

文化产业信息动态

2025 年 第 34 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 12 月 29 日

目 录

1. 培育万亿元级产业底气何在
2. 美育赋能文旅产业升级的三个维度

来源：经济日报 2025 年 12 月 8 日 周颖一 董庆森 林语晋

党的二十届四中全会通过的“十五五”规划建议提出，推进文旅深度融合，大力发展文化旅游业，以文化赋能经济社会发展。近年来，湖北着力建设世界知名文化旅游目的地，推动文旅产业加速迈向万亿元级。如今，手握长江壮丽山水与千年荆楚文脉的湖北，正在回答一个关键问题：如何让“诗和远方”的厚实家底，真正变成世界级文化旅游目的地的强劲竞争力？

湖北地处长江中游，自然景观富集、文化底蕴深厚、红色资源丰富。这里既有长江“极目楚天舒”的豪迈，也有“高峡出平湖”的壮美，更有屈子行吟、三国烽烟的历史烙印，文旅资源禀赋可谓得天独厚。如今，面对旅游业态多元融合、游客消费需求升级以及科技赋能文旅创新的新趋势，如何从“文旅大省”加速向“文旅强省”转变，是湖北亟待破解的课题。

近年来，湖北着力建设世界知名文化和旅游目的地，打造万亿元级文旅支柱产业，以更好服务中部地区崛起的重要战略支点建设。在 2025 湖北文化旅游发展大会上，湖北省委书记王忠林说，湖北山水天成、文脉绵盛，是一幅美丽的画、一本

厚重的书、一首激昂的诗、一座丰饶的园、一架通达的桥，是令人向往的“诗和远方”。由湖北省委书记担任文旅首席推介官，湖北做强文旅产业的决心可见一斑。

“近年来，湖北省旅游综合收入连续跨越 7000 亿元、8000 亿元、9000 亿元 3 个台阶，预计今年突破万亿元大关。”湖北省文化和旅游厅厅长克克对旅游业发展充满信心。建成文化强省、打造世界知名文化旅游目的地、培育万亿元级支柱产业，湖北的底气何在？

文旅主轴叫响市场

夜幕低垂，武当山脚下光影交错、烟花漫天。沉浸式演出“武当一梦”带着游客开启了仙山寻梦之旅。

“演出融合了戏剧、舞蹈、武术、杂技、曲艺等多种艺术形式，置身其中，仿佛做了一场关于道与侠的梦。无人机表演也是点睛之笔，场面非常震撼。”来自山西的游客黄勇说。

统计显示，从 5 月 1 日全面开放营业到国庆中秋假期，武当一梦沉浸式演艺主题园区营收超 3000 万元。武当山文旅集团董事长张震告诉记者：“过去，来武当山的游客大多匆匆而过，很少在当地住宿。现在，游客夜间消费占比达 40%，周边民宿入住率超 70%。”

武当山特区党工委委员、宣传部部长苏芳说，武当一梦园区推出裸眼 3D 球幕影院、“入境武当”VR 大空间科技体验馆，

太极之夜文旅街区打造特色康养民宿宿集，“问道武当”数字客厅推出集数字化展示、沉浸式体验、互动娱乐于一体的业态项目，多项配套设施的升级丰富了游客选择。

打造世界级旅游目的地，找准突破口是关键。武当山就是湖北发展文旅产业的一个重要突破口。张震说：“过去游客上山赏景、下山就走，根本原因是这里缺乏好产品。就像请客吃饭，得有吸引人的‘硬菜’。‘武当一梦’就是我们在山下做的一桌‘好菜’。”

武当山旅游业态逐渐丰富的背后，是湖北文旅产业掀起的一场深刻变革。今年2月，湖北提出支撑中部地区崛起的“七大战略”，将文化创新战略纳入其中，文旅发展被提升至湖北省核心战略高度。今年4月，湖北印发《关于实施文化创新战略 整体提升支点文化影响力的行动方案》，并高规格召开全省文化旅游发展大会。

“《行动方案》为湖北文化产业发展明确了目标和方向。”武汉大学国家文化发展研究院院长傅才武认为，湖北文旅产业正处于从规模扩张向质量提升转型的关键期，应高度关注技术要素、文化内容以及政策导向，推动文旅产业实现高质量发展。

有了目标和方向，如何将文旅产业的“规划图”变为高质量发展的“实景图”？湖北以“知音湖北”品牌为核心，推出“神武峡”“赤黄红”两大文旅主轴，重点打造黄鹤楼、武当

山、长江三峡、神农架、恩施大峡谷 5 家世界知名旅游景区。

两大文旅主轴一西一东，呈现在地理版图上恰似一个太极旋涡，映射出厚重的荆楚文化。克克表示，推出两大文旅主轴，是湖北实施文化创新战略、整合文旅核心资源、打造精品文旅品牌和线路的重要举措。

据介绍，“神武峡”跨越鄂西，连接武当山、神农架、长江三峡、恩施大峡谷等景区，串联起 7 处世界级自然与文化地标、9 处国家 5A 级景区，这些老牌精品线路是湖北旅游的核心板块；“赤黄红”则整合三国文化、长江文化、红色文化等具有辨识度的文旅 IP，将荆楚文化串联起来，把鄂东过去相对零散的资源整体打包，通过协同联动做成新品牌。

湖北省旅游协会旅行社分会会长、导游分会会长陶颀说，遴选最具代表性的顶流景点，打造重点精品旅游线路，有利于形成集群效应，提升湖北文旅产品的影响力和知名度。

“神武峡”“赤黄红”两大文旅主轴的引领成效已经初显。今年前三季度，湖北省旅游人次增长 13%，旅游收入增长超过 15%，旅游总花费超过 8700 亿元。上半年，两大文旅主轴贡献旅游综合收入 1910 亿元，占湖北省总量的 42%。

多元业态串珠成链

推进文旅深度融合、拓展“文旅+百业”，是湖北实现从文旅大省向文旅强省跨越的关键路径。今年以来，湖北启动“知

音湖北”全球推广计划，举办中国文化旅游产业博览会、2025国际武当太极文化节、武汉马拉松等节会和赛事，发展休闲度假、低空文旅、数字文旅等新业态，构建“吃住行游购娱”全产业链，不断创造新供给、激活新消费。

以科技赋能文物“活态传承”，是湖北“文旅+数字”的重要探索。

放大1万倍的越王勾践剑从剑冢中破壁而出，黑色菱形花纹清晰可触；曾侯乙宫殿的礼乐声穿透千年，伸手轻叩钟体便能奏响《楚商》古调……今年4月，电影级数字文物VR体验项目《穿越青铜纪》在湖北省博物馆正式开放，项目以两大“镇馆之宝”越王勾践剑和曾侯乙编钟为核心IP，开放首月预约量就突破5万人次。

“VR这种形式非常受年轻人欢迎，而年轻人是我们重点关注的群体。”湖北省博物馆馆长张晓云告诉记者，馆内45岁以下观众占比已达70%，为抓住这一群体，博物馆联合当地企业，累计构建超3万件模型资产，以1:1比例复现数十件文物，采用《黑神话：悟空》同款3D引擎与边缘计算方案，让游客凭VR头显设备即可获得高清流畅的互动体验。

深挖文物IP的长效价值，让科技体验不止于“一时热闹”。

“有思想、有深度、有创意的内容一定会受到市场欢迎。”张晓云说，湖北省博物馆对馆内项目提出了持续更新内容、动态

挖掘亮点、开发周边产品等要求，力求进一步提升“文物 IP”声量，实现从“流量打卡”到“深度体验”的转变。

“湖北文旅一大短板是观光为主、体验不足，游客的参与感不强，缺少沉浸式的创新业态。因此，突围的关键不仅在于资源整合，更在于文旅融合、科技赋能下的体验升级。”华中师范大学经济与工商管理学院副教授、经济研究中心副主任胡继亮说。

用沉浸式演出提升游客体验，成为湖北以“文旅+演艺”适应市场需求的关键一招。

夜色如墨，汉口五福路江滩的手摇钟声穿破时空，观众鱼贯登船，穿梭于扮演绅士、丽人的演员间，仿佛穿越“时空隧道”，触摸城市记忆。这是“知音号”在长江上推出的漂移式多维体验剧，观众在游轮上不仅能欣赏长江夜景，还能深度体验老武汉都市风情。

“知音号”项目负责人周琼介绍，目前，该剧已累计演出超 2500 场，接待游客超 170 万人次。2024 年，“知音号”外地游客占比超七成，全年带动武汉旅游消费超 3 亿元，节假日周边酒店入住率同比提升 40%以上，形成“演艺+景区+酒店+餐饮”的产业链闭环。

明星产品迭代更新，作为新产品的“武当一梦”也不甘落后，推动武当山“文旅+”矩阵持续扩容。张震说，在数字文

旅方面，他们推进武当山资源三维建模，基于数字资产推出球幕影院、VR 大空间等项目，未来还将开发定制版游戏；顺应大健康消费趋势，武当山在“文旅+康养”上发力，110 多家民宿中有一半开拓了与辟谷、太极拳相关的服务。

“武当一梦”文创店店长田春丽告诉记者，武当文创线上线下店铺共 40 家，品类有 1300 个，今年前 10 个月营收已达 2300 万元。

克克表示，今年湖北积极拓展“文旅+百业”，将每月 17 日定为湖北“超级文旅日”，主动与各行各业搭建品牌和平台，推动横向打通、跨界融合，借此打造湖北超级文旅 IP。

统计显示，瞄准“大健康、新文旅、泛娱乐、智能化”的新需求，目前湖北省谋划和在建文旅项目 1124 个，计划总投资近 5000 亿元，已建成投运文旅综合体项目 104 个。

党的二十届四中全会提出，以新需求引领新供给，以新供给创造新需求。克克表示，面向“十五五”，湖北文旅产业将着力打造智慧旅游、新奇体验、旅游演艺、康养度假等消费新场景，延伸文旅消费链条，推动供需双向奔赴，实现互促发展。

文化为核塑造品牌

“未来的朋友，你们好！我是大秦帝国的‘喜’。”如今，在湖北孝感云梦县博物馆，观众不仅可以通过 AR（增强现实）魔镜与 2000 多年前的秦吏“喜”互动，还可以体验临摹简牍、

学习秦律，沉浸式感受汉字演变之美。今年1月至10月，该馆“云梦有喜”系列文创产品销售收入突破400万元，接待研学团队2万人次。

文化旅游不是简单的产业概念，而是关乎文化传承、价值传播的文明工程。湖北文旅的突破，不仅在于文旅业态的创新，更在于系统推进历史文化遗产保护传承和活化利用，加强长江文明溯源研究和传播展示。只有将文化内核转化为可感知、可体验、可传播的旅游产品，才能让历史文脉真正“活”在当下；只有加强文化资源保护，文旅产业创新发展才有源源不断的活力。

一部长江文化史，承载着中华民族的共同记忆。傅才武说：“长江不仅是地理意义上的江河，更是中华民族的‘文化根脉’。”他认为，湖北应深入挖掘长江文化的历史底蕴，通过文旅融合、文旅交流的方式，建设长江国际黄金旅游带，形成一条广阔而深入的交流通道，让长江文化从历史深处走进当代生活。

曾侯乙编钟是青铜文明铸造工艺的巅峰，是长江文明的代表作之一。张晓云说，目前湖北省博物馆编钟乐团全年驻馆演出1400场以上，曾赴20多个国家演出，年购票观众达50万人次。

作为长江文化的“顶流”之一，黄鹤楼静静矗立在滚滚长

江之畔，吸引着天南海北的中外游客。黄鹤楼悠悠千载，其生命力就在于附着其上的诗文故事以及背后的文化内涵。黄鹤楼公园相关负责人表示，动画片《长安三万里》的走红，让黄鹤楼景区更加火爆，印证了文化与旅游相辅相成的关系。黄鹤楼景区趁机推出朝游、夜游、沉浸式雅集游园等不同玩法，不断迭代升级新业态。

据统计，湖北省共登记文化、旅游资源 367.71 万处，其中文化资源 359.55 万处、旅游资源 8.16 万处，为长江文化的保护传承与活化利用提供了坚实基础。

当前，湖北正在全力打造长江文化高地，加强长江文明溯源研究和传播展示，充分挖掘长江文化精神内涵和时代价值，整合长江文化资源，以艺术形式展示、传承和弘扬长江文化，讲好新时代长江故事，大力推进文化旅游科技深度融合，不断提升长江文化品牌的影响力、辐射力。

湖北省委宣传部常务副部长刘海军表示：“湖北连续两年牵头举办长江文化艺术季，在全国率先打造了‘长江文明溯源研究和传播展示’的综合性文化交流平台，全方位展示长江文明、讲好长江故事、塑造湖北形象，为推动长江文化保护传承弘扬、以文化的力量赋能长江经济带高质量发展贡献了湖北力量。”

两年来，长江文化艺术季开幕式演出累计吸引 200 多万名

市民游客。优秀剧目演出、大型书展和图书交易会、戏剧电影交流展映等形式多样的活动，让群众在家门口就能享受丰盛的文化大餐。

从资源禀赋的“大写意”迈向精耕细作的“工笔画”，随着文化创新战略的持续深入推进，一幅万亿元级支柱产业的发展画卷正在荆楚大地上全速着墨，朝着建成文化强省、建设世界知名文化旅游目的地、把文化旅游业培育成为支柱产业的目标稳步前行。

来源：中国旅游报 2025 年 12 月 29 日 王荣琳 马保烈

当前，我国旅游业正处在关键的转型阶段。随着消费升级与精神文化需求的增长，单纯的观光打卡已难以满足人们对美好旅游的期待。旅游消费的核心诉求，正从追求感官愉悦的“游有所乐”，向寻求文化认知、心灵滋养与自我成长的“游有所得”跃迁。这一转变不仅是市场趋势，更是文旅产业高质量发展的内在动力。《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》提出“发展具有强大思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力的新时代中国特色社会主义文化”，为文旅融合升级提供了根本遵循。在此背景下，美育——这一旨在培养认识美、体验美、感受美、欣赏美和创造美的综合教育，其应用场域得到空前拓展，正走向文旅产业前沿，成为激活文化资源、提升旅游内涵、驱动产业“品质革命”的重要引擎。

时代必然：美育成为文旅升级的关键

文旅产业的“品质革命”，本质是价值创造方式的升级，即从依赖资源与规模的“流量思维”，转向同时注重文化内涵与体验深度的“留量思维”与“价值思维”。美育是实现这一转向的天然桥梁，其逻辑与物质文明和精神文明相协调的现代

化要求深度契合。

从需求侧看，以年轻群体为代表的新消费者是“意义消费”的主导者。他们旅游不仅是为了休闲，更是为了追求与历史文化的连接、与在地美学的共鸣。调查显示，超过七成的年轻游客将“文化体验深度”和“目的地独特美感”作为关键决策因素。无论是前往某地寻求精神栖息，还是在某地身着唐装沉浸体验，内核都是对审美价值与情感共鸣的渴望。美育能系统性地回应并升华这种需求。

从供给侧看，破解“千城一面”的同质化困境，必须回归文化的独特性和美学差异性。美育要求从业者具备发现与转化美的能力，能深入挖掘并创新表达一地的自然、历史与生活美学。苏州园林的造园哲学、景德镇的陶瓷美学、元阳梯田的农耕美学，都是独一无二的“在地美学”资产。以美育视角梳理和呈现这些资源，是塑造目的地核心竞争力的重要方式。

从政策导向看，以文塑旅、以旅彰文的融合方向对文旅产业提出了系统要求。前不久，中共中央宣传部、农业农村部等七部门联合印发了《“文艺赋美乡村”工作方案（2025—2027年）》，专门部署了“赋能乡村产业发展”“加强乡村学校美育工作”等重点任务。美育正是将政策要求转化为可体验、可感知优质产品的关键路径。它能让静态遗产“活”起来，让抽象精神“显”出来，最终转化为游客可亲近、可带走的深刻收获，服务于增强中华文明传播力影响力的整体目标。

内涵重塑：美育深化旅游的“获得”

美育赋能的文旅变革，核心在于重新定义旅游的“获得”，推动其从浅层愉悦记忆，深化为促进人的全面发展的多维度生命滋养。这不仅是产业升级的方向，也是实现“推动人的全面发展、全体人民共同富裕迈出坚实步伐”这一宏伟目标在文旅领域的具体实践。

一是获得深度的文化认知与审美素养。美育赋能下的旅游，将游客从“旁观者”转化为“解读者”“参与者”。在敦煌，通过数字沉浸、研学课程与亲手绘制体验，游客能上一堂生动的丝路艺术美育课，带走对中华文明的具体认知，实现审美判断力的提升。这一过程本身就是植根博大精深的中华文明、提升文化传播力影响力的有效途径。

二是获得情感的深度连接与共鸣体验。美育善于通过场景与艺术激发情感。旅游空间被赋予美学灵魂，便能产生超越物理层面的精神连接。文化旅游场景构建的精神场域，让游客在此完成与自我、与他人的对话，获得情感慰藉与归属感，形成高黏性的情感获得。这深刻满足了人们对丰富精神世界、追求更高生活品质的内在需求。

三是获得技能的启发与创造的成就感。高品质旅游应具备“授人以渔”的启发性。在木雕小镇尝试雕刻，在江南古镇学习扎染，这种从观察到动手的转变，让旅行记忆凝结为独一无二的实物成果。技能上的微小“获得”带来巨大的满足感，体

现了创造的价值。此类美育实践，正是“以新需求引领新供给、以新供给创造新需求”，促进消费良性互动的生动案例。

四是获得生活方式的启迪与美好生活的想象。旅游是观察他者生活方式的窗口。美育能对目的地的日常生活（如饮食、节庆、手工艺）进行美学提炼，为游客提供“美好生活”样本。成都的茶馆文化与川菜美学、莫干山乡野与现代设计融合的居住方式，都可能悄然影响游客的生活观念与审美趣味。

实践路径：美育赋能文旅产业升级

将美育理念转化为产业动能，需在以下 3 个维度进行系统创新。

一是空间重构，从“风景场”到“美学场”的升维。旅游目的地应成为一个整体性的沉浸式“美学场”。美学营造需从核心景点扩展至全域范围。如山东省文化和旅游厅等印发的《关于艺术赋能乡村旅游高质量发展的实施方案（2025-2027 年）》提出，推动艺术景观设计融入和美乡村建设，实施艺术景墙、艺术庭院、艺术街巷、艺术田园、艺术标识“五艺”工程，打造一批“小、美、精”的齐鲁乡艺空间。又如苏州古城的美学不仅存在于园林，更贯穿于街巷肌理、建筑语言、听觉点缀与时令饮食中，使游客获得完整协调的江南审美熏陶。

二是产品迭代，从观光流程到美育历程的设计。旅游产品设计应从满足“看”的流程，转向设计“感知—理解—共鸣—创造”的递进式美育历程。这要求我们不仅提供作品，更要开

展艺术讲堂、作品导讲、艺术体验课等深度服务。故宫博物院通过专题线路、文物修复体验、美学研学营及文创开发，构建了从知识输入、情感共鸣到创意带走的完整美育闭环，使游客收获立体丰富的文化体验。

三是主客共创，从服务关系到美学共同体的构建。“品质革命”的更高境界，是打破主客二元关系，让居民与游客基于对地方美学的共同热爱，形成临时性的“美学共同体”。这需要培育“乡土美学创客”，并探索艺术家驻村、“艺术村长”等模式，让村民从参与者变为创作者。在浙江松阳的传统村落保护中，村民是乡土美学的持有者与讲述者。游客在与村民共学非遗、共享节庆的过程中，建立起基于文化尊重与审美认同的真诚连接，使“获得”超越了消费，包含了人文的温度与理解的深度。

从“游有所乐”到“游有所得”，标志着中国旅游业正迈向更成熟、更富人文内涵的新阶段。美育赋能的这场“品质革命”，不仅将推动文旅产业实现高质量发展，更将在山河大地上促进“诗和远方”的深度融合，让每一次旅行都成为通向美、通向文化、通向人的全面发展的收获之旅，为丰富人民精神世界、增强国家文化软实力贡献力量。

（作者单位：山东旅游职业学院）

（编辑 杨珠峰）