

中国文旅产业扩大投资与消费的思考

中国旅游协会文旅投资分会

2025 年 6 月

旅游业作为“新兴的战略性支柱产业、具有时代特征的民生产业和幸福产业”的发展定位，为新时代旅游业的扩大投资和消费指明了新方向。

根据文化和旅游部近日发布的《中华人民共和国文化和旅游部 2024 年文化和旅游发展统计公报》显示，2024 年，国内居民出游 56.2 亿人次，同比增长 14.8%。国内居民出游总花费约 5.8 万亿元，同比增长 17.1%。内地居民出境旅游 12279.2 万人次，同比增长 41%。

近年来，随着消费习惯的变化，文旅消费也呈现了新的特点：

一、市场新变化

1、市场规模持续扩张

1) 国内游基础稳固：2025 年服务消费仍是拉动内需主力，文旅消费呈现“品质化、体验化”特征。休闲服务、文化娱乐支出增速达 16%以上，“跟着演出、赛事去旅行”成为新消费热点。



摩登天空成都草莓音乐节

(摩登天空是中国旅游协会文旅投资分会理事单位)

2) 入境游加速复苏：自 2024 年 12 月 17 日我国实施 240 小时过境免签政策以来，截至 2025 年 3 月 17 日，全国各口岸入境外国人 880.5 万人次，同比增长 34.9%。

3) 银发旅游爆发式增长：根据中国社会福利与养老服务协会、当代社会服务研究院与社会科学文献出版社共同发布的《银发经济蓝皮书：中国银发经济发展报告（2024）》（以下简称蓝皮书）指出，据相关测算，目前中国银发经济规模在 7 万亿元左右，约占 GDP 的 6%，到 2035 年，银发经济规模有望达到 30 万亿元，占 GDP 的 10%。据中国旅游研究院预测，到 2025 年末，我国出游率较高、旅游消费较多的低龄健康老年群体将超 1 亿人，银发旅游收入有望破万亿元。

2、细分赛道增长潜力显著

文旅综合体经过场景化改造、策展型商业（演艺+展览融合）融合，呈现新的业态升级，比如广州的正佳广场，已成功从传统商业地产企业，发展成为一个集购物中心、休闲旅游、创意百货、文化教育等诸多产业于一体的大型多元化现代企业集团，总资产超过 400 亿元，年客流量超 5000 万人次，年均营业收入约 64 亿元，在全国各大商业中心销售额与客流量排名中遥遥领先。



正佳森林生态植物园（正佳集团是中国旅游协会文旅投资分会副会长单位）

公共投资部分，未来五年民生文旅设施（博物馆、文体场馆、旅游交通枢纽）需求超 30 万亿元；

28%。老铺黄金的古法金饰凭借文化溢价，单克售价较普通黄金高 30%，毛利率达 65%，成为港股消费指数权重股。

二、市场复苏与投资格局重塑

投资热点呈现多元化发展趋势。科技赋能、文化体验、冰雪经济、乡村旅游等细分领域都成为资本追逐的新宠。

以冰雪产业为例，中国旅游研究院发布《中国冰雪旅游发展报告（2025）》2024 年，我国冰雪旅游领域行业整体投资总额达到 1076.91 亿元，其中，重大项目投资事项达到 87 个，累计投资 857.21 亿元（占 80%），企业针对自身产品和服务研发的投资为 219.7 亿元（占 20%）。2018—2024 年我国冰雪旅游领域重资产项目投资累计达到 13157 亿元，带动了从装备制造到培训服务的全产业链快速发展。

消费升级特征日益明显。现代游客已不再满足于传统的观光旅游，而是追求文化沉浸、健康养生等深度体验。同样值得关注的是，影视 IP 带动旅游目的地的现象愈发普遍，《黑神话：悟空》《我的阿勒泰》《去有风的地方》等作品的热映直接推动了相关景区客流量的显著增长。

三、四大投资热点深度解析

1、数字科技赋能产业升级

智能化转型已成为行业共识。北京市专门设立 1500 亿元专项授信，重点支持文旅智慧化项目建设。首钢“科幻乐园”等标杆项目将 5G、VR/AR 等前沿技术完美融合，创造出全新的沉浸式体验。AI 技术在酒店能耗管理、景区导览等场景的应用，提升整体运营效率。深耕 AI Agent 领域的视旅科技企业 2024 年便获得亿元级首轮融资，反映出资本市场对文旅数字化解决方案的高度认可。

2、文化体验空间价值重估



只有红楼梦戏剧幻城

博物馆、演艺场馆等传统文化设施正在经历价值重构。优质文化空间得到投资者的青睐，通过“内容+场景”的创新模式，实现资产价值的几何级增长。典型案例包括廊坊“只有红楼梦戏剧幻城”项目等。这些成功实践表明，新型文化场馆通过现代展陈技术和互动体验设计，将成为新的消费热点。

3、乡村旅游展现强大韧性

下沉市场潜力持续释放。《2024 乡村旅游振兴白皮书》显示，2024 年乡村旅游市场强劲发展，是国内旅游重要增长点。前三季度全国乡村旅游接待人数 22.48 亿，同比增 15.5%；总收入 1.32 万亿，同比增 9.8%。携程数据截至 11 月末，乡村旅游订单量同比增长 10%，乡村民宿供给增长 19.6%，订单量增长 24.3%。已形成以长三角、珠三角为核心的产业集群。特别值得注意的是，一线城市退休人群成为乡村长住的主力客群，带动乡村民宿向“长租+康养”模式转型。这种新型业态不仅延长了游客停留时间，更显著提升了消费水平。

4、新型文旅融合创新

“旅游+健康”正成为产业新蓝海。部分医疗机构开始提供“医疗+旅游”套餐服务，精准满足中高收入人群的健康消费需求。

支付宝尝试将 3000 万钻石会员与文旅服务结合，探索“积分+旅游”新模式，为行业提供了跨界融合的创新范例。

6 月初，祥源控股拟 23 亿港元并购海昌海洋公园，将再获得一家文旅类上市公司，让其向曾经提出的“国内 30 个文旅项目+国外 30 个文旅项目”的目标往前迈出了一大步。

四、人才战略

从市场表现来看，资本正在加速涌入文旅赛道，但值得注意的是，行业在“软性竞争力”（如文化IP运营、沉浸式体验设计、数字化服务等）方面的建设仍存在明显短板，这将成为下一阶段投资布局和产业升级的关键突破口。

文旅行业目前面临着人才困境，本质上是结构性错配——当前从业者大多并非来自旅游专科院校，而传统旅游教育的课程体系又与产业实际需求严重脱节。这个行业正面临双重矛盾：一方面，由于毛利率低、人员流动性高，企业被迫缩短招聘和培训周期，导致基层服务岗位陷入“低水平循环”；另一方面，行业转型升级急需的复合型人才极度匮乏。

1、未来的文旅人才结构必须突破传统范式

- 1) 核心团队重构：从“人海战术”转向“精兵作战”，只需两类关键角色——懂AI应用的“工程师”（技术融合者）和具备文化洞察力的“老法师”（内容创造者），而非大量重复性劳动力。
- 2) 能力维度升级：真正的竞争力差异在于如何将AI等工具转化为产品设计能力，这需要跨学科的培养体系（如文化遗产数字化、体验经济学等），而非传统旅游管理的标准化课程。
- 3) 产业认知革命：文旅行业的价值创造已从体力劳动转向脑力协作，亟需引入游戏设计、元宇宙架构等领域的创新方法论，通过“技术+文化+商业”的多元融合重塑人才标准。

当下市场的供需断裂恰恰揭示了投资机遇——能构建新型人才培养生态（如与顶尖院校联合开发垂直课程、建立行业级AI训练数据库）的企业，将率先突破文旅产业“低端锁定”的困局。

展望未来，中国文旅产业正站在转型升级的关键节点。要实现高质量发展，需要政府、企业、院校多方协同，共同破解人才、技术、资金等瓶颈问题。只有持续创新、深耕品质，中国文旅产业才能在全球竞争中赢得优势，实现可持续发展。