



大公国际：旅游强国新蓝图，提质增效新篇章——“十五五”规划建议下的文旅产业发展展望

文/曹李慧

摘要

2025年10月，“十五五”规划建议明确提出“推进旅游强国建设”，标志着文旅产业进入质量效益全面提升新阶段。2025年前三季度，国内居民出游人次与花费同比显著增长，各地加快推进传统景区升级改造，产业融合深度推进。2025年前三季度，多数文旅企业营业收入同比增长，但运营与扩张成本攀升、产品同质化与低价竞争等导致盈利能力同比下降甚至亏损。预计2026年中国文旅行业将在“十五五”规划建议的指引下，加速转型升级，呈现出新兴消费趋势持续深化和技术应用驱动产业深刻变革两大新特征。

正文

一、“十五五”规划建议明确提出“推进旅游强国建设”

2025年10月，“十五五”规划建议明确提出推进旅游强国建设，标志着文旅产业进入质量效益全面提升新阶段。

2025年10月，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要的建议》（以下简称“《建议》”）明确提出，要“推进旅游强国建设，丰富高品质旅游产品供给，提高旅游服务质量。提升入境游便利化国际化水平。推进文旅深度融合，大力发展战略性新兴产业，以文化赋能经济社会发展。”这一政策导向标志着文旅产业正处于从规模扩张转向质量效益全面提升的新阶段。在《建议》的指引下，各地加速推进文旅行业供给侧结构性改革，行业竞争格局与消费结构持续优化，为文旅产业高质量发展提供了坚实基础。

文化和旅游部及相关研究机构数据显示，在政策带动下，2025年前三季度文旅融合类项目投资额同比增长28%，其中“文旅+”等创新模式表现突出。各地方政府也积极推出差异化发展策略，如江苏出台17条举措推动赛事经济发展，广东提出到2026年初培育一批具有较强数字化运营能力的农文旅经营主体，形成了区域竞争差异化发展的良好态势。

此外，《2025年政府工作报告》强调释放文化、旅游、体育等消费潜力；央行设立5000亿元服务消费与养老再贷款，定向支持住宿餐饮、文旅体娱、教育养老等领域的高质量供给……这些政策形成了从顶层设计到具体措施的完整支持体系，为文旅产业发展创造了有利环境。

二、2025 年前三季度文旅行业运行情况

2025 年前三季度，国内居民出游人次与花费同比显著增长；各地注重提升游客体验品质，加快推进传统景区升级改造；产业融合深度推进，特色主题旅游产品受到市场欢迎，“文旅+”新业态保持良好发展势头。

2025 年前三季度，文旅行业市场需求持续释放，新业态蓬勃发展。根据文化和旅游部数据，2025 年前三季度国内居民出游人次 49.98 亿，比上年同期增加 7.61 亿，同比增长 18.0%，其中城镇居民国内出游人次 37.89 亿，同比增长 15.9%；农村居民出游人次 12.09 亿，同比增长 25.0%，农村市场增速明显高于整体水平；国内居民出游花费 4.85 万亿元，比上年同期增加 0.50 万亿元，同比增长 11.5%，其中城镇居民出游花费 4.05 万亿元，同比增长 9.3%；农村居民出游花费 0.80 万亿元，同比增长 24.0%，农村居民旅游消费增速显著高于城镇居民，反映出文旅消费市场的结构性变化。

营收方面，国家统计局数据显示，2025 年前三季度，全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入 109,589 亿元，比上年同期增长 7.9%，增速较上半年提高 0.5 个百分点；文化新业态行业呈现快速发展态势，文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类实现营业收入 48,860 亿元，比上年同期增长 14.1%，快于规模以上文化企业 6.2 个百分点，文化新业态行业对规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为 74.7%，成为拉动文化产业的重要引擎；从行业大类看，文化服务业拉动作用明显，实现营业收入 60,626 亿元，同比增长 11.9%，对规模以上文化企业营业收入增长的贡献率达到 79.7%。

2025 年以来，各地注重提升游客体验品质，加快推进传统景区升级改造，数字技术应用范围不断扩大，智慧景区建设取得明显进展。例如山西运城关公故里文化旅游景区通过构建智慧系统，实现了线上门票预订、客流监测与预警、智慧停车场管理等功能，其“一码游”平台为游客提供了从门票预订到线上讲解的全场景服务；三国赤壁古战场景区推出“三国周瑜”AI 助手和 2.5D 全景地图结合 AR 实景导航等，实现了文化与科技的深度融合，显著提升了游客体验和景区管理效率。

与此同时，产业融合深度推进，特色主题旅游产品受到市场欢迎，乡村旅游、工业旅游等新业态保持良好发展势头。“文旅+农业”方面，泰山区上高街道通过打造集采摘、科普、露营于一体的乡村旅游综合体，推出“农业研学+非遗手造”活动，年均吸引城市家庭游客超 10 万人次；浙江培育的“种地星球”、“熊猫猪猪乐园”等项目，也成为乡村旅游的爆款。“文旅+工业”方面，潮州“糖果小镇·糖潮引力场”由原潮州市造纸厂 20 亩工业遗址活化而来，打造集文化、商业、旅游与产业体验于一体的复合园区，将于 2025 年 12 月 1 日投入试运营；曲靖“M3-9819 文旅街区”前身为国营云南模具三厂，改造时特意保留了厂房的原始结构和一台 1970 年的老旧机床作为装饰，让游客能近距离触摸“三线建设”时期的工业脉搏。“文旅+红色教育”方面，井冈山推出“暴风雪过雪山”主题体验产品，与相邻的“三送红军到拿山”陈列馆形成协同效应，构建“红

色教育+冰雪运动”新型消费场景，并举办“胜利之路”徒步挑战赛，在黄坳乡、江西坳等地设置革命场景模拟互动，推动红色文化从静态展示向动态传承转变；延安市“金延安旅游度假区”以“镜像历史，写意延安”为规划设计理念，重现二十世纪三十年代“陕甘宁边区”的老延安街景，通过深度挖掘红色文化资源和运用AI、裸眼3D技术等，以更鲜活的方式展现红色文化。

三、2025年前三季度文旅企业财务情况

2025年前三季度，多数文旅企业营业收入同比增长，但运营与扩张成本攀升、产品同质化与低价竞争等导致盈利能力同比下降甚至亏损；未来文旅市场预计将从粗放增长、同质化严重向精细化运营、个性化定制转型。

本文选取国内债券市场中部分文旅行业企业进行分析。2025年前三季度，多数文旅企业营业收入同比增长，但盈利同比下降甚至亏损，主要原因包括运营与扩张成本攀升、游客对传统的高价门票和标准化旅游产品兴趣减弱、产品同质化与低价竞争、自身经营模式单一与债务问题等。未来文旅市场预计将从粗放增长、同质化严重向精细化运营、个性化定制转型，文旅企业需打造差异化体验，避免盲目跟风，同时要打造多元业态，创造能引发情感共鸣的体验，从而刺激游客在餐饮、住宿、购物等方面的二次消费。

表1 文旅行业部分企业2025年前三季度收入盈利情况（单位：亿元、%）

企业名称	营业收入	同比增长	净利润	同比增长
中国旅游集团有限公司	579.92	-4.78	27.43	-26.65
北京首都旅游集团有限责任公司	345.48	-2.13	1.92	-27.83
锦江国际（集团）有限公司	261.05	1.26	9.19	-27.95
广西旅游发展集团有限公司	72.25	53.69	0.80	-22.11
浙江省旅游投资集团有限公司	144.64	21.41	-1.00	212.47
上海锦江国际酒店股份有限公司	102.41	-5.09	7.99	-37.75
中青旅控股股份有限公司	80.27	13.89	1.86	-22.91
广东省旅游控股集团有限公司	28.93	0.12	1.92	10.38
黄山旅游集团有限公司	23.62	18.44	2.29	-12.84
成都文化旅游发展集团有限责任公司	16.98	20.83	-3.04	9.95
浙江舟山旅游集团有限公司	9.62	10.50	1.47	-1.80
南京牛首山文化旅游集团有限公司	5.45	-2.76	1.80	-29.26

数据来源：Wind、企业预警通，大公国际整理

四、展望

预计2026年中国文旅行业将在“十五五”规划建议的指引下，加速转型升级，呈现出新兴消费趋势持续深化和技术应用驱动产业深刻变革两大新特征。

新兴消费趋势持续深化。当前，文旅消费正呈现从标准化产品向个性化体验转变的显著特征。在这一转变中，体验型消费率先发展，消费者不再满足于传统观光，而是追

求更具情感连接和个性化的文旅产品，这直接推动了“微度假”模式的普及。携程发布的《2025国庆中秋双节旅游报告》显示，远途旅行与深度体验成为2025年国庆中秋双节旅游的一大特点，注重深度体验的中长时段旅行需求稳步上升，反映出市场对沉浸式旅游产品的明显偏好。与此同时，主题旅游作为新的增长点迅速崛起，文化遗产、生态探索等特色主题项目展现出强大的市场号召力，进一步印证了市场对差异化、高品质产品的旺盛需求。此外，绿色旅游的可持续性和深度体验优势日益凸显，消费者在追求健康、户外体验的同时，更加关注旅行方式的环保属性，这使得慢旅行、铁路旅游等绿色出行方式显著增长，标志着旅游消费理念的根本性转变。

技术应用驱动产业深刻变革。消费需求的升级正加速技术赋能，推动数字技术从“辅助工具”向“产业基础设施”升级，人工智能等技术的深度应用正在重塑文旅产业的价值链。在这一过程中，智能技术应用与沉浸式体验逐步成为文旅企业的标准配置，广泛应用于旅游、演艺、文博等场景，显著提升了文旅体验的互动性和沉浸感。具体而言，沉浸式体验推动形成“观赏—互动—体验”一体化的创新消费场景，通过数字导览、智能交互、扩展现实等前沿技术，有效提升游客的参与度和满意度。文化内涵、科技手段与创意设计相互赋能、协同共生，已成为文旅行业发展的鲜明特征。

未来，文旅行业将延续质量提升和结构优化的趋势，朝着数字化、品质化、融合化方向稳步发展，构建高质量发展的新格局。

报告声明

本报告分析及建议所依据的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所依据的信息和建议不会发生任何变化。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不构成任何投资建议。投资者依据本报告提供的信息进行证券投资所造成的一切后果，本公司概不负责。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为大公国际，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。