



编者按

当下，文旅产业正以其独特的魅力和广阔的发展前景，成为带动区域经济增长、促进文化繁荣、增进民生福祉的重要力量。江西是文化大省、旅游大省，各地应如何因地制宜、抢抓机遇、大胆探索，将潜在优势转化为现实竞争力，让文旅产业在赋能经济社会高质量发展中发挥更重要的作用？本期智库版邀请专家学者和实际工作部门同志就此提出对策和建议，以飨读者。

如何把文旅产业打造成支柱产业民生产业幸福产业？

深挖地域文化“富矿” 以文旅产业升级激活高质量发展新动能

□ 朱彦

习近平总书记指出，“旅游是综合性产业，是拉动经济发展的重要动力”“推进文化和旅游深度融合发展，把文化旅游业培育成为支柱产业”。文化旅游业作为综合性产业，内涵丰富，牵动全局，当前正以其巨大的市场潜力、广泛的融合空间、独特的文化价值，成为带动区域经济增长的重要力量。

上饶是文旅资源富市、文旅产业强市。近年来，上饶深入贯彻落实习近平总书记考察江西重要讲话精神 and 习近平总书记关于文旅产业发展的重要论述，推动文旅从单一服务业态成长为牵引多产业协同发展的支柱板块，持续提升文旅产业对经济的综合贡献水平。目前，三清山、龟峰、婺源篁岭、葛仙村、望仙谷、婺女洲等6个景区年过闸机游客超300万人，全市旅游及相关产业占GDP比重约6.08%，已成为国民经济支柱产业。今年国庆假期，全市共接待过境游客611.78万人次，实现旅游综合收入58亿元，分别比去年同期增长5.56%和5.72%。上饶市上榜途牛旅游网“境内游热度增长显著目的地TOP10”“赏秋游热门目的地TOP6”和抖音生活服务“中秋国庆“赏秋小城”TOP10”；婺源县上榜携程平台“中秋国庆热门县域小城TOP6”；葛仙村、篁岭、三清山分别当选去哪儿旅行平台“2026中秋国庆门票预订量TOP1景区、TOP2景区、TOP7景区”。

把文旅产业打造成支柱产业

文旅产业链条长、覆盖范围广，具有极强的产业延展性。上饶充分发挥文旅产业吸引人流、扩大投资、提振消费的重要作用，文旅产业呈现“人财两旺”的发展势头，推动区域经济韧性持续增强。

聚集人气，形成强劲“虹吸效应”。文旅产业既能吸纳大量本地劳动力就近从业，又能吸引部分外地劳动力前来从业，成为地方千方百计稳住常住人口、增加流动人口的重要抓手。比如，葛仙村景区带动本地群众就业4000余人，培育周边民宿170余家。望仙谷景区带动就业超6000人，吸纳外来人口就业1000余人。

扩大投资，呈现鲜明“二期现象”。上饶摒弃单纯依赖政府投资的传统路径，充分发挥企业主体作用，吸引100多亿元社会资本参与景区建设与运营。葛仙村、望仙谷、婺女洲、弦高城等爆款民营景区纷纷扎下根来、追加投资，掀起二期建设热潮，实现从引流量到做留量、门票经济向综合消费升级。典型例子就是婺源县篁岭文旅股份有限公司的“二次创业”。该公司把篁岭从“半空心村”发展成“世界最佳旅游乡村”、“晒秋”农事每年吸引游客350万人次之后，又在弦高城布局打造汪家坞画家村、童话山谷等多元场景，让历史文脉融入日常烟火。2025年，公司投资约8亿元打造西湖渔文化街区，“出道即出圈”；随后追加投资约12亿元建设二期项目天上堂核心景区，自今年8月试运营以来，日均购票超5000人次。

创新场景，消费市场“热力全开”。上饶放大文旅产业“乘数效应”，推动文旅从单一门票经济向全链条综合消费转型，贯通吃住行游购娱全环节，把过境流量转化为在地消费。坚持以票根为载体和牵引，在全省率先打造上饶专属票根经济小程序“票游上饶”，把原本分散的旅游、演艺、体育和商业等场景通过票根串联起来，加快构建“一票多享”模式，推动单次消费变多次体验、单一门票变多元生态，实现消费“串珠成链”。自推行“一票多享”改革以来，上饶中心城区重点商圈客流量同比增长10%，销售额同比增长12%；截至9月底，全市核销2026年江西省文旅消费券超528万元，核销金额位于全省各设区市之首。

把知名景区打造成文旅产业园

上饶是江南理学重镇，文化积淀深厚、地域文化资源得天独厚，是推动文旅融合高质量发展最核心、最宝贵的战略资源。文化赋能旅游，不是把旅游当作文化本身，而是把握发展规律，以文兴业，把文化资源优势转化为产业发展胜势。

锚定文化内核，夯实产业园精神根基。文化是灵魂，只有守住文化根脉，文旅产业园才有持久生命力。山水塑形，文化铸魂。上饶坚持活态传承理念，挖掘在地文化，打造品牌IP，让静态的文化遗存可体验、能共鸣。在婺源县弦高城景区，一座依岩壁而建、配有雕花旋转楼梯的特色图书馆引人注目。中国驻美大使谢锋专门在海外社交平台推介这座“魔法书屋”，相关短视频话题迅速冲上全网热搜。婺女洲景区以婺源本土神话传说为核心，萃取徽州文化美学精髓，引入非遗代表性项目入驻徽市街非遗工坊，常态化开展板凳龙、打铁花等民俗表演。三清山景区依托1600多年道教文化，积极培育道文化体验、道学研学康养、山水人文演艺等一批文旅新业态。望仙谷景区深挖望仙民间传说，以悬崖吊

楼建筑营造仙侠场景，推出沉浸式夜游、仙侠主题演艺、NPC实景互动，唱响“悬崖神话·仙侠世界”IP，被《中国国家地理》认证为“现实版仙侠世界”。葛仙村景区推出行进式灯彩大秀《千灯盛境》与祈福夜游，今年中秋假期门票预定量登上去哪儿旅行平台评出的全国TOP10榜首。

做强产业支撑，提升产业园“造血能力”。产业是命脉，健全的产业体系是文化产业园可持续运营的核心动能。上饶跳出门票经济思维，用好景区流量载体，加快集聚文艺文创、批零住餐、旅游渠道商等经营主体，构建完整产业链条。坚持市场运作，加快篁岭文旅上市。婺女洲和弦高城建设源于传统江南古镇和赣东北地区历史街区的设计灵感，均定位为商业服务中心，以现代规划设计融合本土传统文化，承载餐饮、购物、娱乐、演艺、文化体验等多种业态，为游客提供一站式文旅消费体验，铺展“清明上河图”般的市井繁华图景。坚持把OPC（一人公司）社区打造成为创新集聚、产业升级的新载体，积极探索上饶高铁经济试验区人工智能OPC社区、信州区AI+跨境电商OPC创业社区、广丰区AI+OPC微短剧创新转化社区等多种发展模式多点开花、协同发力，激活全市OPC产业发展新动能。

产品迭代更新，放大产业园升级效应。创新是动力，只有不断推陈出新，才能持续留住游客、引爆市场热度。上饶大力实施“景区焕新”工程，推进消费场景再造，用新项目、新体验吸引游客群体，让老景区焕发新活力。老牌5A级龟峰景区升级打造“侠客古道”，融合森野徒步、亲水休闲、山野露营等多元业态，在丹霞山间塑造上饶版“绿野仙踪”，景区热度持续攀升，今年8月9日迎来历史上首次客流限流。被誉为“亚洲最长悬崖自动扶梯”的灵山云梯，依托绝壁峰林打造“无痛爬山”网红体验，降低登山门槛，拓宽客群覆盖面，今年国庆期间累计接待游客5万余人，成为灵山景区发展新增长极。

把“文旅+百业”打造成经济发展综合引擎

上饶坚持商农文旅体健跨界融合的发展思路，持续深化“文旅+百业”“百业+文旅”，拓展产业边界、促进业态创新、增强产业韧性，充分释放“一业兴、百业旺”的综合引擎效应。

“乡野山水+旅游”展前景。依托原生山水基底，以轻量化投入、创新性构思、沉浸式体验为鲜明特质，精准契合青年群体消费偏好，打造了婺源县石门村、广信区西溪里和九仙峡、广丰区肆野度假区和岩隐等104个“小而美”项目，为秀美山水注入全新体验场景，走出一条差异化、特色化、可持续的乡村旅游发展新路径，今年国庆期间共计接待游客26.37万人次。精细化推进广丰莱妮牧场、横峰米头尖、婺源江岭观景台、灵山星空营地等露营基地建设，着力打造一批高品质“微度假”目的地。

“体育赛事+旅游”有人气。坚持以赛兴业、以赛营城，持续导入高端赛事，连续举办6届玉山斯诺克世界公开赛、6届玉山中式台球世界锦标赛、6届德兴铁人三项亚洲杯赛，成功举办“中国杯”城市赛艇冲刺赛，积极打造“体育赛事名城”，每年吸引全国1000多万人次“跟着赛事来旅游”。鄱阳县立足“中国湖城”资源禀赋，依托五湖连通水系布局水上乐园与水上运动项目，把湖面变成“动感游乐赛场”。今年国庆期间连续举办龙舟超级联赛总决赛、跨区域龙舟古韵巡游、“鄱阳湖杯”龙舟邀请赛等三场高规格龙舟赛事，湖城水上消费场景人气高涨。

“数字文创+旅游”拓新局。数字科技是重塑文旅供给、放大引流效应的重要抓手。上饶抢抓数字文旅发展机遇，强化平台思维，加快建设运营“大美上饶”智慧旅游平台，链入“吃住行游购娱”全要素消费，打造上饶文旅一站式超级服务入口，实现“一城文旅、一屏掌控、一码畅游”。推动VR/AR光影、裸眼3D、数字交互、短视频传播与景区古建、山水场景深度融合，推出婺女洲大型山水实景演出《遇见·婺源》等一批沉浸式夜游、数字演艺产品，深受市场青睐。三清山景区首次推出“夜上三清”主题夜游，以“一梦归山海”为叙事主线，把《山海经》神话故事融入亿年花岗岩峰林，打造崖壁光影沉浸式演艺，让游客在穿行2000米夜游步道中完成“入山一问心一悟道一祈愿”的精神旅程。探索影视产业与本地文旅融合发展，上饶微短剧影视工厂“把片场变成景区”，宋韵古风街今年10月1日正式开街后迅速出圈，“广丰版横店被我找到了”话题冲上抖音全国热榜。

（作者系中共上饶市委常委、宣传部部长）

智库

江西日报

11

2026年10月12日 星期一

电话:(0791)86847609

邮箱:jxrbllb@163.com

以悦己经济激活文旅消费新空间

□ 孔雯

习近平总书记强调：“要增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，使消费潜力充分释放出来。”2026年江西省政府工作报告明确提出“打造国潮经济、情绪经济等新业态新模式”“放大展会、演艺、赛事等促消费效应”，为培育壮大新型消费、释放内需潜力提供有力指引。当前，我国消费结构正从“功能满足”向“情感满足”跃迁，以“悦己”为特征的消费浪潮方兴未艾，日益成为扩大内需、促进高质量发展的重要引擎。文旅是悦己消费的重要载体，江西文旅资源丰富、文化底蕴独特。以悦己经济激活文旅消费新空间，是落实提振消费部署的务实之举，也是建设文化强省、旅游强省的题中应有之义。

消费逻辑之变：悦己经济成为扩大内需的新引擎

悦己消费，是以取悦自我、安放情绪为目的的体验型、情感型消费，其兴起源于经济发展与代际更替：物质消费趋于饱和后，消费的边际效用日益取决于“内心的获得感”，情绪价值成为消费决策的关键变量。2024年，我国情绪消费相关产业市场规模达2.3万亿元，年均复合增长率约12%，预计2029年将突破4.5万亿元，“为情绪买单、为体验花钱、为兴趣投资”日益成为年轻人的消费选择。

旅游是悦己消费的代表性载体，源于其天然的“情绪转换”功能：离开惯常环境、切换生活频道，或在山水田园中疗愈自己，或钻进老城巷陌寻一家烟火小店，或为一场演唱会奔赴一座城。无论何种形式，内核都是“悦己”。对承受压力的年轻人而言，放松就是最大的“悦己”，谁能让他们真正松弛下来，谁就赢得市场先机。

路径重构之要：激活江西文旅悦己消费新空间

江西文旅家底厚实，现有国家5A级旅游景区15家、国家级旅游度假区5家、红、绿、古三色资源交相辉映，关键在于让“体验”成为主角、让“悦己”成为底色，这正是文旅消费扩容提质的突破口。做好悦己经济这篇大文章，须系统施策，加快形成龙头带动、全域联动、各美其美的悦己消费新格局。

做强极核，把南昌建成青年悦己消费的集散枢纽。南昌是全省文旅龙头，既要当好“悦己目的地”，更要当好“流量路由器”。放大滕王阁破圈经验，培育夜游、汉服旅拍、街头演艺等碎片化消费场景，落实“放大展会、演艺、赛事等促消费效应”的省级部署，以演唱会、音乐节、体育赛事和票根经济联动景区商圈。建立都市圈文旅客流协同机制，推动门票、住宿、演艺票务数据互通，开通南昌至井冈山、景德镇、婺源、武功山的景区直通车与联程票，实现“一城引流、全省共享”。

夯实基底，让“放松体验”成为江西文旅的普遍供给。悦己消费的底色是松弛感。尊重年轻人“不预设路线”的出游方式，完善高铁、景区直通车接驳，推行全省“一票通”“即订即玩”，让“特种兵式旅游”爱好者与慢游者各得其所。把市井烟火、街头音乐、山野星空、老城漫步等“疗愈场景”作为产品来经营，发布“江西松弛感打卡地图”，推出周末“微度假”线路；建立“青年体验官”制度，让“种草一打卡一分享”由自发传播转为有组织的口碑运营，以数字化减少“等、堵、贵”的体验损耗。

铸就主线，让红色文化成为青年“精神悦己”的高地。“悦己”的价值有分层：浅层是感官与情绪的即时放松，深层是认同感与意义感的获得，后者带来的精神愉悦更为深沉持久。对国家发展成就的自豪、对革命先辈的敬仰，经由庄重的仪式与深度的体验表达出来，正是这种“意义型悦己”。推动红色资源从“听讲解”转向“去体验”，把“意义感”以可感可及的方式交付青年：用好八一广场升旗仪式的庄严感召，发展红色剧本杀、沉浸式剧目、红色文创等青年喜闻乐见的形式；推动井冈山、瑞金、于都等革命圣地与高校思政课、青年研学相衔接，开发分众化红色课程，让红色地标既是党员干

部教育课堂，也成为青年可沉浸、可触摸的精神“充电站”。

延长链条，以“四季皆景、常来常新”培育复游生态。复游率是衡量目的地黏性的关键指标。构建四季产品矩阵：春赏婺源油菜花海，夏赴武功山草甸露营、庐山避暑，秋观篁岭“晒秋”、鄱阳湖候鸟翔集，冬沐明月山温泉、体验赣鄱年俗，让每个季节都有“再来一次”的理由。推行“江西文旅一卡通”青年版，以年卡、社群沉淀回头客，把复游率纳入重点景区考核；发展陶瓷手作、非遗研学、康养旅居等深度体验，以“晒秋”、非遗市集、新春国潮等节庆IP持续制造新鲜感。

厚植特色，让赣鄱大地成为各美其美的“悦己”入口。悦己消费贵在多元，江西的竞争力正在于各地都能提供独特的“悦己”入口。景德镇依托手工瓷业遗存这一世界遗产与“景漂”手作，让“以瓷悦己”成为标识；九江以庐山胜景与“浔阳头头夜送客”的诗意，成就“为一句诗奔赴一座城”的雅趣；上饶望仙谷以“仙侠世界”、婺源以“魔法图书馆”满足年轻人的想象力；赣州“江南宋城”以沉浸式非遗体验活化千年宋韵。实施“一城一品”差异化打造，推广主理人模式，鼓励青年创客领办文创空间、非遗工坊，让特色资源由“有”变“活”。

保障机制之实：推动江西文旅悦己经济行稳致远

悦己消费热点多变，唯有建立健全长效机制方能行稳致远。健全统筹协调机制。将培育悦己消费纳入文旅、商务、宣传等部门联席会议机制，与文化强省、旅游强省建设一体谋划、一体推进、一体考核，形成跨部门协同、上下联动的工作格局。强化财政金融支持。设立文旅消费提质专项资金，对青年友好型场景改造、新业态首店等给予奖励，用好文旅消费券、“文旅贷”等普惠工具，降低经营主体创新成本，撬动社会资本参与。创新人才引育机制。实施青年文旅主理人培育计划，在落户、创业贷款、场地保障等方面支持非遗代表性传承人、数字运营人才等，吸引更多懂内容、懂传播、懂运营的青年人才扎根江西。完善新业态包容审慎监管。针对夜游、沉浸式演艺等新业态新模式，探索“监管沙盒”、柔性执法、风险分级等方式，优化准入和经营监管，在守住安全底线的同时为模式创新、场景创新留足空间。提升“轻装出游”服务体验。围绕青年游客行前、途中、游后需求，完善行李寄存、智慧导览、实时客流提示、便捷休憩等服务，让青年游客少些负担、多些从容，真正实现“轻装上阵、自在畅游”。健全消费者权益保障机制。深化“旅游诚信省”建设，推动餐饮、住宿、文创等重点场景明码标价、透明消费，健全投诉快速响应、先行赔付和退赔机制，严查价格欺诈、强制消费等行为，让青年游客敢消费、愿停留、乐分享。

年轻人是文旅消费的主力军。坚持“以文塑旅、以旅彰文”，以悦己消费为牵引、以放松体验为底色，推动江西文旅从“卖景观”走向“卖体验”，让赣鄱大地的山水之美、文化之韵、红色之魂，成为年轻人安放情绪、放松身心的心灵驿站，为文化强省、旅游强省建设注入澎湃动能，也为全国文旅从“景观时代”迈向“体验时代”贡献江西力量。

（作者系江西省社会科学院江西社会科学杂志社助理研究员）

编审 余霞 责任编辑 易江然子 美术编辑 王楠