奏紧凑,音效、灯光与威亚等技术配合极佳。最后是情感共鸣,故事虽源自秦朝,内核却关乎家国、梦想与牺牲这些永恒命题。”

陕西文化产业(西安)投资有限公司董事长、《起鼓大秦》出品人庞博介绍,这是陕文投集团在西安打造的一部大型沉浸式文旅演艺项目,是践行“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”的一次产业实践。

项目从构思到落地历时6年,于2024年9月27日首演。一年以来,正式演出了500场,接待观众70万人,上座率一直保持在96%以上,20-40岁的年轻群体占比高达75%。

庞博认为,《起鼓大秦》之所以能吸引年轻人,主要源于3方面原因:

首先是引发情感共鸣。该剧摒弃传统历史题材的“大人物”视角,从湖北云梦睡虎地秦简中一位名叫“黑夫”的普通士兵家书切入,通过小人物及其家庭的命运,折射出大时代的波澜壮阔。

其次是以沉浸式体验强化参与感与社交传播。该剧打造了贯穿式多空间剧场,并以“世界最大剧院舞台”创造吉尼斯世界纪录。1500个移动座椅使观众随剧情推进,穿梭于考古现场、咸阳宫殿、烽火战场之间,成为历史的“亲历者”。

第三是以民族美学与高级质感传递

当代价值。作品在精神层面聚焦能与当代对话的核心价值,提炼出秦人坚韧不拔的“拧”劲儿、坚持改革的韧劲、天下统一的抱负与家国一体的情怀。

该剧跻身陕西省内平均票价结算价格最高的大型驻场演出之列,实现了社会效益和经济效益的统一。观众为了观看演出,需要留在西安过夜,也有效延长了游客在西安的停留时间,带动了周边住宿、餐饮、交通等消费。

构建公众与动物之间的专属情感纽带

今年9月,24岁的上海公司职员林瑜利用休假时间,与闺蜜一同前往南京,开启了三天两晚的旅行。在这次以“放松+城市漫步”为主题的行程中,南京市红山森林动物园成为她们最期待的一站。

林瑜向记者坦言,自己是被社交媒体“种草”的。“我经常在短视频里刷到他们给动物设计的有趣玩具,还有那些可爱的手绘名牌和说明牌,慢慢地就被吸引了。”她说,“这里特别有爱,是一个真正尊重动物的地方。”

游玩之后,林瑜觉得“不虚此行”。这里“与其说是个动物园,不如说是一个超大型的自然博物馆和生命教育课堂。”最打动她的,是动物园传递的“尊重生命”的理念,以及无处不在的“用心”。“场馆设计最大限度地模拟了野外环境。动物们状态很放松,充满活力,非常治愈。”林瑜说。

南京市红山森林动物园园长沈志军在接受记者采访时表示,该园坚持以“保护教育”为核心使命,凭借专业的动物保育技术、温暖的人文关怀与独特的运营理念,成功探索出一条城市动物园的转型与创新之路。

这座被年轻人亲切称为“南京版迪士尼”的动物园,生动诠释着“每一个生命都值得温柔以待”的理念。园区通过有温度的科普方式,赋予每只动物独特的“个性”。从生动有趣的手绘科普牌,到真犇动人的“老马走了”动物讣告,这些充满情感的表达深化了公众与动物之间的情感连接。

沈志军向记者介绍,红山森林动物园会通过常态化直播向公众展现动物的真实生活与治愈瞬间。例如,园区引导孟加拉虎在非麻醉状态下配合完成B超检查,完成国内首例合趾猿剖宫产手术,帮助黑猩猩“乌豆”“憨豆”回归群体等。这些故事通过“云游园”等创新模式在网络传播,结合云

认养、个性化文创开发等方式,构建起公众与动物之间的专属情感纽带。

数据显示,2024年红山森林动物园接待游客797.2万人次,其中70%为外地游客,30岁以下观众占比达70%。2025年上半年,游客量已突破400万,20-30岁游客占比超过60%。

此次南京之行,林瑜和闺蜜的人均预算约为1200元。在红山森林动物园,她们每人消费约220元,包括40元门票、120元文创产品以及约60元的园内特色咖啡与简餐。

在林瑜看来,这些花费“非常值得”。她向记者表示,红山森林动物园精准地把握了年轻一代的情感需求。“‘以动物为本’的理念与我们关注动保、环保和可持续发展的价值观高度契合,让我们觉得来这里不只是游玩,更是一种有态度的消费和价值观认同。”

中国旅游协会专家委员会委员、复旦大学兼职教授肖潜辉认为,红山森林动物园成功的重要启示在于,相其情营销,价值营销是更高层次的营销策略。“当动物园高举‘尊重生命、保护动物’的旗帜时,必然引发年轻人强烈的情感共鸣与价值认同。”

定义精品,打造精品

“当代消费者已经发生变化,尤其是Z世代,他们具有自主、自由的消费特质,不愿被动接受既定产品,而是希望在参与和自由发挥中寻找价值、共情与共鸣,追求社群化的共同体验。”南开大学商学院院长白长虹说。

如何定义“精品”?白长虹认为,“精品”应由顾客来定义。年轻一代消费者注重悦己、认同自我价值、追求情绪价值,并倾向于共享消费、共创消费与情感消费。这些需求正是“精品”的核心依据。

如何打造精品?白长虹提出,应重视“两个赋能”:一是数字赋能,即借助科技特别是数字创造力增强吸引力。二是文化与艺术赋能,“数字与艺术的赋能共同构成了打造精品的关键路径”。

其次要重视场景创造。通过融合各类资源,构建全新的消费场域,以适应年轻消费者的需求。

此外,应特别强调社群连接。“消费不是一次性的行为,而是要建立情感与技术的持续连接。而社群是推动项目跨越周期、持续成长、不断迭代与创新的重要力量。”白长虹说。

(文中邱屿森为化名)

“文旅+百业”“百业+文旅”为旅游产业释放巨大发展潜能

消费费投入不足,旅游推广专业人才短缺,难以形成高强度多维度推广。

基于此,祝善忠提出,应持续深化签证与通关改革,加快构建全域友好型支付与服务生态,让支付便利化成为展现中国数字化发展温度的名片。完善离境退税全链条服务,提升政策落地效率。整合资源,建立国家级旅游营销机构。打造多语种新媒体矩阵,展现真实的中国,并借力国际展会、体育赛事等平台,提升中国在全球旅游中的话语权。

同时,推动“旅游外交+文旅经贸”等深度融合,吸引外资参与文旅项目建设。加强与共建“一带一路”国家的旅游合作,共建跨境旅游线路,共享客源市场。“让我们以‘十五五’规划为蓝图,以文化为魂,以产品为基,以服务为桥,以传播为翼,共同促进旅游高质量发展,让更多的海外朋友走进中国,了解中国,爱上中国。”祝善忠说。

第十二届中国旅游产业发展年会由文化和旅游部产业发展司指导,中国旅游报社主办,辽宁省文化和旅游厅承办。

中青报·中青网记者 姜蕾

10月16日,以“展望‘十五五’——新起点新机遇新作为”为主题的第十二届中国旅游产业发展年会(以下简称“年会”)在辽宁省沈阳市举办。文化和旅游部党组成员、副部长高政,辽宁省副省长楚天运出席会议并致辞。

作为年会的重要组成部分,会上发布了“2025中国旅游产业影响力案例”。繁荣旅游消费创新实践典型案例、传播助力旅游产业发展典型案例、数智赋能文旅产业发展典型案例、旅游促进非遗传承与发展典型案例、“文旅+”融合新业态新场景创新典型案例、旅游企业提质升级典型案例、旅游项

目高质量建设运营典型案例、旅游产业赋能城市发展和乡村振兴典型案例……从所发布的案例类型可以看出,涉及主体众多、品类丰富,手段多样,从一个侧面体现了“文旅+百业”“百业+文旅”的释放带动效应。

此前,9月29日,国务院新闻办公室举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上,文化和旅游部部长孙业礼介绍,“十四五”期间文旅产业发展蓬勃兴旺。2025年上半年,国内居民出游32.85亿人次、总花费达到3.15万亿元,又创新高。文旅融合深入推进,“以文塑旅、以旅彰文”的双向赋能为文旅产业培育新动能、塑造新优势,文化遗产游、红色旅游、研学旅游、旅游演艺等持续升温。文旅商体衣等融合发展,成为激发文

旅消费、拉动综合消费、带动增加就业的重要引擎。

这些典型案例中,中国青年报社报送的《“我们的节日·七夕”推动“爱情旅游目的地”IP转化》入选“传播助力旅游产业发展典型案例”。作为中宣部、文旅部等六部门联合主办的“我们的节日·七夕”主题活动的重要组成部分之一,由中国青年报社、共青团湖北省委、鄂西县人民政府联合主办的青年喜爱的爱情旅游目的地暨“海誓山盟·情定鄂西”2025年青年集体婚礼传统婚俗体验活动于8月28-29日在湖北鄂西开展。活动包括发布爱情主题线路、共建“爱情林”、青年爱情故事征集、青年集体婚礼四大板块。在活动带动下,七夕节期间,鄂西累计接待游客343.74万人次,同比增长16.93%,实现旅

游收入14.77亿元,同比增长19.95%。

截至2025年上半年,我国对47个国家实行单方面免签,与29个国家实现全面互免签证,政策拉动效应显著。同时,240小时过境免签政策扩容、离境退税“即买即退”全国推广等举措,进一步提升了境外游客旅行便利度。“中国入境旅游市场在政策红利与消费需求的双重驱动下,实现了从稳步复苏到加速增长的关键性跨越,成为彰显国家高水平对外开放的重要窗口。但应正视制约入境旅游发展的问题,以旅游业提升中国国际影响力。”联合国旅游组织大使、原执行主任祝善忠说。

祝善忠剖析制约入境旅游发展的若干问题时表示,目前我国入境旅游故事宏大,但对话能力不足;网络个性化服务能力薄弱;便利度方面隐形门槛依然存在;宣传促

中青报·中青网见习记者 李怡蒙
记者 齐征

在青峦叠翠的重庆老瀛山脚下,藏着一座文化“宝库”——当你步入重庆移通学院綦江校区内一栋不起眼的小楼,沿着楼梯登上二层,綦江非物质文化遗产展馆映入眼帘。馆内收录了重庆市綦江区截至2024年年底的6批共105项非物质文化遗产,其中国家级1项,市级14项。它是重庆移通学院与重庆市綦江区文旅委于2023年共建的校地合作项目,也是全国首家以地级以上行政区命名的高校非遗馆。

9月底,中青报·中青网记者来到綦江非物质文化遗产展馆时,重庆移通学院地域文化与城市发展研究院的老师和几名学生志愿者,讲述了这座非遗馆“从无到有”的故事。

在非遗馆触摸綦江文化

走进非遗馆,第一个板块“暴味乡愁”用美食记忆类非遗抓住了大家的胃和视线。这里展示了綦江区42项非遗美食类项目,包括东溪滴乳、綦江老四川牛肉干等代表性项目。

“盐马古道”展厅梳理并连贯地展示了川盐历史与长征遗迹。“古韵乡音”展厅则展示了綦江区的民间乐艺术,包括僚戏、石壕杨戏等,尤其重点展示了国家级非遗项目——永城吹打。

此外,还有“艺术奇葩”“风情苗家”“匠心绝技”等板块,其中不乏学生们创作的作品。

重庆移通学院校长助理谢银平介绍,从展厅的结构框架、内容梳理打磨,到上墙设计,都由学校地域文化城市发展研究院的老师带着热爱非遗的学生们共同完成。

这座区级非物质文化遗产馆 由一群高校师生共建



陈雯雯展示创意苗族扎染作品。李怡蒙/摄

这里也成为师生携手传承非遗共同打造的生动实践课堂。

綦江区文旅委对于非遗馆的建设给予了大力支持,帮助学校师生和非遗传承人及乡镇街道进行沟通协调。教师彭浩回忆,“巴古陶”项目由于传承人年事已高,且没有徒弟,面临即将失传的境地。“传承人本打算等自己百年之后,再把这些展品捐出来。我们的同事张姣老师是景德镇陶瓷大学毕业的,多次登门拜访这位传承人。经过努力沟通,对方把这套陶艺作品捐给了我们馆。他希望,陶艺通过我们馆的展出,能让人们了解、记住。”彭浩说。

展厅的大部分展品,是师生走进各个乡镇传承人的家里,在村民支持下,一件一件亲手收集来的,包括一件百斤以上的石磨。

尤龙雨是重庆移通学院信息安全学院2022级软件工程专业学生,她和老师一起去郭扶镇收集展品。那天下着雨,彭浩



重庆市綦江非物质文化遗产馆内苗族非遗项目展陈。李怡蒙/摄

老师和几个村民一起冒着小雨把百斤重的石磨从山上搬下来,那一幕给她留下深刻的印象。

“当时村民问我:这个东西捐过去了,他们自己可不可以看?我说当然可以呀,我们学校非遗馆就是随时可以参观,你们想来,就可以看到自己捐出的民俗文化物件摆在展馆里。”尤龙雨说,“村民们觉得他们能为本地文化事业做一些事情,很开心。”

2024年间,研究院组建师生团队,开展了26期田野调研,走访了綦江的不同乡镇和万盛经开区,并调研了綦江文化馆、綦江收藏协会等,采访苗族蜡染、苗绣传承人,了解扶欢米粉制作技艺等相关非遗项目,为綦江非遗馆建设收集了一批批图文资料与展品。

谢银平说,大家最初在为这个馆命名时,曾纠结是叫“非遗博物馆”还是“非遗馆”。“博物馆”可能更注重的是物的原生性,而非非遗更多在于互动性、承载性



重庆市綦江非物质文化遗产馆“暴味乡愁”板块展示的綦江美食地图。重庆移通学院供图

和延展性。

如大家所规划,这座“活”的非遗馆。綦江多位非遗传承人会经常受邀来到馆里给学生们开设版画课、编制课等互动课堂。学校将每周自由参与文化活动的时段设定为周三和周五的下午,有更多学生来到这里。“会有学生在这儿尝试着做泡菜,我们还在想,给他们创造条件,添置冰箱。”谢银平说。

校园里的非遗实践

“我们校区有两万名学生,毕业后,他们走出去就是綦江文化的传播员。”谢银平说。该馆是綦江区对外文化宣传的窗口,它的另一个功能,是学校内部非物质文化遗产传承教学实践基地。

彭浩告诉中青报·中青网记者,非遗馆不仅是地域文化的“活态博物馆”,更是数字媒体技术与传统文化碰撞的创新场

地。在学校戏剧节中展演的原创舞剧《画缘》和原创话剧《麻乡约》,都是以馆内所呈现的本土文化资源为素材,分别以传统版画艺术和当地古时候的“快递站”麻乡约为主题,以创新形式展示了地方特色和民族风情。

“我们希望在这里实现对学生立体的培养教育,既包括具体的非遗知识、技巧,也提升动手能力 and 人文素养。”彭浩说。

彭浩表示,希望通过非遗活动培养学生的文化表达与创新能力、艺术鉴赏与审美能力,避免城市化进程中传统文化的丢失,在此过程中涵养学生的同理心,帮助他们了解不同生活状态和社会基层情况,扩展学生视野,使大家未来无论从事何种工作,都能得心应手。

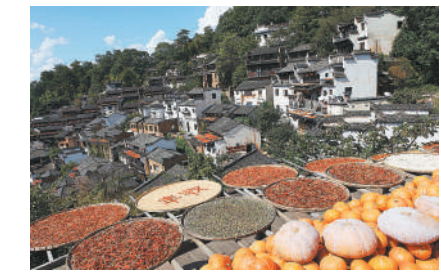
尤龙雨是“重庆妹”,她对巴渝文化很感兴趣,在学生社团招新时加入了重庆移通学院地域文化与城市发展研究院的“巴渝文化工作室”。

尤龙雨还参与了版画专项班,认识了版画院的两位老师。起初她觉得无聊,“拿刀在木头上画一笔一笔画,比普通画画更难,更枯燥,更多重复”。但她渐渐地发现,“这一过程能让人静下心来思考人生与未来”。这让学理科的她找到了用艺术表达心情的方式。

打造非遗传承和人才培养的更多“可能性”

尤龙雨认为,在非遗馆的经历提升了

旅途食物语



9月27日,江西省上饶市婺源县江湾镇篁岭古村落,村民晾晒秋季收获的辣椒、玉米、南瓜等农作物。视觉中国供图

山野辣味

□ 邹海

在赣东北的丘陵地带,辣椒不是一种调味品,而是一种语言。它与这片红土地上的风物、节气、人情紧紧相连,构成了味觉的母语。我从小吃辣,辣味贯穿了我对故乡的全部记忆。但这种辣,与湘菜的浓烈、川菜的麻爽截然不同——它更像山间的一股暗泉,初尝清冽,再品绵长,最后在唇齿间留下余韵。

江西的辣,不张扬,却执拗。那些细长微弯的本地辣椒,在进化中习得了独特的生存智慧。辣椒素本是植物为抵御哺乳动物啃食而演化出的化学防御物质,鸟类因缺乏对应的感受器可以安然啄食,帮助传播种子。这个古老的生存策略,却意外地与人类的感官系统产生了奇妙共鸣。当辣椒素与口腔中的感受器——味蕾结合,大脑便会释放内啡肽,让人在灼热中体验到愉悦——这是植物与动物在亿万年间达成的默契。

如今,走在任何一座现代都市,从写字楼下的快餐店到深夜食堂,辣味菜肴总是受欢迎的首选。这背后藏着有趣的科学解释:在快节奏的都市生活中,辣椒素带来的轻微痛感能有效释放压力,刺激大脑分泌让人愉悦的物质。就像坐过山车一样,人们在安全的刺激中获得精神的放松。而辣椒促进新陈代谢的特性,正好缓解了久坐办公室带来的身体滞重感。更重要的是,共享辣味美食时额头微微冒汗、脸颊发红的体验,成为一种无声的社交仪式,拉近了都市人之间的距离。

祖母的菜园里,辣椒总是长在日照最足的坡地。她说这是“土里长出来的脾气”。后来我才明白,充足的日照能激活辣椒体内更丰富的风味物质,而红壤中特殊的矿物成分,则赋予了江西辣椒那种独特的、带着土壤气息的灼热。这种辣不事张扬,却能在豆腐里唤醒清甜,在鱼肉中激发鲜醇,像山风般渗透每个角落。

辣椒的辣本是一种防御,但人类却将这种防御转化成了共生的艺术。在湿气氤氲的江西,辣椒像一簇簇小小的火焰,点燃身体的温热循环,驱散骨髓里的潮湿。家人深谙此道——他们会在雨季来临前晒制辣椒,将夏天的阳光封存于陶罐里,待冬日取出时,依然保有土地的温度。

我见过秋收后的农人,坐在田埂上就着一碟青椒炒豆干吃饭。辣椒素激活的内啡肽,让他们在疲惫中依然眼神明亮。这种来自土地的馈赠,经千百年的驯化与陪伴,已深深嵌入我们的生命图谱。就像山间的油桐树,花开时满山皆白,花落时果实自然坠地——辣椒与人的相遇,亦是这般自然的安排。

现代都市人爱上辣味,或许正是潜意识里对这种生命原力的追寻。在钢筋水泥的丛林里,我们需要一种味道来唤醒沉睡的感官,需要舌尖上的小小火焰,来确认自己依然鲜活地存在着。

如今走过很多地方,尝过各式各样的辣。川辣如戏,湘辣如诗,而赣辣始终是那封从山野寄来的家书——字里行间飘着柴火的气息,写着人与土地之间最朴素的契约。有一天我会老去,但不会忘记在江西的雨季里,山果落下的声音,和辣椒在檐下慢慢变红的身影。那是生命与生命之间,最古老而深情的对话,也是现代人即使身处都市,依然不断重返的味觉故乡。

自己,实习单位也肯定了她从这段经历中获得的综合能力。她认为,这些文化实践不仅丰富了履历,更让她在快节奏的时代获得了文化熏陶,为未来发展奠定基础。

这学期,张姣老师开设陶艺课后,重庆移通学院数字经济商学院数字经济专业的文科生陈雯雯每节课都坚持参与,虽自谦陶艺作品“不太好”,却始终保持热情。

彭浩老师回忆,大一刚加入社团时,陈雯雯较为沉默。但在不到两年的时间里,她成长显著。大三时,她已能独当一面,负责部门的宣传工作,统筹分配任务,变得自信开朗。

重庆移通学院的学生大多是理工类、经管类专业,而非遗传是人文、艺术的范畴。学生们将自己的专业知识运用到非遗传播里,这段经历也帮助他们提升了就业能力。

“理工科学生在这里可以发挥技术优势——学版画的学生能开发版画小程序,学数字经济的学生可助力非遗馆网页制作、数字化统筹归类。尤龙雨的专业是软件工程,学了两年版画后,她设计的海报变得简约且富设计感,还计划将‘3D游览綦江非遗馆’的云上博物馆项目作为毕业设计。”地域文化与城市发展研究院院长向艳平介绍说。

张姣老师也回忆,作为陶艺专业从业者,由于惯性,她曾局限于特定材料创作,但与其他专业学生交流后,她会获得新点子。“比如上一届考上中科大研究生的李云杰同学告诉我,AI除了被作为工具,也可以帮助人开拓思路,去理解、学习新的概念和技术。”

“给非遗传承更多可能性。它让学生的专业能力有了‘文化温度’,也让他们职业竞争力有了‘差异化优势’。”这所师生共建的非遗馆,让老师和同学们一起获得了成长。