

向新 向好

向未来

供给创新 体验创新 从“到此一游”到“细水长流”

走进江西，文旅之“新”，首先体现在供给方式和体验形态的不断创新。2025年，内地第二家“故宫厅”落地江西省博物馆，首展观展人数累计突破百万，“御瓷归来”等高品质展览持续引发关注，文博场馆游从小众走向主流，成为公众感知江西文化的重要入口。通过展陈设计、数字手段和互动体验的持续优化，文化不再停留于被观看，而是走向可参与、可分享。

舞台上，艺术创作亮点频现。舞剧《天工开物》以现代审美表达传统智慧，开启全球巡演；江西艺术节集中呈现一批精品剧目，推动艺术创作与大众审美同频共振。文化产品不再只是专业领域的展示成果，而是逐步转化为具有市场吸引力和传播力的内容产品。

城市空间中，文旅场景不断延展。新的省赣剧院正式投入使用。江西省赣南采茶剧团挂牌成立。因地制宜打造1100余个“小而美”新型公共文化空间，孺子书房、莲花书屋等成为群众身边的文化会客厅。升旗仪式、烟花晚会、高人气演唱会、精品演艺项目融入城市公共空间，文化从展馆走向街区、从舞台融入生活，文旅逐渐成为一种生活方式，而不只是一次看风景的出行选择。创新推进省博物馆总分馆制试点，“江西文博大集”“百馆下基层”等活动广受好评。深入实施“100名非遗传承导师下乡”计划，常态开展“赣鄱好戏周末有约”“百馆万场 赣鄱共享”等品牌群众文化活动，“赣文轻骑兵”深入基层开展惠民演出。全年组织各类文化活动超6万场，服务群众超8000万人次。

从“到此一游”到“细水长流”，江西成为“说走就走”的最佳目的地的同时，也给了游客待下来住下去的坚定理由。

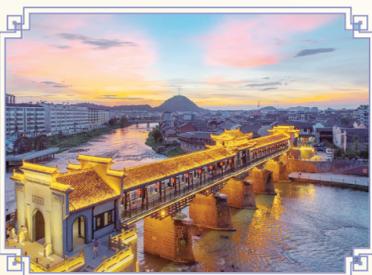
结构优化 消费升级 从“惊鸿一瞥”到“频频回眸”

消费升级，是2025年江西文旅向新向好高质量发展路径的最直接证明。

如果说供给创新激活了市场，那么消费变化则印证了趋势。过去一年，江西文旅市场呈现出“规模稳中有升、结构持续优化”的态势。外省游客占比保持在较高水平，人均消费额不断提升，文旅消费对稳增长、扩内需、提信心的支撑作用日益凸显。2025年江西文旅出台了提振文旅消费实施方案，筹集3000余万元奖励各地“引客入赣”。推出“已巳如意 乐游江西”等惠民政策。携手中国石化江西分公司推出“畅游赣鄱”养车卡，为自驾游客提供景区门票折扣等多重优惠。联动各设区市推出惠民举措1000余项，发放各类文旅消费券近1亿元。

变化尤其体现在出行方式和消费结构上。自驾游成为主流选择，游客不再满足于看景点，而是更多停留在演出现场、夜间街区、特色餐饮和文创空间。围绕“让游客来得更容易、玩得更实惠”，江西统筹推出文旅消费券、门票减免、联动促销等政策工具，形成政策引导、市场响应、消费放大的良性循环。

更为重要的是，文旅消费正在由门票经济向综合消费转变。从住一晚到多住一晚，游客从“惊鸿一瞥”到“频频回眸”的同时，文旅对住宿、餐饮、零售等相关产业的带动效应不断增强，市场韧性也得到持续性显现。2025年，江西接待国内游客总人次和旅游总花费分别增长4.75%、13.8%。其中，外省游客占比超三成，居中部地区首位，人均消费突破千元大关，全省文博场馆接待观众超1.8亿人次。尤其是入境游全面发力，全年接待境外游客创近年新高。



“风景独好”旅游名镇——黎川日峰镇



图1:环鄱赛已成品牌赛事
图2:江西美术馆
图3:正在江西省博物馆展出的“山谷雅集——黄庭坚诞辰980周年特展”



2025江西“三百”文旅消费季启动



“如画江西 风景独好”江西文化和旅游(西安)推介会

融合走深 百业共振 从“最佳配角”到“当家花旦”

融合，是江西文旅向新向好高质量发展的鲜明特征。

在城市更新中，文旅成为重要内容。老街区、老厂房、老码头通过文化植入焕发新生；在乡村振兴中，文旅成为有效抓手，乡村旅游、研学体验、非遗工坊不断丰富乡村经济形态。

一方面，“文旅+百业”持续拓展，文化与商业、体育、康养、农业、工业深度融合；另一方面，“百业+文旅”加快深化，演艺经济、赛事经济、夜间经济、非遗经济等新增长点加快培育。文旅不再是“配角”，而是“当家花旦”，是串联资源、带动产业、激活城市与乡村经济的重要纽带。

2025年创新举办江西“百县百碗、百县百店、百县百街”“三百文旅消费季”和“江西乡村文化旅游节”及“嘉游赣·惠生活”等文旅促消费活动，依托环鄱阳湖国际自行车赛、南昌马拉松等赛事推动“跟着赛事游江西”，“宿说江西”“夜游江西”等品牌持续擦亮。

守正创新 文脉焕彩 从“纯看风景”到“品读人文”

江西之美，美在山水，更美在文脉。

过去一年，江西在文化遗产保护与利用上持续发力。景德镇陶瓷文化保护传承稳步推进，长征和长江国家文化公园(江西段)建设不断深化，一批重大文化工程从规划走向实施。通过“在保护中利用、在利用中传承”，历史文化资源正加快转化为可感知、可体验的文化产品。举办江西首届书院文化会讲，完成廊桥保护三年行动。景德镇市元明清制瓷业遗址群入选“2024年中国考古新发现”。公布第七批74处省级文物保护单位，全省省保单位达995处。“瓷上中国”景德镇瓷业景观文物主题游径入选2024年度优秀文物主题游径十佳案例，《史说江西》纪录片入选中华文物新媒体传播精品推介十大精品项目。

非遗保护更加注重系统性和活态化传承。传统技艺通过展演、体验、文创等方式走进现代生活，既守住文化根脉，又拓展传播边界。越来越多游客在江西，不只是纯看风景，而是品读人文。新晋国家级非遗代表性传承人24人，全省国家级非遗代表性传承人达93人。在香港、澳门成功组织非遗展演，顺利举办江西非遗大集、江西舞狮大会。景德镇手工制瓷技艺、赣剧、瓷板画等3个非遗项目亮相央视非遗晚会。

江西文旅向新向好向未来！

2025江西文旅发展回眸

旅游兴，则人气旺、消费热、信心足；文化强，则根脉厚、气象新、凝聚力更强。回望2025年，在省委、省政府坚强领导下，全省文化和旅游系统聚焦“走在前、勇争先、善作为”的目标要求，坚持以文塑旅、以旅彰文，统筹推进文化事业繁荣发展和文旅产业提质增效。面对复杂多变的外部环境和持续承压的市场态势，江西文旅迎难而上、主动作为，在稳增长、扩内需、促消费中彰显担当，在抓供给、优服务、树品牌中夯实基础，推动江西文旅市场向新向好、发展动能持续集聚，赣鄱大地上一幅幅文旅融合高质量发展的新图景正徐徐铺展。

这一年，江西文旅的发展变化并非局部修补、零星改善，而是一场系统性的重塑：从文化资源配置方式到旅游产品供给逻辑，从公共文化服务格局到文旅消费结构，从品牌传播路径到产业融合深度，均呈现出由量的积累到质的跃升转变的鲜明特征。文博场馆持续升温、重点景区人气回暖、演艺和赛事带动效应显现，“风景独好”的江西，正在从被看见走向被选择，从去一趟走向常回。文旅高质量发展，首先是方向之变、格局之变。

过去一年，江西文旅工作持续受到中央和省级部门的高度关注。中央宣传部、文化和旅游部等部委领导多次来赣调研指导，一批全国性会议和活动由赣举办，为江西文旅对标全国、链接资源、提升能级创造了重要机遇。全国“百城千站”文化和旅游消费行动启动仪式、全国高腔优秀剧目展演、全国文化和旅游市场管理工作会等相继落地，不仅放大了江西文旅的行业影响力，也推动了项目、资金和市场要素加速集聚。

省委、省政府对文旅工作的重视前所未有。首届全省文化和旅游发展大会高规格召开，省委、省政府主要领导围绕文旅产业发展、文化投入机制、书院文化保护利用等重点领域多次调研、专题研究，省级分管领导常态化调度推进，形成了上下贯通、左右协同的工作格局。文旅工作从过去相对分散的条线推进，逐步上升为统筹协调的全省工程。

在高位推动下，江西文旅发展的思路更加清晰：以融合发展为主线，以项目建设为抓手，以市场需求为导向，以品牌塑造为牵引，推动文化资源优势加快转化为产业优势和竞争优势。

站在2026年的新起点，江西文旅的发展方向更加明确：锚定高水平文化强省和更具竞争力的旅游强省目标，以“十五五”规划为牵引，迎风启航。以山水为幕，文化为魂，创新为笔，向未来而攀，江西文旅将持续融合打开边界，让古老文明与现代生活对话；以场景链接百业，让城市脉动与乡村烟火同频，在赣鄱大地铺展更加多彩、更加动人的文旅新画卷。

向未来而攀，要向融合要产能。新的一年，江西文旅将出台更多提振文旅消费专项政策，用好消费券、门票减免、联动促销等工具，让游客来得更容易、玩得更实惠。深化“文旅+百业”“百业+文旅”，推动商旅文体融合发展，继续推出一批“文旅美食”“风景独好”旅游名景区、名镇村。持续开展江西文旅消费季、乡村文化旅游节、“嘉游赣·惠生活”等活动，持续擦亮“唱游江西”“宿说江西”“诗旅江西”“夜游江西”等品牌。同时，围绕不同客群精准供给，让产品更对人，让不同人群都能在江西找到合适的玩法。

向未来而攀，还需在传播中挖潜能。2026年江西文旅产业，还需要让文旅业态更时尚，重点培育文旅消费新场景、新业态，推进文商体旅融合街区建设，发展演艺经济、首发经济、潮流经济；探索低空旅游、工业旅游、乡村旅游、康养旅游。注重推动金融赋能文旅产业发展，健全文旅投融资体系，加大实施文旅领域设备更新，推动建成一批标志性文旅项目，不断提升景区吸引力、竞争力，让江西文旅源源不断地把好资源转化成好产品，全年爆款不断，圈粉无数。

向未来而攀，还需在传播中挖潜能。过去一年通过主流媒体与新媒体协同发力，通过国内传播与国际传播同向推进，“江西风景独好”的品牌形象更加鲜明。传播方式从单向推介转向内容共创，从展示资源转向讲好故事，江西文旅的辨识度和记忆点不断增强。2025年江西文旅加大了与主流媒体合作力度，央视《踏歌行》《花开中国》《三餐四季》等栏目先后聚焦江西。联动抖音、小红书等新媒体平台推出优质内容，“江西风景独好”新媒体矩阵多次进入全国文旅综合传播力指数前列，“发现江西”海外新媒体账号粉丝量近260万，传播力指数居全国前三。

2026年，江西文旅将继续唱响“江西风景独好”品牌，深化引客入赣，持续巩固长三角、中三角、京津冀及周边省份客源市场，稳步开拓中远程市场，丰富跨省精品旅游线路。加强与新媒体平台深度合作，构建文旅新媒体矩阵，形成线上线下联动、全域覆盖的传播推广体系。

放眼更广阔的国际舞台。江西文旅还将用好过境免签、国际航线、高铁网络等开放通道，让江西更便捷地被抵达、被选择；推动名山、名城、名镇协同联动、组团出海，让江西故事以更整体、更鲜明的形象走向世界。让更多海外游客，把江西作为认识中国的一扇窗口，在山水之间读懂中国，在行走之中爱上江西。

向新而行，是改革创新的勇气；向好而进，是稳中提质的定力；向未来而攀，是江西文旅的时代使命。

江西文旅今天所呈现出的良好态势，并非偶然之功，而是理念转变、路径选择和长期积累共同作用的结果。这种以高质量发展为导向、以融合创新为动力、以群众需求为中心的发展逻辑，正是江西文旅行稳致远的底气所在。

面对未来，江西文旅仍将坚持以文塑旅、以旅彰文、以消费促发展，持续释放文旅消费潜力。让江西的山水更有温度，让文化更有活力，让消费更有动能，让赣鄱大地随处可见的美丽山水间，都能展开一幅幅文旅深度融合、百业共生共荣、群众乐享共享的时代画卷。



第九届 Jiangxi Arts Festival
江西艺术节开幕式
暨“盛世梨园·锦绣赣鄱”首届江西戏曲晚会

主办单位：中共江西省委宣传部 江西省文化和旅游厅
承办单位：江西省赣剧团

(本版文图由江西省文化和旅游厅提供)