

年轻人成消费主力 旅居经济升温带动相关产业链发展

□ 本报记者 王紫茜

国庆假期临近，人们对秋日赏景、沉浸式游玩的出行需求愈发强烈。记者注意到，以慢品秋韵、感受地域人文风情为特征的旅居模式正不断升温，成为文旅市场的新增长点。这一趋势不仅重塑着消费者的出行选择，也推动着住宿等相关产业链的升级。

年轻人成旅居主力 热衷小城深度体验

“相比于特种兵式旅游，我更愿意多花点时间在一个地方慢慢逛菜市场、听当地人聊天。”“90后”小张和家人最近刚结束在哈尔滨的旅居生活，她通过在线平台租下了一间loft复式家庭房，“每天早上去附近的菜市场买菜，晚上在松花江畔吹吹风、看看夜景，这种‘像当地人一样生活’的感觉，特别治愈。”小张说。

记者采访时发现，和小张有着类似旅居体验的年轻人游客不在少数。“我之前在云南大理旅居了三个月，选了个距离洱海500米的小院子，月租才800元，加上交通、游玩和吃饭，三个月总共花了1万元。”“95后”小顾说，“我很喜欢在陌生城市慢悠悠过生活，沉浸式体验当地的风情与文化，这样可以深度融入一座城市。”

《中国旅居市场需求调查报告》指出，在热衷于旅居度假的人群中，“80后”“90后”以超过70%的占比成为旅居度假大军的主力。年轻游客不再满足于“到此一游”，而是更看重与目的地的情感联结，旅居正是这种需求的直接体现。

途家民宿相关报告显示，从地域选择来看，滨海和文化氛围浓郁的小城是旅居游客的首选目的地，大理、昆明、威海、贵阳等城市搜索量较高。从入住时间来看，5天以上的长租订单同比激增四成。有越来越多的游客和家庭选择“住得久一点，体验深一点”。

声音

旅居作为一种融合生活体验与文化交流的业态，近年来逐渐从边缘走向主流。其核心价值在于打破传统旅游的标准化模式，为消费者提供更具沉浸感的在地生活体验。这种特质决定了“特色”是旅居行业的生命线——它既包括目的地的自然与人文风貌，也涵盖经营者带入的个性化表达，正是这些差异化元素构成了旅居的吸引力。

然而，特色的存续不能脱离规范的支撑。由于涉及住宿、餐饮、文化体验等多个环节，且往往深入当地生活，若缺乏必要的规范约束，容易引发经营边界模糊、资源过度开发等问题。这些问题不仅会损害消费者权益，更会反过来消解旅居本应具备的特色价值，导致行业陷入同质化竞争或无序发展的困境。

从行业属性来看，旅居的特色应当是有边界的创新。这种特色不是



多地出台政策布局 旅居经济赛道积极拓展

在客群不断扩大、旅居消费持续攀升的背景下，各地积极顺应市场变化，根据自身资源优势出台相关政策，加速布局旅居经济新赛道。

当下，黔南依托生态气候、民族文化和区位交通优势，将旅居地产发展作为房地产转型升级的重要路径，谋划部署旅居地产发展。目前，黔南正从三个方面破局：鼓励企业改造存量房源，针对自身实力较强的企业，引导企业合理改造存量房源，引入“短租公寓”“长租公寓”等旅居新兴业态，推动房地产业与旅游业融合发展。鼓励引入实力较强的经营主体盘活运营。支持县(市)

指出，支持引进实力强、有情怀的市场经营主体整合优质旅居资源；支持旅居市场主体吸纳当地劳动力就地就近就业；支持发挥茶叶、咖啡、花卉、果蔬、道地药材及温泉等资源比较优势，因地制宜打造“场景+体验”的多种旅居业态；支持非遗、文创、采风创作、公益电影放映等植入旅居村(社区)；支持市场主体有序盘活长期闲置的旧厂房、仓库和老旧建筑等发展旅居项目；支持统筹利用有关专项资金，用于旅居设施配套、环境提升等，引导旅居市场化发展。

供给升级适配需求 产业链加速完善

随着旅居需求的增长与政策的支持指引，市场释放出较大的发展潜力。中国旅游研究院有关数据显示，全国旅居市场的潜在需求可达6亿人次，整体市场规模预计接近3万亿元。这一趋势也推动住宿行业从“单一住宿”向“综合体验服务”转型。除了基础住宿功能，越来越多的民宿开始提供本地化生活指引、组织特色活动等服务，将“住宿空

间”延伸为“体验载体”，成为吸引客群的核心竞争力。

据了解，围绕乡村旅居、文艺旅居、医养旅居等八大业态，云南省推出大理州凤阳邑村文艺旅居、曲靖市红瓦房村度假旅居等100个特色旅居目的地，昆明市东村社区旅居村等100个旅居重点招商项目，曲靖市白雾村、楚雄州光禄村等首批94个“旅居云南”高质量发展试点候选，并总结提炼空闲农房利用型、特色产业驱动型、酒店民宿短租型、医养机构依托型、闲置房产盘活型5种发展模式，推出第二批50个旅居目的地案例。

“游客来旅居，本质是想‘过另一种生活’，我们的角色不仅是房东，更是‘生活向导’。”某云南民宿经营者介绍，他们不仅会根据游客口味推荐本地菜品，还会组织其参与民俗、采摘等活动，“这样一来，游客停留时间更长，复购率也提高了。”

业内人士张新原认为，“推动旅游向旅居转变，体现了旅游发展的新理念。这意味着游客从单纯的观光旅游向深度体验、休闲度假、养生养老等多元旅游方式转变。而究其原因主要在于随着人们生活水平的提高，其对旅游的需求也发生了变化，更加注重旅游的品质。同时，如云南等地具有独特的优势，能够提供更加原生态的自然环境、丰富的民俗文化、独特的乡村美食，吸引越来越多的游客前来体验。”

据数据统计，旅居市场的热度已带动相关业态快速发展。企查查数据显示，截至7月下旬，国内民宿相关现存企业达35.71万家。从注册量角度来看，2023年起，国内民宿相关企业注册量快速增长。2023年注册量达9.1万家，同比增长136.87%，2024年注册量达10.02万家，今年现已注册5.04万家，今年新注册的民宿相关企业多分布在西南地区、华东地区。由此可见，旅居经济正从需求到供给、从市场到政策形成联动，在满足游客多元生活追求的同时，也为区域经济发展注入了新动能。

□ 本报记者 王紫茜

进入9月以来，中国国际服务贸易交易会、京港北京茶博会接连在北京盛大开幕。一场场高规格展会密集登场，不仅体现出我国展会行业的蓬勃活力，更成为链接产业资源、撬动文旅消费的重要支点。

当前，全球经济格局深度调整，国内经济正加速向高质量发展转型。展会作为促进贸易往来、展示创新成果的核心平台，其战略价值日益凸显。国务院办公厅印发的《关于以高水平开放推动服务贸易高质量发展的意见》指出，充分发挥中国国际服务贸易交易会等重要展会平台作用，不断提升展会知名度和影响力，推动构建龙头企业引领、各具特色、科学发展的服务贸易市场化展会格局，支持企业境外办展参展。

政策的落地，不仅为展会行业稳健发展筑牢制度根基，更以政策红利激活“展会+文旅”产业融合新赛道，推动各地探索业态创新，为经济增长注入多元活力。

多地发力 展会与文旅融合激发消费潜能

今年以来，多地依托大型展会活动，打造“展会搭台、文旅唱戏”的融合模式，带动文旅消费热潮。5月17日至21日，第三十四届哈尔滨国际经济贸易洽谈会(以下简称“哈洽会”)在哈尔滨国际会展中心启幕，此次哈洽会以“共建向北开放新高地，共享振兴发展新机遇”为主题，吸引了来自俄罗斯、日本、韩国、泰国、蒙古国等38个国家和地区的1500余家参展企业，各类展品超过5000种。

哈洽会期间，会展中心所在区域人潮涌动。除了商务洽谈，大量参展人员和游客的到来，拉动了住宿、交通、旅游等消费需求。相关数据显示，5月15日至5月末，会展中心周边3公里酒店的预订量同比增长23%，以哈尔滨为目的地的机票预订量同比增长11%，租车游预订量同比增长51%。

而落户福建福州的数字中国建设峰会于4月29日开幕，为更好地服务参展商、论坛嘉宾等专业观众，组委会推出6条旅游推介线路，其中“西湖公园——上下杭——烟台山——中国船政文化城”这一线路，集中呈现了福州近年来旅游开发建设的丰硕成果，成为展现福州文化底蕴的核心体验线。值得注意的是，峰会首次将专业观众日安排在“五一”假期前的4月28日至29日，紧接着设置4月30日至5月4日的普通观众日，巧妙衔接假期消费节点。据统计显示，今年“五一”假期，福州文旅整体消费同比增长44%，消费金额同比增长48%，游客人均消费逾1300元。

除此之外，其他城市也在积极探索“展会+文旅”模式。由陕西省文化和旅游厅主办的丝绸之路国际旅游博览会，通过展示国内外丰富的旅游资源和产品，吸引了大量游客前来参观，3天展期共迎来专业观众与市民游客逾11.6万人次，签约金额达2.2亿元，现场交易额约6300万元；首届山东绿色蔬菜产业博览会、第四届RCEP博览会等重要展会期间，相关方通过推出景区优惠、策划文旅线路与美食线路，推动展商变游客，今年临沂市依托展会活动拉动文旅消费超过12亿元。

破局前行 直面痛点探索融合发展新路径

尽管“展会+文旅”模式取得了一定成绩，但在实践过程中也暴露出一些问题。北京社科院研究员王鹏在接受记者采访时表示：“当前，‘展会+文旅’发展主要面临四大痛点。其一，资源整合难度大。展会与文旅涉及多环节、多产业，目前存在明显的信息壁垒与资源分散问题，各参与主体协同不足，难以形成高效合力，影响整体效益发挥。其二，文化融合浅。一些展会对地方文化特色挖掘不深入，文化元素在展会与文旅活动中的融入多流于表面，缺乏深度内涵与独特魅力，难以满足游客对高品质文化体验的期待。其三，创新活力支撑弱。有些展会的模式创新与创意设计不足，产品和服务同质化现象严重，无法适应消费需求快速变化与产品迭代加速的市场环境，容易导致游客流失。其四，配套设施服务水平差。部分展会文旅目的地的交通、住宿、餐饮等配套设施不完善，数字化服务能力不足，影响游客与参展参会人员的体验感和满意度。”

针对这些问题，王鹏建议：一是强化协同机制，搭建跨行业合作平台，加强展会、文旅及相关产业间的沟通协作，建立信息共享与资源整合机制，促进产业链上下游深度对接。二是深化文化挖掘，展会主办方应深入调研地方文化资源，将特色文化元素有机融入展会策划、文旅产品设计等各个环节，打造具有独特文化标识的品牌活动与产品。三是鼓励创新驱动，政府可出台专项政策，激励企业与个人开展模式创新、产品创新与服务创新，同时加强知识产权保护，营造良好的创新生态环境。四是完善配套设施，加大对展会文旅目的地基础设施建设的投入，提升交通通达性，优化住宿、餐饮等配套服务，同步加强数字化基础设施建设与应用。

对于“展会+文旅”的未来发展，经济学家、新金融专家余丰慧认为，该模式将朝着专业化、品牌化和国际化方向迈进。在政策支持和技术进步的双重驱动下，“展会+文旅”将不再局限于传统的展览展示，而是更多地应用数字化技术，融入文化交流、旅游体验等元素，形成多元化的发展格局。

业内人士张新原在接受记者采访时也表示：“随着中国进一步扩大开放，将不断增多跨境电商文旅合作，例如与国际知名展会联动，吸引更多国际参与者和资源，推动区域经济协同发展。因此，‘展会+文旅’模式虽然面临挑战，但通过资源整合、服务升级和政策优化，未来有望成为推动服务贸易和区域经济高质量发展的重要引擎。”

平衡“特色”与“规范”

对当地文化的随意解构，也不是脱离实际的标新立异，而是在尊重目的地生态与地方传统基础上的合理表达。

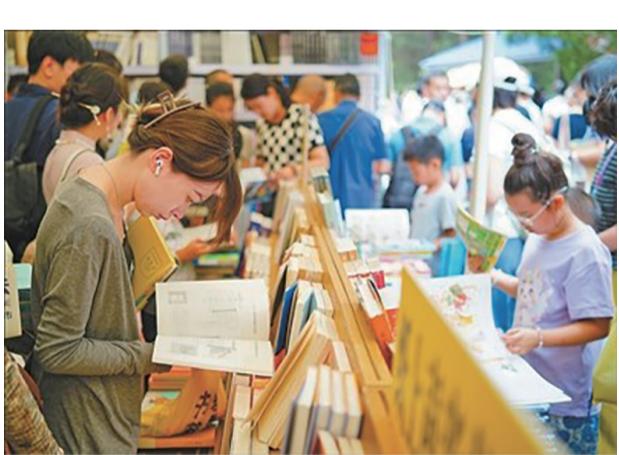
例如，对历史街区的旅居项目而言，特色可以体现为对老建筑的活化利用、对传统技艺的现代演绎，但这种创新必须以保护文物本体、维持街区风貌为前提。缺乏边界的特色，本质上是对行业根基的破坏。

规范的设立则需要保持必要的弹性。旅居行业的魅力在于其多样性，若规范过于僵化，用统一标准约束所有业态，难免会扼杀创新活力。合理的规范应当聚焦于底线要求，如生态保护、安全保障、公共秩序维护等，在这些核心领域明确边界，而在具体的经营方式、文化表达等方面给予充分空间。这种“底线

思维”下的规范，有利于守护行业发展基础环境，为特色生长保留较为充足的土壤。平衡特色与规范的关键，在于建立动态调整的机制。旅居行业正处于不断发展的阶段，新的业态、新的需求持续涌现，僵化的规则难以适应变化。管理方需要定期评估规范的实施效果，根据行业发展状况与地方反馈进行调整；经营者也应主动理解规范的核心意图，在遵守底线的前提下探索特色表达的新路径。这种双向互动能让特色与规范形成互补——规范为特色提供保障，旅居行业才能真正实现从“流量吸引”到“价值沉淀”的跨越，既满足人们对多元生活体验的追求，又推动目的地文化与生态的良性发展。

总之，旅居行业的健康发展，既离不开特色作为核心竞争力，也需要规范作为基本保障。在实践中把握好其间的平衡，既能让旅居的独特价值得到释放，也能让行业在有序发展中实现长远目标，这是旅居行业走向成熟的必然要求。

(王紫茜)



我与地坛 北京书市开幕

9月12日，2025“我与地坛”北京书市在地坛公园开幕，活动以“阅读，遇见更好的自己”为主题，将持续至9月22日。书市主展场总面积约2万平方米，设有13个展区，涵盖主题出版、精品图书、外文原版等多个板块，汇聚350余家出版发行与文旅单位的近50万种出版物和文化产品。

书市由北京市委宣传部主办，北京发行集团承办。据介绍，自创办以来，书市已融入首都市民的文化生活，2023年重启后，书市规模与影响力不断提升，今年，本届书市正式纳入即将举办的北京文化论坛会客厅的常态化活动之中。同时，书市覆盖面还将进一步扩大，推动“北京书市进高校”“地坛联展”等活动。

书市期间，将举办100余场阅读文化活动，邀请文化名家、学者、演员开展讲座、签售与互动体验。书市创新融入“北京范儿”短视频大赛，广邀市民、国际友人等共绘书香画卷。

(人民日报)

川味烟火激活文旅消费新动能

“今年夏天卖得最火的就是‘青铜啾’和‘陶猪仔’毛绒玩偶。”四川省广汉市三星堆博物馆文创店负责人宋克花说，“青铜啾”原型是铜神树花蕾立鸟，其萌萌造型深受年轻人喜爱。文创店还推出粉啾啾、白啾啾等不同色系“神鸟啾啾”系列产品，单日平均销售超800个，全网累计销售超30万个。

火热销量的背后，离不开三星堆博物馆以“景区+文创”推动文旅融合发展，打造新消费场景、培育新消费增长点的探索。“我们采取博物馆和文旅公司协同开发的模式，博物馆提供文化资源，文旅公司聚焦市场转化，形成优势互补的产品开发体系。”广汉三星堆博物馆景区管理委员会产业发展部部长何清告诉记者，目前三星堆博物馆有100多家供应商，产品品类30%的年更新率也对参与制作文创产品的生产商和设计师提出了更高要求，倒逼其不断创新提供新创意，持续点燃游客购买兴趣。

四川拥有悠久的历史文化和丰富的旅游资源，为文旅融合发展提供了深厚基础。四川省文化和旅游厅二级巡视员吕志军说，今年以来，四川省坚持

以文塑旅、以旅彰文，持续推动文化和旅游的深度融合，出台《四川省文旅融合新场景项目实施细则》，加快红色文化旅游、工业农业游、康养银发游、研学修游、会展博览游等新场景建设，对优质文旅融合新场景项目加大支持力度，为游客提供更多元化的消费场景、更加丰富的消费体验。

夜幕降临，华灯初上，波光粼粼的锦江江面，一艘艘船只蜿蜒穿行其上。如今，看一场美轮美奂的光影秀，听一曲悠扬的《江上清风游》，“夜游锦江”成为不少游客的选择。“夜游锦江”项目营销负责人杨苛介绍，该项目串联起沿江的商业、文化、旅游等多元业态，创新构建“水、岸、街、坊、船”五位一体的消费新场景。游客不仅能在船上沉浸式享受美景，还能选择特色主题餐饮、旅拍、主题游线等多样化服务；下船后，还可沿岸探访码头特色市集，文创空间、主题餐饮。

“夜游锦江”项目推出以来，迅速成为成都夜间旅游新地标。“今年‘夜游锦江’项目区域已接待游客约290万人次，实现营收约2488万元。”杨苛称，水岸联

动，串联起夜经济生态圈，有效延伸了消费链条，丰富了夜间消费场景。

今年以来，位于四川宜宾的李庄古镇景区以“景城融合、文旅创新、农旅共生”为核心路径，围绕不同季节特色策划超千场主题活动。“我们希望通过深度体验让游客更好感受到李庄文化魅力，留下一份独特的‘李庄记忆’。”李庄古镇投资运营方宜宾翠旅投资集团有限公司副总经理卢瑞兴说。

在德阳绵竹年画村，非遗的“破圈”为文创带来广阔空间。记者看到，千年绵竹年画已突破熟宣纸的束缚，裂变为刺绣年画、金丝年画、陶板年画乃至年画伞、年画酒、年画家装等千余种文创产品，布艺系列更获评“天府旅游名品”。

绵竹市孝德镇紧握“农文旅融合”钥匙，年画产品年销3000万元，餐馆民宿、采摘研学蓬勃共生。孝德镇文旅发展中心负责人何艳青告诉记者，今年上半年，孝德镇接待游客66万人次，旅游收入2.3亿元。“到了绵竹就是年的IP，正把‘纸上吉祥’变为‘产业兴旺’。”

在南充六合丝博园，坐上蒸汽观光

小火车，到剑杆织绸车间看生产，体验丝绸染非遗艺术之美。“六合丝厂是目前国内唯一保存完整的、规模较大且至百年从未间断生产的丝绸工厂，是中国近代工业史的见证者，更是中国丝绸发展史的参与者。”四川南充六合(集团)有限责任公司副总经理林森介绍，近年来，六合丝博园以“工业为核、文化为魂、旅游为翼”，走出一条“工商旅研”深度融合发展之路。

六合丝博园在原有工业生产基础上，将原老旧破的六合院、丝二厂俱乐部、汽车维修站、生产车间、铁轨运输通道等10余处历史建筑，改造成厂史陈列馆、演出剧场、非遗织染展演基地等，让历史建筑焕发新生机。结合南充丝绸文化以及六合丝厂的百年厂史，打造一台大型杂技情景剧《东方丝源》，让游客沉浸式感受丝绸魅力。2024年，园区共接待游客120.3万人次，旅游综合收入达13.6亿元。其中，六合集团旅游收入7000万元，更带动5万余人次研学实践。

文旅融合打造消费新场景，新场景激发消费新活力。吕志军告诉记者，今年上半年，四川省共接待游客6.82亿人次，游客总花费9125.05亿元，文旅产业对经济增长的拉动效应持续凸显。

(经济日报)

「展会+文旅」撬动城市消费多行业受益