

引言

英雄城发英雄帖，天下英雄共此城。4月25日至26日，中国旅游产业高质量发展主题活动在南昌举行。立足文旅发展的新形势、新任务、新要求，来自全国的一线专家学者，以“创新驱动·跨界融合”为主题，深度探讨文旅发展新路径，并为南昌打造“全球旅游目的地、全国旅游新高地、全省旅游中心地”（以下简称“三地”）把脉定向。

从“网红城市”到“文旅高地”

——从中国旅游产业高质量发展主题活动看南昌进阶之路

杨希勤 何 芳



滕王阁是南昌的标志性景点



图为专家学者在交流

解码“破圈”：何以从“网红城市”到“文旅高地”

大数据：2024年，南昌市接待游客增长18.12%，实现旅游总花费增长5.21%。2025年一季度，全市接待游客同比增长5.8%，实现旅游总花费同比增长6.1%。

小场景：4月23日，以“南昌，好接棍”为主题的南昌首届“接棍”（意为“厉害”“很棒”）喜剧周在万寿宫历史文化街区启幕。各地游客在“南昌，好接棍”字样的打卡点拍照留影，街区前坪广场人流如织。“南昌本土文化IP一样可以出圈站C位。”喜剧周承办方之一、一支麦脱口秀联合主理人三火接受采访时表示，“不同城市的前四名选手将来到南昌竞技，省内外游客可以尽享‘接棍’狂欢。”

江西财经大学旅游发展研究院副院长胡海胜从五个维度提炼出南昌“破圈”走红的实践经验：南昌文旅通过战略规划与创新实践，成功实现从乡强城弱到城乡协同，从“白强黑弱”到24小时经济圈，从山强水弱到山水互通，从英雄城市到城市英雄。“白+黑”“城+乡”“山+水”等多维突破，助力南昌从“流量网红”到“品质长红”的跨越式发展。

中国旅游协会秘书长葛磊则用“三气”（英雄气、江湖气、烟火气）诠释南昌文旅特质。南昌以文旅展现“逆天改命”的英雄气，让这座城市体现文旅志气、阳刚的一面。江湖气则体现在南昌以江湖之水发展大文化，以开放心态吸引全国游客。在葛磊看来，南昌把更多注意力放在了服务细节的提升上，让城市更有烟火气，也越来越有温情。

世界旅游城市联合会首席专家魏小安对南昌文旅的发展现状给予了肯定，“南昌旅游发展态势迅猛，亮点频出，市场力量扩大，规模已居中部地区第二位。”

就南昌城市形象提升，魏小安建议：一是优化城市形象，打造复合型城市品牌，南昌除了是英雄城市，还是一座生活之城、享受之城。城市全方位友好，可学习“政府亲民、市民亲客”的待客之道。二是打破刻板印象，走出



安义古村受到游客青睐

“长三角后花园”，争做“长三角大花园”，并且要四面出击，南下北上、东融西联。三是深化文旅项目，抓城市大休闲，强化城市深体验，连接鄱阳湖打造大旅游圈、乡村度假市场化。比如梅岭，就需要做好慢下来的深度文章。

即时评：旅游业是事关国计民生的重要行业，有着“一业兴、百业旺”的强大带动作用。南昌市委、市政府主要领导高位推动，提出要聚焦“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”发展方向，将南昌打造成为“三地”。南昌旅游已从单点游览的“独角戏”，迈向全域融合发展的“大合唱”。南昌城市文旅规划已转向更高阶的全域产品组合、关联产业融合的比拼，以此实现消费场景的升级和文旅模式的更新。

谋篇布局：跨界融合绘就旅游目的地新蓝图

大数据：近三年，旅游总花费占南昌市地区生产总值的比重分别达19.43%、26.59%、26.68%，为全市经济社会高质量发展提供了强劲文旅动能。2024年，南昌市营业性演出活动达8404场，吸引市外及省外观众占比达75.6%，让更多外地游客“为一场演出奔赴南昌城”。

小场景：4月13日下午，南昌国际体育中心外场热闹非凡，以模仿刀郎演唱走红“刀迷”刀吉在小舞台唱得如痴如醉。“我是第一次来南昌，感觉这座城市很温暖，对粉丝太友好了。”刀吉说，“虽然我没有抢到演唱会的门票，但参加场外的活动也很快乐。”据大数据统计，4月11日彩排加12日、13日演出，场内场外歌迷创造了累计超20万人次的“大流量”。

研讨中，与会专家学者结合南昌实际，围绕“十五五”文旅规划编制，以及240小时过境免签、建军100周年等契机建言献策，为南昌文旅高质量发展谋篇布局。

调整思路，打造“三地”目标。在“十五五”期间，南昌需要从哪些方面着手打造“三地”？魏小安认为，“十五五”期间，南昌完成这三个目标基本没有问题，但要调整思路，现在不需要大项目，更主要的是培育城市的休闲氛围，创造小而精、小而美、小而特的项目。在他看来，应去工业化审美思维，以人为本，以细节吸引人。

中国旅游协会地学旅游分会会长吴必虎建议南昌重塑历史定位，挖掘南昌“赣鄱之门”的千年枢纽地位。对内，挖掘儒林文化、唐宋八大家文脉等，“讲好王勃之外的南昌”；对外，先服务好周边客群，成为“游客度假之选”。针对入境游，借利玛窦、客家华侨等文化纽带唤醒海外认知，强化黄金水道与丝绸之路的文旅联动。

过境免签，细分客群市场。2024年，240小时过境免签的新政为发展入境游提供了有利契机，当年南昌昌北国际机场免签入境人次增长330.5%。

葛磊认为，针对入境游的客群细分市场很关键。比如东南亚市场的游客对奇山胜水感兴趣，欧洲人则可能

更关注中国的传统文化。他建议优先抓住海外年轻群体，多提供令他们感兴趣、可以体验的项目和产品。

南昌市政府相关负责人发言称，240小时过境免签政策，为南昌拓展入境游提供了重大机遇。南昌正以此为契机，对标全球视野，全面提升入境旅游服务水平，推进南昌昌北国际机场五港通关，提升口岸服务效率，完善多语种预约导览和国际化服务体系，定制化开发文化探秘、推进非遗体验项目，让全球的游客感受天下英雄城的开放魅力与暖心服务。

红色旅游，全球视野叙事。2027年是建军100周年，南昌将如何以此为契机发展红色旅游？在场的专家学者也提供了一些思路。清华大学建筑学院教授罗德胤认为，通过沉浸式体验，让游客产生情感共鸣十分关键。南昌红色旅游资源丰富，可以此为依托，设计出能真正为游客带来新鲜感、参与感、获得感、满足感的红色旅游产品。

联合国教科文组织活态遗产与社区发展教席首席专家杜晓帆的建议是，“向全世界讲好红色故事的全球价值，展现其对全人类的启示……不能只对国人说，要突破‘关起门来讲故事’的局限”。他提出，以南昌起义全球价值阐释为突破口，构建人类命运共同体视角下的红色叙事体系。

针对蓬勃兴起的研学市场，葛磊认为，可以将南昌打造成中国军事研学第一城。在魏小安看来，红色旅游也特别适合长者怀旧，建军100周年正是南昌旅游抢抓长者市场最好的时机，还可以带动家庭游。

即时评：现在的南昌，文旅不再是游山玩水“收门票”、明星演唱“卖门票”的简单复制，而是稳增长、调结构、促就业、惠民生的重要抓手。比如实施文旅融合创新工程，培育多元消费业态——持续做好“文旅+百业”“百业+文旅”文章，拓宽旅游发展新路径；做强“体育+旅游”，持续举办南昌国际龙舟赛、南昌国际马拉松等大型体育赛事活动，打造集“赛、食、赏、购、游”于一体消费新场景；做强“演艺+旅游”，通过市场化方式引进更多重量级明星演唱会，打造全国演唱会高地；做强“商业+旅游”，积极培育美食、购物等文旅商融合消费新生态……唯有融会贯通，路才越走越宽。

展望未来：南昌文旅的全球视野与使命担当

大数据：《世界城市名册2024》中，南昌从第301位跃升至第181位，成为进位最快的城市之一；据中国旅游研究院发布数据显示，南昌成为2024年全国游客接待量前20位城市之一；携程发布的2025年口碑榜，南昌入选“全球100经典目的地”“亚洲100经典目的地”。2024年末，南昌常住人口667.04万人，比上年末增加10.22万人，这一增量在全国主要城市中位居前列。

小场景：4月25日，南昌西站出站大厅，工作人员正在精心装扮一辆“动车”，这是“洪漂人才荟”2025西站专场招聘会的“专列”，各招聘单位的“车厢”上，贴着招聘岗



烟花晚会已成为南昌的标志性景观

（本版图片由南昌市文化广电旅游局提供）