

文化产业信息动态

2025 年 第 7 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 3 月 10 日

目 录

1. 勇攀文化强国建设高峰
2. 市面有活力 账面显韧性 人面见信心

勇攀文化强国建设高峰

来源：光明日报 2025 年 3 月 9 日 柳斌杰

今年的政府工作报告提出，“繁荣发展文化事业和文化产业”。文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。建设社会主义文化强国是我国建设中国特色社会主义、全面建成小康社会的必然选择，是中华民族自强、实现伟大复兴的必然选择。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央站在全局和战略高度，把文化建设纳入“五位一体”总体布局，着眼于引领和推动中国特色社会主义事业发展，提出了一系列有关宣传思想文化工作的新思想新观点新论断。

近两年，在先进数智技术的赋能之下，我国涌现出大量文化传播新场景，更多优秀文化产品走向世界。

当前，我国正经历着广泛而深刻的社会变革，这为文化创新提供了强大动力和广阔空间。因此，必须深入学习贯彻习近平文化思想，加强党对文化工作的全面领导，坚定中国特色社会主义文化发展道路，把好政治方向、站稳政治立场，牢牢把握激发全民族文化创新创造活力的根本遵循，确保文化创新创造在道路不偏、方向不变中行稳致远，提炼新时代文化标识，创造出更多有文化价值、有艺术品位、有人文情怀的精品力作。

同时，积极推动科技赋能，为文化高质量发展提供支撑。聚焦文化与科技融合的突破，以互联网、数字化、人工智能为技术支撑

培育发展文化领域新质生产力，确保文化产业提质增效。持续加强机制建设，完善高质量的文化产业体系和规范有序的文化市场体系，让文化为经济社会发展赋能。未来，还要完善公共文化服务体系，建立优质文化资源直达基层机制，努力为群众提供高质量、有效率、更公平、可持续的公共文化服务，积极构建开放共享格局，搭建供需对接平台，支持社会力量广泛参与公共文化服务，推动文化传承与公共文化服务融合发展，进一步满足群众对美好生活的新需求新期待。

（作者：柳斌杰，系原新闻出版总署署长）

市面有活力 账面显韧性 人面见信心

来源：经济参考报 2025 年 3 月 6 日 陈晨 蔺娟 蔡馨逸

年均接待游客超过 7000 万人次，旅游综合收入节节攀升；蛇年新春营收实现“开门红”，引领当地文旅产业链加速延伸；深耕“盛唐文化 IP”，多元化消费场景不断涌现……

作为“全国示范步行街”和“国家级旅游休闲街区”，位于西安曲江新区的大唐不夜城步行街区（以下简称“大唐不夜城”），是观察文旅市场发展的独特窗口。从曾经默默无闻到如今“长红”出圈，一条街区背后，映射出中国经济的创新活力与发展韧性。透过这扇窗口，文化表达创新、消费场景上新、产业结构向新的发展图景新潮涌动。

看市面

——紧紧围绕“盛唐文化 IP”做文章

夜幕降临，华灯初上。漫步大唐不夜城，仿佛穿越到一千多年前的盛唐盛世。

“君不见，黄河之水天上来”，街区中央巨型宫灯之上，NPC 演员“李白”豪情满腹。“奔流到海不复回。”舞台下游人齐声应和，诗情直冲云霄。大雁塔下，“不倒翁小姐姐”正与游客牵手对视；曲江池畔，身着汉服的游客浅吟低笑，蹁跹而行。

蛇年新春，大唐不夜城迎来“开门红”：街区经营收入超过 2 亿元，同比增长 35%。“这里只有旺季和超旺季。”一家名为“有何名唐”的唐装体验店里，店长步步趁着忙碌间歇与记者搭话：“平日从下午四五点开始忙，节假日更是全天闲不下来，经常到子夜才

送走最后一波客人。”

游客或许不曾知晓，全长 **2.1** 公里、而今已是古都文旅顶流的大唐不夜城，也曾走过一段颇为艰辛的历程。“建成开放初期，由于尚在探索之中，街区特色不突出、消费业态同质化，一度游客不多。”曲江新区管委会干部回忆。

困则思变。随着此后“西安年·最中国”系列活动自大唐不夜城发端，一场蝶变就此开始：按照新发展理念全面提升改造，街区变“车行”为“步行”；深挖盛唐文化，“不倒翁小姐姐”、盛唐密盒、华灯太白等爆款 **IP** 接续推出；建设多个主题街区，将美食、文创与消费相结合，形成完整的文化体验闭环……

“大雁塔、曲江池、大慈恩寺等文化遗产是我们的核心竞争力，是其他景区搬不走的。不夜城的建筑雕塑、演艺节目、商业形态，都是紧紧围绕‘盛唐文化 **IP**’做创新表达，让文化可感知、可互动。”曲江新区文旅局负责人说，以文化为根基，创新便不是无根之木。

时过境迁，“文化+”多元业态矩阵日益壮大，大唐不夜城完成了从传统商业街区向沉浸式文化地标的转身。在“兵马俑奇妙夜”**VR** 主题文创馆，游客头戴 **VR** 设备，就能邂逅“复活的军团”，亲历一场在秦始皇帝陵博物院的奇幻之旅。自今年初推出后，这一数字文旅项目火爆出圈，春节期间日均吸引约 **500** 人体验。

移步换景，在位于街区最南端的曲江银泰百货，眼下西安文创界的新宠“绒馍馍”让年轻人爱不释手。而购买时“烤馍”“切馍”“夹肉”的完整制作流程，更是把购物体验感拉满。

“选择在这里开店，除了考虑到有稳定的客流外，还因为我们认同街区打造的沉浸式文旅消费业态和氛围。”“绒馍馍”出品团

队“大相文博”联合创始人陈加晋说，在这里，所看、所吃、所玩、所购皆是文化，而文化也因创新融合于多元业态中，创造出新的经济价值。

一组数据佐证着“市面”的活力：**2024**年，大唐不夜城接待游客达**7475**万人次，其中陕西省外游客占比超过**75%**，过夜游占比**70%**以上；今年春节期间，在其带动下，曲江新区**16**家商业综合体客流量超过**413**万人次，同比增长**31.69%**。

查账面

——带动全市相关消费节节攀升

巧克力造型的兵马俑栩栩如生、长安城沙盘大气规整……占地约**1**万平方米的巧克力博物馆散发着甜蜜芬芳，展出的百余件巧克力艺术品造型精美。去年**5**月甫一亮相，这里就成为大唐不夜城新的网红打卡地。

“博物馆以巧克力为媒介，融知识科普、艺术鉴赏、场景体验、产品零售等功能于一体。游客参观后，还可以将巧克力制作的西安特色文创产品带回家。”西安巧克力博物馆运营总监宋长福介绍，今年春节期间，这里每日接待游客约**5000**人次，日均营业额达**20**万元。

曾几何时，网络流量和线下客流“泼天而下”，但人均消费却不高，是困扰大唐不夜城发展的难题。“游客只有面对有吸引力的产品才会消费，否则便只会在街区转一转，买杯奶茶就走了。”曲江文旅股份董事长庄莹分析说，唯有适应分众化需求，不断推出高附加值的新业态，才能激发游客的消费愿望。

在此思路下，街区向“文商旅科”深度融合发力：挖掘文化内

核，希尔顿、雅诗阁等品牌酒店相继进驻，同盛祥、德发长等老字号在此新生，陕西大剧院、西安音乐厅等文化地标集聚；创新商业模式，“唐集客”互动售卖等小店经济蓬勃兴起；科技赋能文旅，“雁塔流光”AR秀、“盛唐幻镜”AR导览服务等广受欢迎。

不断上新的多元化消费场景，有力促进着产业转型升级。在大唐不夜城等景区带动下，西安文旅市场“账面”喜人：

看数据，人均消费节节攀升——今年春节期间，西安接待游客**2375.12**万人次，游客总花费**234.44**亿元；游客人均花费**987**元，较**2024**年同期增长**1.26%**；过夜游客人均停留天数为**3.42**天，较去年同期增长**0.20**天。

“精心设计的文旅活动与业态布局，成功延长了游客的停留时间，提升了满意度与消费热情。”庄莹说。

看结构，消费链条不断延长——久久为功，大唐不夜城形成了演艺娱乐、餐饮美食、文创集市、汉服旅拍多元融合的沉浸式体验消费集聚区，**2024**年街区及周边商业综合体销售额达**33.12**亿元。全市汉服产业由这里发端，目前西安已有**2360**家汉服经营主体，**2024**年创造租售、旅拍、文创等综合消费约**16**亿元。

曲江新区招商局局长许启宁说，从传统商业到沉浸式商业再到品牌、数字、文化空间相融合，我们根据市场反馈动态调整招商策略，扭转了过去文旅和商业“两张皮”的局面，拉动消费链条延长。

看新意，首店经济动能四射——戴上**VR**装备前往繁华的大唐，赏莲花绝舞、瞰长安盛景，与探案小队联手侦破奇闻诡案……**2024**年**2**月，《唐朝诡事录·西行》国潮沉浸剧场全国首家门店落地大唐不夜城，开业即火，当年总营收超过**350**万元。

“项目是‘爆款影视 IP+最新 VR 技术+顶流主题街区+国潮沉浸体验’融合发展的新产品，与大唐不夜城的定位非常契合。”

《唐朝诡事录·西行》国潮沉浸剧场大唐不夜城店负责人王倩倩说。全国首店的成功坚定了该项目的发展信心，目前剧场已在全国运营了 17 家。

“消费‘账面’的新变化，展现出经济的韧性和潜力。”西北大学经管学院旅游管理系教授李瑛说，大唐不夜城为西安带来大量跨省游、过夜游游客，相关的住宿、餐饮、购物等消费遍及全市，带来巨大溢出效益和社会效益。

察人面

——抢抓政策机遇逐浪更大市场

进入 2025 年，辛毅钊的工作像是被按下了“快进键”。春节刚过，这位曲江银泰百货 B 馆负责人就带领团队与多家博物馆及 VR、XR 等新兴业态接洽入驻事宜。

“去年我们用文创文博、二次元以及生活体验的新业态替换了部分传统精品百货，营业额提升了 50% 以上，这让我们对未来信心十足。”他说，企业今年将进一步发力文化商业，确认引进宝鸡青铜器博物院的文创店铺，并与多地博物馆文创接洽，推动快闪店落地。

无独有偶。连日来，曲江文旅旅行服务公司工作团队同样奔波在调研一线，“文旅行业竞争愈发激烈，躺在功劳簿上是不行的。只有追踪用户反馈、更好适应消费心理变化，才可能闯出新的市场！”公司一位负责人说。

无论是激情满满还是不惧竞争，一张张写有时不我待的脸庞，

映衬出发展的拼劲与信心。

今年年初，国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》提出，发挥文化赋能、旅游带动作用，深化“文旅+百业”、“百业+文旅”，提升产品供给能力，丰富消费业态和场景，更好满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求，增强人民群众文化获得感、幸福感，着力把文化旅游业培育成为支柱产业。

面对重大政策机遇，从业者同样感受到了挑战。曲江新区受访干部坦言，近年来，全国范围内沉浸式景区的兴起、游客更加注重文化价值的消费心理变化等等，都给大唐不夜城带来前所未有的竞争压力。

行动已经开始。“以往商家拉动消费靠的是‘信息差’，而随着物质生活丰富与电商的发展，场景、体验与情绪价值成为促进消费的新要素。”许启宁说，为此，大唐不夜城将创新推出兼具文化性、体验感和互动性的新业态、新场景，满足游客“为快乐消费、为幸福买单”的需求变化。

庄莹表示，顺应“消费升级+创新驱动+结构优化”的经济发展趋势，大唐不夜城会持续推动文商旅深度融合，加快培育新质生产力，催生旅游新业态与新主体，推动更多“文旅流量”向“经济增量”转化。

（编辑 杨珠峰）