

文化产业信息动态

2025 年 第 16 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 6 月 27 日

目 录

1. “考后经济”升温 产业链上市公司抢抓暑期旅游热潮
2. 把淡季过出甜滋味

“

”

来源：证券日报 2025 年 6 月 17 日 徐一鸣

随着 2025 年全国高考结束以及多地中考陆续结束，毕业游等需求持续释放，“考后经济”升温。产业链上市公司也从主题活动、体验项目等多个方面持续发力，抢抓暑期旅游热潮。

同程旅行数据显示，从 6 月 9 日夜间开始，全国热门城市的机票预订热度呈明显上涨趋势。其中，超过 50% 的订单为 1 名毕业生与 1 名家长的“1+1”组合。此外，去哪儿网平台数据显示，6 月份以来，在毕业旅行订单中，长线游机票预订量同比增长 35%。

值得一提的是，部分景区针对中高考毕业生推出了免票或优惠政策。例如，陕西华清宫景区日前发布专属福利，6 月 9 日至 8 月 31 日，2025 年全国中高考考生，持本人准考证和身份证原件至景区售票窗口核验兑换，进行免费畅游。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示，相关优惠政策能够吸引更多的毕业生，提高景区的知名度和人气，增加景区的客流量和收入。同时，也会带动周边餐饮、住宿、交通等相关产业的发展，创造更多的就业机会和经济效益。

为满足消费者多元化需求，旅游产业链上市公司也纷纷发力。

“随着 2025 年全国高考结束、中考陆续结束，为迎接这一客流高峰，公司从市场端和活动内容端做好系列准备。”宋城演艺发展股份有限公司相关负责人表示，公司会根据季节、时令和细分人群举办丰富多彩的主题活动，为游客提供不同的活动体验。

武汉三特索道集团股份有限公司表示，公司旗下各项目立足市场需求与资源禀赋，不断优化产品与服务供给。例如，公司在海南猴岛公园针对亲子客群需求新增了穹顶天幕秀沉浸式体验项目。

广州岭南集团控股股份有限公司（以下简称“岭南控股”）则依托“旅游+”战略与全产业链资源整合能力，持续推进文旅融合发展，积极弘扬岭南传统文化。在商旅出行业务方面，岭南控股推出了一系列深度体验岭南文化的旅游线路，例如，开展“粤见非遗·潮玩岭南”“走读广州”“花城有幸 喜迎全运”等活动，带领游客深度体验岭南文化。

袁帅表示，随着消费者需求多元化与消费升级，旅游产业链上市公司需持续推出个性化、差异化旅游产品，满足市场需求。同时，旅游产业链上市公司还需加强品牌建设、提升服务质量、优化营销策略，以增强品牌竞争力。

来源：人民日报 2025 年 6 月 24 日 李 斌

破解淡旺季的问题，必须抓住供需这对关键矛盾，推动供给和需求实现高水平动态平衡。

最近租赁大巴车出行，大巴车却迟到了。询问司机原因，原来是清早送外国游客去机场，返程遭遇拥堵，耽搁了时间。司机坦言，冬春属于北京旅游淡季，有不少大巴司机因为接单少，扛不住每月的份子钱而选择退出。5 月以来，大巴租赁市场又回到了“好车难求”的旺季，他有点分身乏术。

市场的季节性、周期性波动，是文旅、运输、住宿、餐饮等行业无法回避的问题。许多经营者无法抗御波动，于是便有了“半年不开张，开张吃半年”之类的做法。由此引发的旺季价格高、服务差等问题，又抑制了消费需求的充分释放，导致发展局面打不开、发展效益上不去。淡季时的设施闲置、人力浪费、就业萎缩问题，同样需要引起重视。

“熬”“撑”“忍”并不是应对淡季的必然选择，把握淡旺季背后的成因，以逆周期思维挖掘增长空间，以跨周期谋划摆脱短期举措盲目性，有助于“熨平”淡旺季波动，实现高质量发展。要看到，淡旺季虽然受季节、特定资源等影响，但更多是市场机制基于供需关系自发调节的结果。破解淡旺季的问题，必须抓住供需这对关键矛盾，推动供给和需求实现高水平动态平衡。

突破瓶颈、走出淡季，必须增强全局意识，在大盘子里抓新机

遇，在家底里找突破口。

抓住各地持续打造体育消费新场景、推进儿童友好城市建设等政策红利，从事户外游艺器材制造的江苏南京万德体育产业集团公司，今年前两月国内市场营业额同比增长超两成，订单淡季变旺季。

依托良好生态资源，河北张家口崇礼区在夏季推出山地骑行、徒步越野等户外运动项目，还增加露营烧烤、音乐节等备受青年欢迎的文旅产品供给，2024年夏季游客数量竟然超过了冰雪季。今年5月以来，当地旅游市场人气持续高涨。

思路决定出路。跳出打折、促销等激活需求的传统思路，跳出行业运行的惯性思维，善于运用逆周期思维发掘消费需求、培育商业机遇，不仅能让淡季“不淡”，还有可能将“一季热”变为“四季火”。

高质量供给能有效牵引需求、创造需求，这对提振淡季消费具有启发意义。

面积仅6.92平方公里的广东珠海桂山岛，今年提前两个月叩开了旺季的大门。小渔村何以变身游客络绎不绝的“4A级景区”？去年以来，桂山镇以“百千万工程”为总抓手，创新推行驻岛规划师制度，整治环境，提升景观，完善配套，规划打造全域旅游精品线路，这才形成了今年“淡季不淡、旺季提前”的良好局面。由此可见，着眼长远、科学谋划，“融化”淡季的坚冰或许并不难。

淡旺季是市场规律使然，“有形之手”及时“补位”，促进有效市场和有为政府统筹发力，能形成“熨平”周期的合力。

往年春节后车市进入淡季。今年各地车展密集启动，以旧换新、新车购置补贴政策加力扩围，激发了群众购车热情，汽车消费市场呈现“淡季不淡”的景象。前5月新能源汽车国内零售销量同比增长34.1%，5月单月零售同比增长28.2%。从实践看，财政政策定向调节，可以援企纾困；消费政策直接兑现，能够刺激需求；就业政策也有施展空间，淡季开展职业技能培训有助于旺季大显身手。

放长眼光看，周期完全可以跨越。即便暂时跳不出周期，只要能捕捉并提前锁定上升趋势，依然可以在不久的将来获得稳定收益。推动有效市场和有为政府更好结合，以往“靠天吃饭”的许多行业都有机会摆脱“一季养三季”等困境，在高质量发展之路上走得更加顺畅。

（编辑 杨珠峰）