

文化产业信息动态

2025 年 第 18 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 7 月 30 日

目 录

- 1.算好文旅发展账，就不会只盯一张门票
- 2.电竞融入文旅价值几何

来源：新华每日电讯 2025 年 7 月 24 日 张晓雨

近日，江西景德镇瑶里古镇因突然设卡收门票致村民不满，村民纷纷指引游客绕行逃票，引发社会关注。这不仅暴露出景区运营管理存在的问题，也启示我们，在文旅产业蓬勃发展的今天，景区需要主动转变思路，走出“门票依赖”，探索更多可持续的经营模式。

据报道，长期以来，瑶里古镇除村内三座老建筑外对所有人免费开放，村民生活与游客游览和谐相融，当地旅游业也借此蓬勃发展。然而，运营方突然设卡收费，不仅给村民日常生活带来不便，更导致游客量减少、商户经营受挫。未经充分协商和科学论证就开始收门票，此举看似能快速获利，实则窄化了景区的发展思路，长此以往很可能掉进“收费越久、客流越少、效益越差”的恶性循环。

当前，旅游市场正呈现出多元化发展的新景象。游客不再满足于“到此一游”的观光游览，而是更偏爱旅游中的文化体验、休闲娱乐和个性化服务。这意味着，景区的核心竞争力已从“门票经济”转向“体验赋能”，优质的配套服务、创新的旅游业态、差异化的产品设计，成为吸引游客的关键。过度依赖门票收入，不仅会抬高消费门槛、抑制游客消费意愿，更会让景区陷入“重收费、轻服务”的惰性思维，失去打磨产品的动力，最终在激烈的市场竞争中错失发展先机。

近年来，不少景区已率先从“门票经济”中突围，走出了“以

客引流、以质增效”的转型之路，为同行业提供了有益借鉴。如黑龙江虎头旅游景区试水“全年免票”后，通过打造特色民宿、冰雪乐园等新业态，将客流优势转化为消费动能，旅游综合收入显著提高；杭州西湖多年来坚持免费开放，看似少了门票收入，却通过周边餐饮、购物、住宿等关联产业拉动消费，成就“免费西湖、无价效益”的佳话……实践证明，当景区以门票的“减法”换取服务与业态的“加法”，文旅流量才能真正成为发展增量。

推动景区走出“门票依赖”，实现可持续发展，需要多方协同发力。有关职能部门要强化引导与监管，通过政策激励景区转型，完善门票定价听证制度，坚决遏制“圈地收费”“任性涨价”等短视行为。景区则需拿出“破旧立新”的勇气，创新经营模式，在提升体验、丰富供给、优化服务上多下功夫，留住人气，攒下口碑，促进文旅产业行稳致远。

值得肯定的是，瑶里古镇及时取消了收费、继续免费开放。这一调整既是对民意的积极回应，也是对“门票依赖”的果断纠偏。景区发展的账本上，从来不止“门票收入”这一项，要算眼前的营收账，更要算长远的发展账。算好激活产业链、带动区域消费、增进民生福祉的大账，才能为文旅产业攒下底气和后劲。

来源：经济日报 2025 年 7 月 28 日 孙庆坤

打游戏，能值多少钱？在 2025 全球数字经济大会国际电子竞技发展论坛上，中国化管理协会副主席李小磊给出了一个令人意想不到的估算——预计到 2026 年，我国电子竞技市场规模将突破 3000 亿元，带动周边产业规模超万亿元。

从各地实践来看，电子竞技的魅力不仅在于打游戏本身，还在于它与文旅产业的深度融合，能快速培育经济新增长点。

电竞与文旅融合，为消费市场点燃了“新爆点”。2024 年 KPL 总决赛首次登陆北京工人体育场，吸引 3.3 万名观众现场观赛，周边酒店入住率达 98%，带动工体商圈消费增长 220%；浙江衢江将电竞游戏与“村运会”结合，2024 年吸引超 10 万玩家参与线下赛事，带动农村电商农产品销售额增长 280%——数据背后，是电竞年轻流量与文旅实体场景碰撞出的巨大火花。二者构建的“线上引流—线下消费”闭环，使电竞酒店、文旅综合体等新业态成为消费升级的重要载体。

更深层的价值，在于文化传承找到了“年轻化表达”的电子版路径。电竞通过其强大的交互性与传播力，为传统文化注入鲜活时代气息。KPL 西安 WE 战队举办“电竞+盛唐”主题活动，选手身着唐装参与线下挑战赛，设置“虚拟偶像合影”“电竞汉服租赁”等消费场景，“当电竞遇上盛唐”等相关话题阅读量破 12 亿，推动西安“年轻化旅游城市”形象升级；《王者荣耀》携手敦煌研究院

打造的“飞天”皮肤，将古老壁画之美融入技能特效，使敦煌线上关注度猛增 500%。文旅资源为电竞提供深厚底蕴，电竞则赋予传统文化破圈传播的翅膀，二者“内容共创”形成文化活态传承的良性循环。

融合的辐射力更延伸至社会层面与国际舞台。电竞牵手文旅后，二者共同催生了大量跨界岗位，各地新建改建的电竞场馆兼具比赛、孵化企业、配套商业运营需要人，懂电竞的旅游策划、专业的赛事解说、设备研发都需要人，这些改造需求和岗位缺口为城市更新与就业扩容提供新动能。

同时，电竞作为全球青年通用语言，已成为文化“走出去”的轻骑兵。《王者荣耀》国际版在东南亚赛事中植入“长城守卫军”“敦煌飞天”等中国符号，2024 年新加坡总决赛期间，赛事周边的“丝路主题手办”海外销量突破 100 万件，成为文化输出的“轻载体”；腾讯与联合国教科文组织合作的“电竞文旅文化遗产保护计划”，通过电竞直播展示中国非遗技艺，2025 年全球观看量超 2 亿人次，无不印证着电竞文旅在提升文化软实力方面的独特优势。

各地已有的成功经验显示，“电子竞技”，这个听起来好像有些不务正业的产业，需要被重新认识。当然，发展挑战也不小，各地产品同质化、短期流量难成“长效留量”、未成年人保护等问题亟待解决。破局之道也许就在各自的文化基因里——设想一下，当苏州园林融入电竞地图、用成都熊猫 IP 开发特色角色，让文旅元素从“背景”跃升为“核心体验”，是不是还挺有意思的？

数字经济的浪潮已奔涌而至，全球年轻人对电竞的热爱也是需要正视的精神文化需求。电竞文旅融合是线上流量赋能线下场景、文化内涵激活产业价值的试验场。若能以文化为魂、以创新为帆、以需求为锚，电竞产业也能释放澎湃动力，为经济高质量发展开辟新赛道，为中国文化自信增添新注脚。

（编辑 杨珠峰）