

2023年

# 中国文旅产业发展 趋势报告

Mob研究院出品





# 本报告核心观点



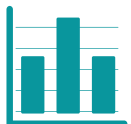
## 产业端：多方推动文旅产业高质量发展，文化和旅游持续融合

- 政策引领+经济支撑+消费升级+科技助力，文旅产业迎来黄金发展期
- “文旅+”向“+文旅”转变，通过产业升级和空间构建，拉长文旅产业链，营造沉浸式文化感知和体验，打造新消费综合体，不断催生新兴消费业态



## 消费端：新兴人群崛起，更多玩法涌现，产业焕发新活力

- 作为网络原住民的Z世代，在我国整体网民中占比近三成，用户总规模达3.4亿。调研显示，八成人群并未受到疫情影响，仍会择机旅行，有近三成人群甚至更想出门旅行
- 亲子游、小众游、周边游、寺庙游...新兴玩法不断涌现，目不暇接



## 运营端：数字化管理、商业化运营、生态化发展

- 数字化管理：以数字化引领文旅发展方向，构建产业互联网
- 商业化运营：文商旅融合，促进“场景革命”风潮加热
- 生态化发展：多方齐发力，共同打造文旅生态圈
- .....

# 目录

01 产业端：中国文旅产业发展新趋势

02 消费端：中国文旅产业消费新气象

03 运营端：中国文旅产业运营新动向





# 01

Part one

---

## 产业端：中国文旅产业 发展新趋势





报告搜一搜

更多金融干货下载

800000+份行业研究报告

长按识别关注公众号



ID: reportsys





# 产业发展驱动因素

---



# 政策引领：国家及地方政策积极扶持，各地响应迅速

从顶层到地方政府，各项文旅政策规划纷纷出台，引导文旅市场的规范化、专业化发展。从税收减免、金融支持、刺激消费、行业补贴、审批管理等多个层面积极为行业纾困解难

## 各层面文旅政策规划及各地响应措施

### - 《“十四五”文化产业发展规划》 2022.08

将“**文化和旅游深度融合**”列入产业发展的主要目标之一，开展公共文化机构和旅游服务中心功能融合试点，推动文化与旅游、体育、教育、信息、建筑、制造等融合发展，延伸产业链

### - 《“十四五”旅游业发展规划》 2021.12

到2023年，旅游业发展水平不断提升，文化和旅游深度融合，建设一批富有文化底蕴得世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的**国家级旅游休闲城市和街区**

### - 《“十四五”文化和旅游发展规划》 2021.04

到2025年，文化和旅游市场体系日益完善，文化和旅游市场繁荣有序，市场在文化和旅游资源配置中的作用得到更好发挥，市场监管能力不断提升

### -山东《山东省乡村旅游发展规划（2021-2025年）》 2022.09

结合三大国家文化公园建设，打造精品乡村旅游带。以黄河、大运河、齐长城国家文化公园建设为契机，将乡村旅游纳入三大国家文化公园建设体系，打造**文化公园与乡村旅游**相互补充、融合、发展的精品旅游带

### -江苏《江苏省贯彻“十四五”旅游业发展规划实施方案》 2022.08

到2025年，新增国家文化和旅游消费示范城市2-3个，试点城市3个、省级文化和旅游消费示范单位15个，培育国家级、省级**夜间文旅**消费集聚区40个

### -湖北《湖北省旅游业发展“十四五”规划》 2022.01

打造中华文化传播示范区，以荆楚文化为基础，融入特色文化元素和符号，推出系列文化旅游产品，加强对外宣传和推广，使旅游成为中华**文化认同**、增强中华**文化自信**的重要载体

国家层面

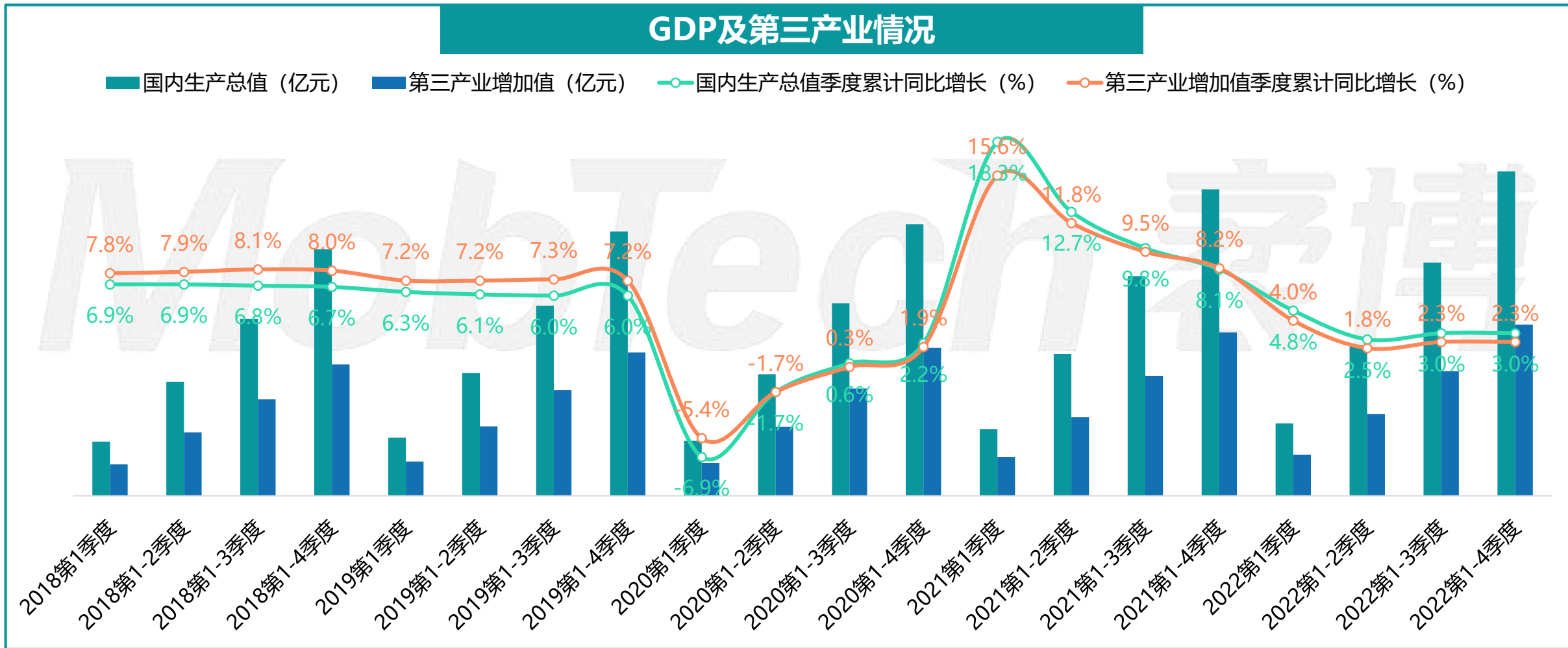
地方层面

 塔河县文旅局长 傻嘟嘟 (都波) ● 黑龙江省大兴安岭塔河县文旅局局长 1111.6万 获赞 816 关注 66.1万 粉丝	 贺娇龙 ● 乡村守护者 3290.4万 获赞 526 关注 473.2万 粉丝
 甘孜文旅局长刘洪 ● 四川甘孜州文化广电旅游局局长 3979.2万 获赞 191 关注 251.3万 粉丝	 解局长带你游随州 ● 随州市文化和旅游局局长 179.0万 获赞 40 关注 28.8万 粉丝



# 经济支撑：GDP及第三产业向稳增长，2022年顶住压力再上新台阶

2022年全年国内生产总值1210207亿元，按不变价格计算，比上年增长3%。分产业看，第三产业增加值638698亿元，增长2.3%



Source: 国家统计局, Mob研究院整理绘制

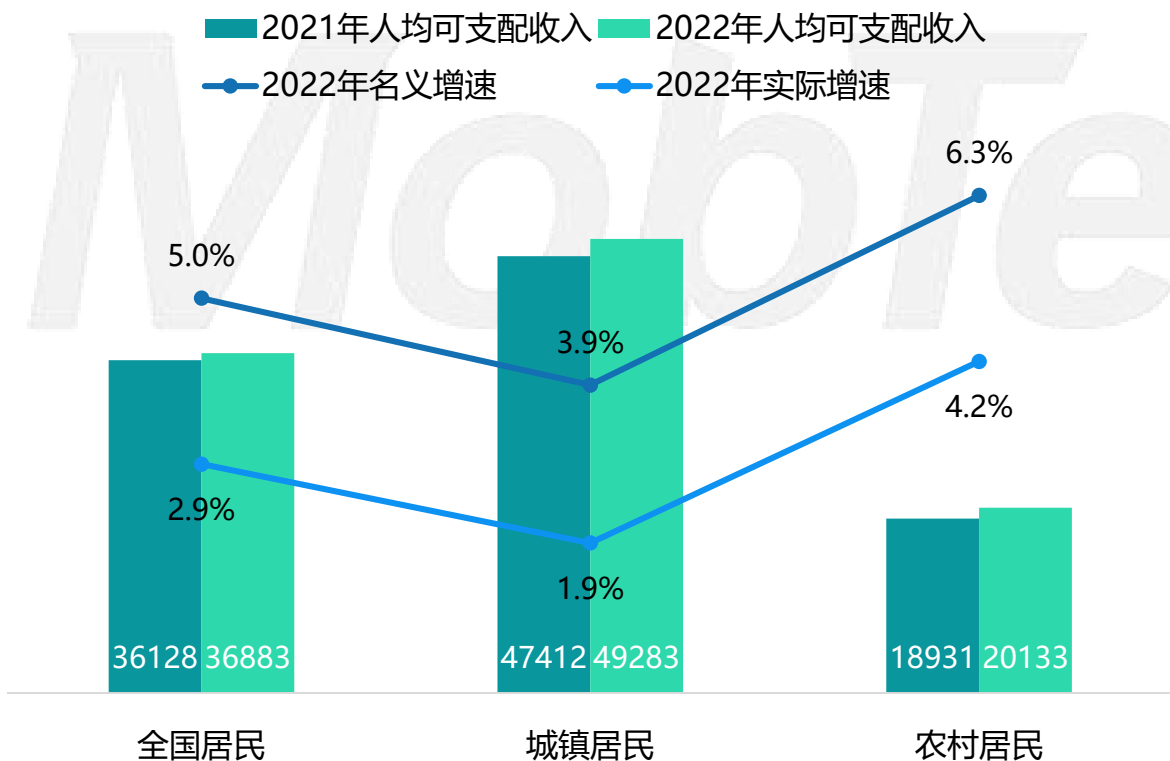


# 社会赋能：消费需求升级，下沉市场有望成消费增长新引擎

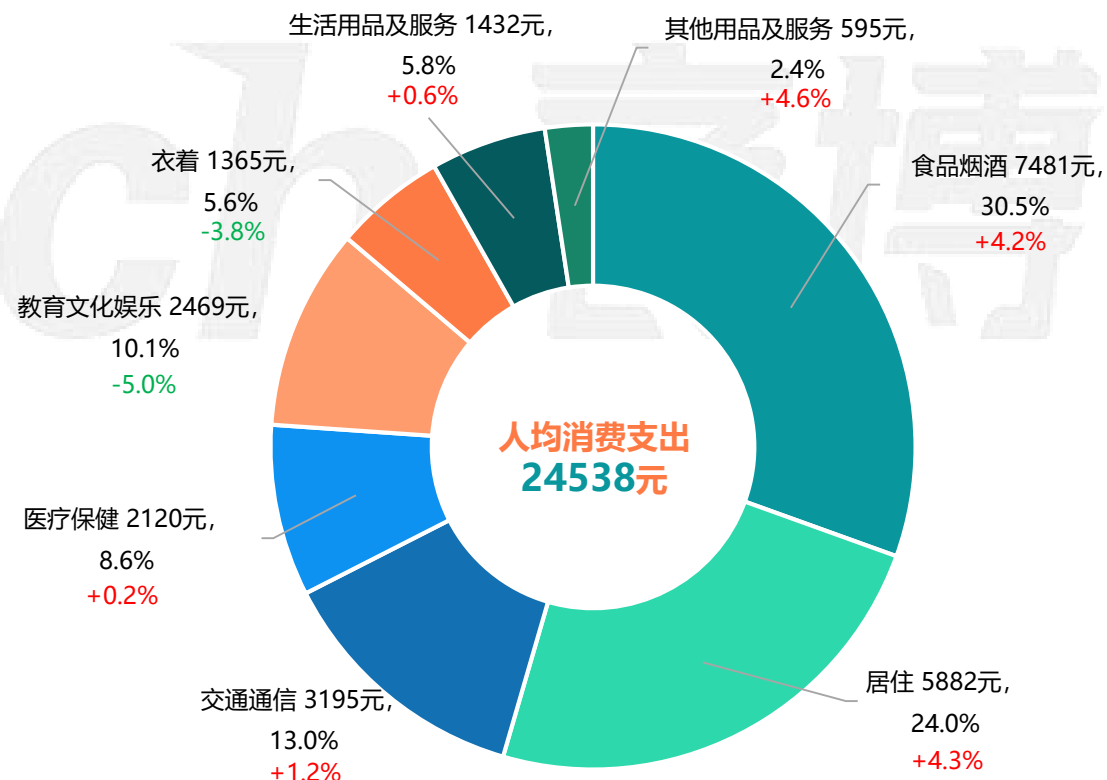
2022年全国及城乡居民人均可支配收入稳步提升，农村居民收入增加明显，实际增速达4.2%；消费支出构成中，食品烟酒、其他用品及服务增长明显，消费需求升级

## 2022年居民人均收入与消费情况

2022年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速



2022年居民人均消费支出及构成



Source: 国家统计局, Mob研究院整理绘制

# 消费升级：文化消费创新需求为产业融合发展提供了新的机遇

消费需求的提升促使文化需求正在发生新的变化，从商品买卖到体验孤品诞生，从单向输出到双向互动，文化消费的融合也促进了文化和旅游产业的组织融合和市场融合



**美食：**  
吃老成都地道传统小吃  
尝地域特色美食餐饮

**休闲：**  
穿汉服街区拍照打卡  
品茗香盖碗儿茶

**文化：**  
体验蜀绣、竹编、银花丝和漆器等国家级非遗文化  
观看赛博国潮剧《花重锦官城》和《苏东坡》文化剧

**旅游：**  
住非遗精品酒店成都院子  
在5A景区文殊院祈福打卡

**商娱：**  
集非遗、汉服、茶饮、美食、酒店、国潮剧场、文创产品、文娱体验等多元业态于一体，全方位满足消费者对于“休闲、娱乐、体验”的消费升级需求

全方位文旅体验



# 科技助力：技术创新不断涌现，文旅产业应用加速落地

人工智能、虚拟现实、增强现实等数字技术的广泛应用，加速了文旅产业在线化、数字化、智能化发展，优化文旅体验提高效率的同时，也重构了文旅商业模式、组织形式和运营模式

## 景区智慧大屏助力运营管理升级

大屏提供景区客流与存量访客监测、客群画像洞察、客源地及人口迁徙特征等展示，提升景区智能管理水平



景区/商圈级客流监测、客源地省份排名、竞品城市分析、存量访客分析、到访客群画像及热力洞察、不同区域酒店价格分布/预订率分布等



景区上报数据  
酒店上报数据  
环境监测数据  
景区消费数据等

洞悉城市、景区到访客群的旅游偏好

智慧可视化大屏  
实现经营监测及预警

API数据接口实现  
数据天级更新





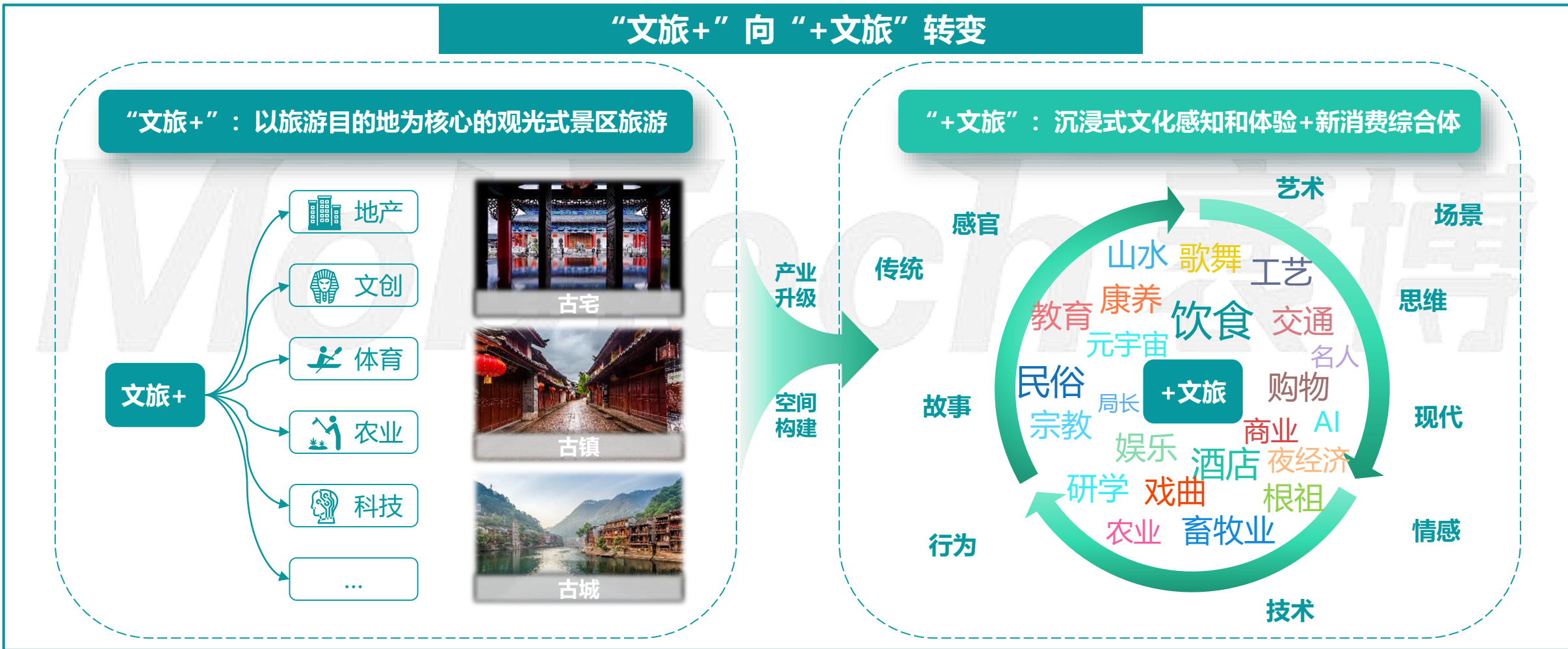
# 产业发展新趋势

---



# 整体趋势：文化、产业和旅游持续融合，“文旅+”向“+文旅”转变

文旅融合边界不断拓展，通过产业升级和空间构建，拉长文旅产业链，营造沉浸式文化感知和体验，打造新消费综合体，不断催生新兴消费业态



Source: Mob研究院整理绘制

# “一秒入唐” 打造爆火沉浸式国潮主题IP融合爆款

整合“吃穿行游购娱商”等产业，打造集“热门剧集IP+沉浸式娱乐+主题餐饮+国潮零售”为一体的组合型新消费综合体

## 长安十二时辰IP主题



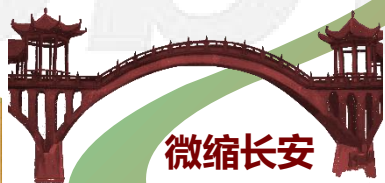
换装推本



唐食嗨吃



唐风雅集



微缩长安



情景演艺



文化盛宴

### 文商旅融合，打造沉浸式文化景区

在整体规划设计中，将**主题景观、演艺内容、商业业态**等进行有机融合，为游客带来“观一场唐风唐艺、听一段唐音唐乐、演一出唐人唐剧、品一口唐食唐味、玩一回唐俗唐趣、购一次唐物唐礼”的沉浸式体验

### 古城文化超级IP，培育产业增长极

通过突破传统的“观看模式”，进入到“**体验模式**”中，突出项目的**体验感、互动性和场景感**，迎合消费升级需求，促进文旅产品业态提质增效



情景演艺沉浸场



微缩长安沉浸场



文化盛宴沉浸场



唐风雅集沉浸场



换装推本沉浸场



唐食嗨玩沉浸场

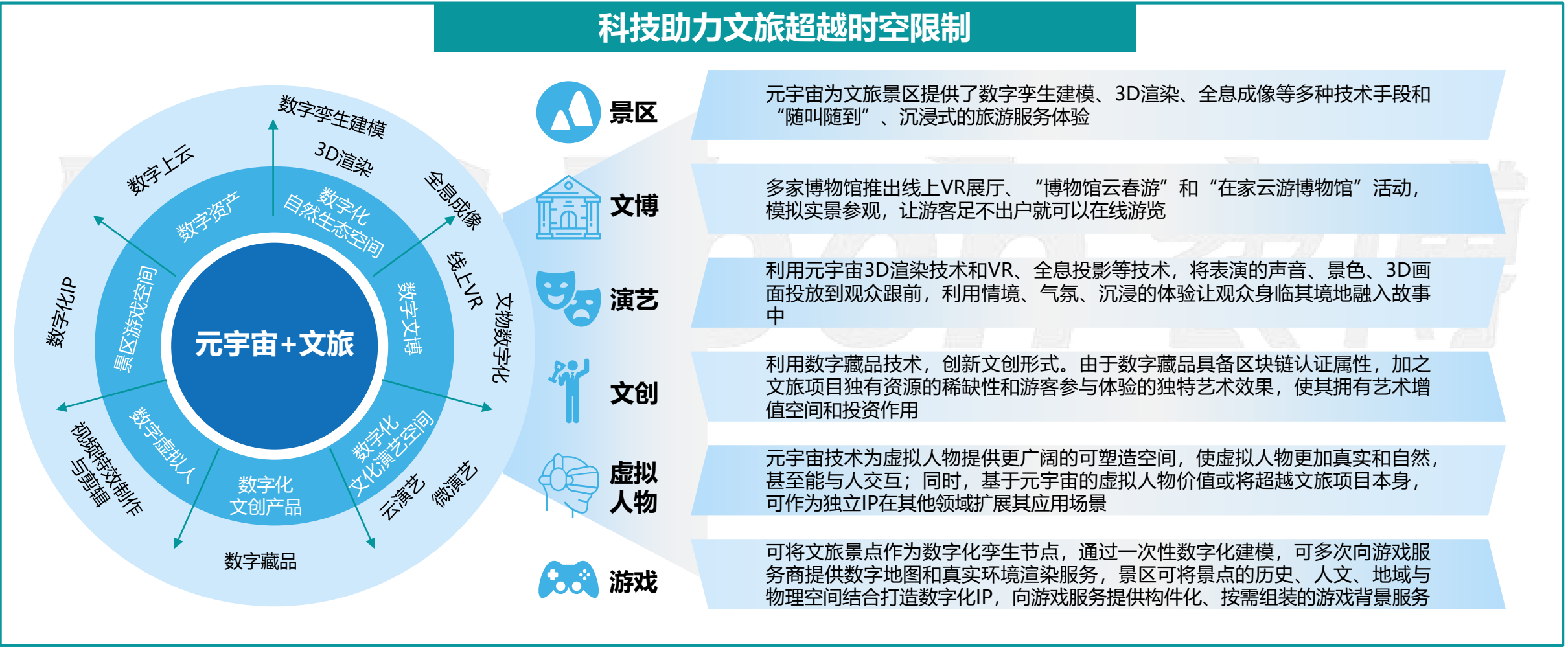




# 元宇宙应用创新数字文旅场景和业态，探索产业创新蓝海

借助元宇宙，文旅产业不断探索数字技术与文旅展示、体验、内容、价值、平台等内容的结合，拓展数字文旅消费新场景、新业态、新产品，提升文旅企业数字生产能力、竞争能力

## 科技助力文旅超越时空限制



Source: 一诺规划, Mob研究院整理绘制





扫码领取完整版报告





# 02

Part two

---

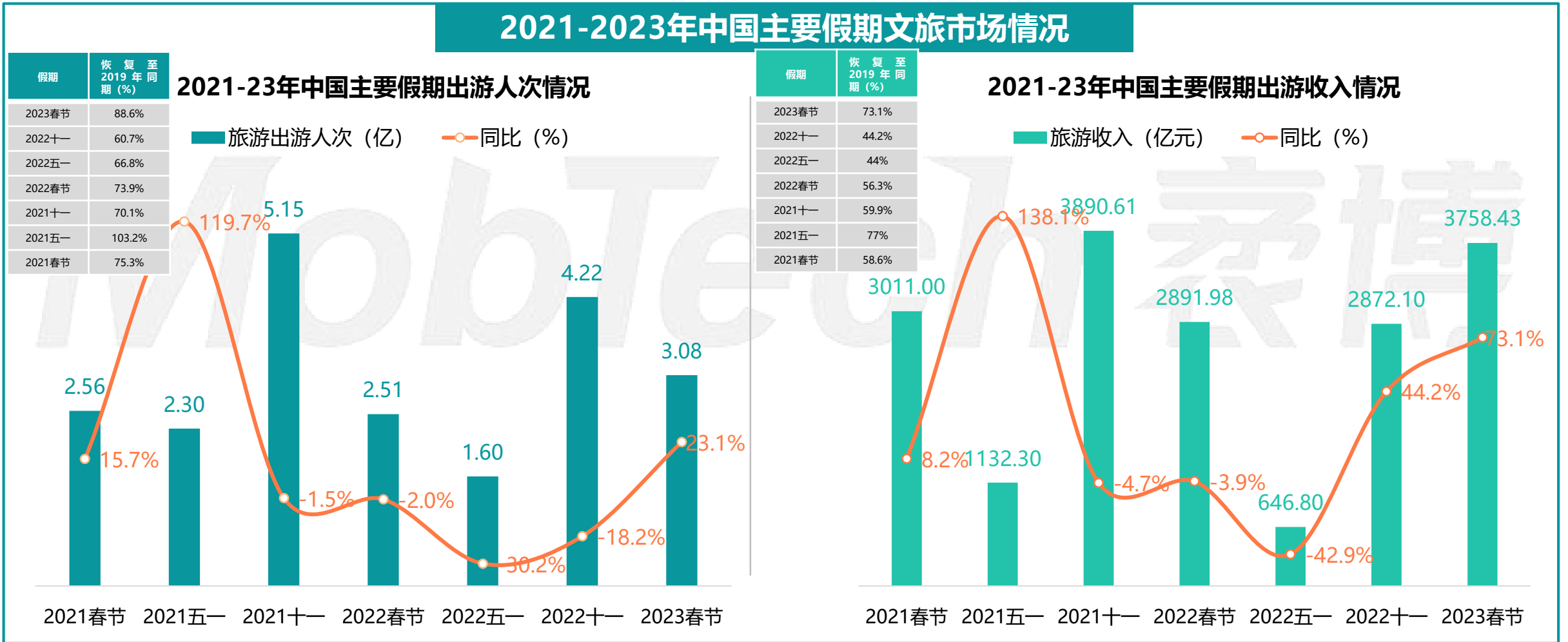
## 消费端：中国文旅产业 消费新气象





# 市场：文旅市场扬眉“兔”气，扛起经济复苏大旗

2023年春节旅游出游人次3.08亿，旅游收入3758.43亿元，分别恢复至2019年同期的88.6%和73.1%，恢复势头强劲



Source: 文旅部, Mob研究院整理绘制

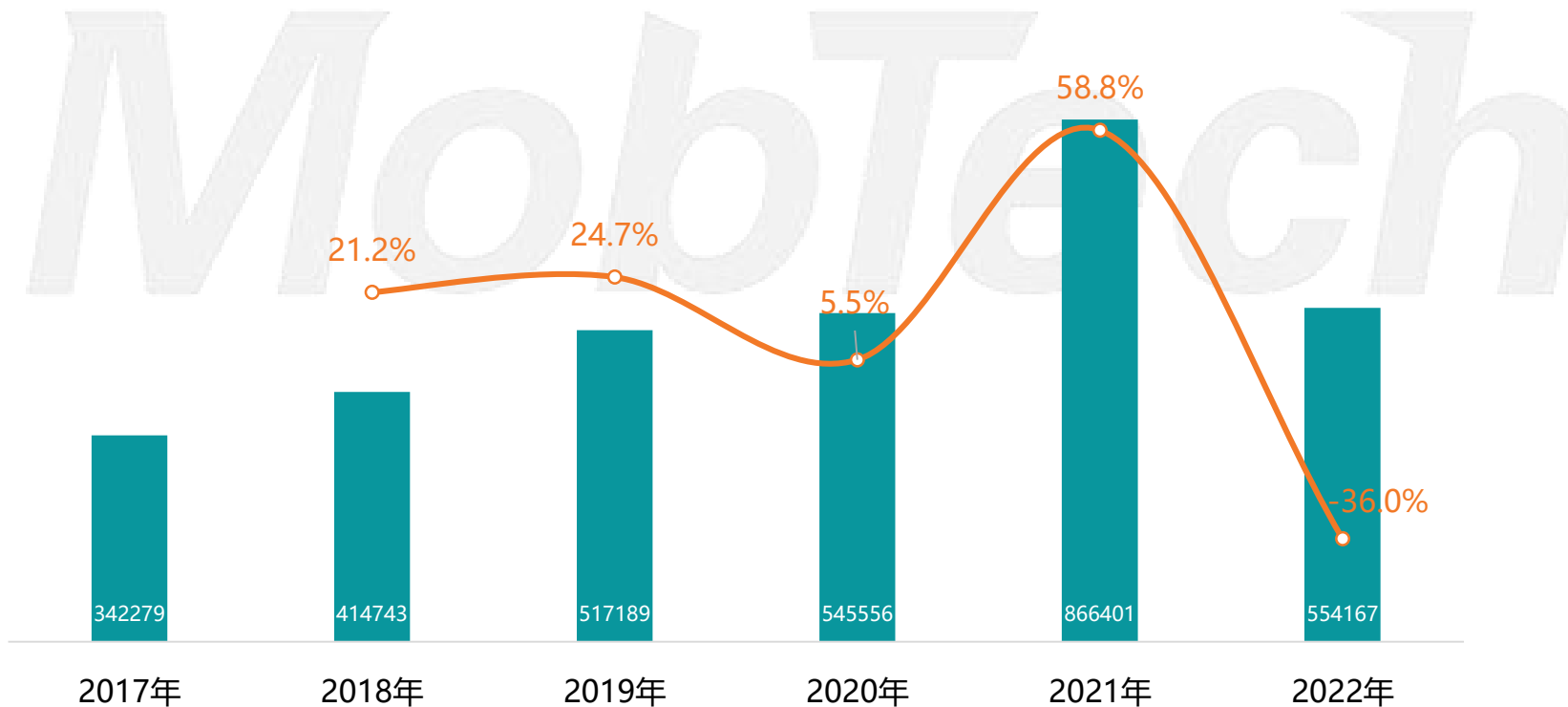
# 企业：随着疫情政策的放开，产业信心全面增长

虽然2022年由于疫情影响，新增企业增长受阻，但过去五年，旅游业相关新增企业呈现整体上升态势，市场活力逐步增强。其中广东、江苏、贵州是名副其实的旅游大省

## 文旅企业新增情况

2017-2022年旅游业相关新增企业

■ 全国年度注册企业 (家)    ○ 增长率 (%)



省份地区	企业数量 (家)
广东省	426084
江苏省	425895
贵州省	357455
山东省	339840
上海市	221423
四川省	213750
河南省	200452
安徽省	200094
北京市	191893
浙江省	180544



# 人群+玩法：新兴人群崛起，更多玩法涌现，产业焕发新活力

新兴人群Z世代崛起，为文旅产业注入更多活力；疫情也让原本发展迅猛的文旅产业慢了下来，使其有充足的时间调整产业布局，对新消费业态的多元化发展起到间接作用

## 新兴人群+多样玩法

### 新兴人群

指逐渐崛起的Z世代人群，特指95后和00后



### 多样玩法

- 亲子游
- 小众游（体验游、疗愈游）
- 周边游、微度假
- 寺庙游
- ...



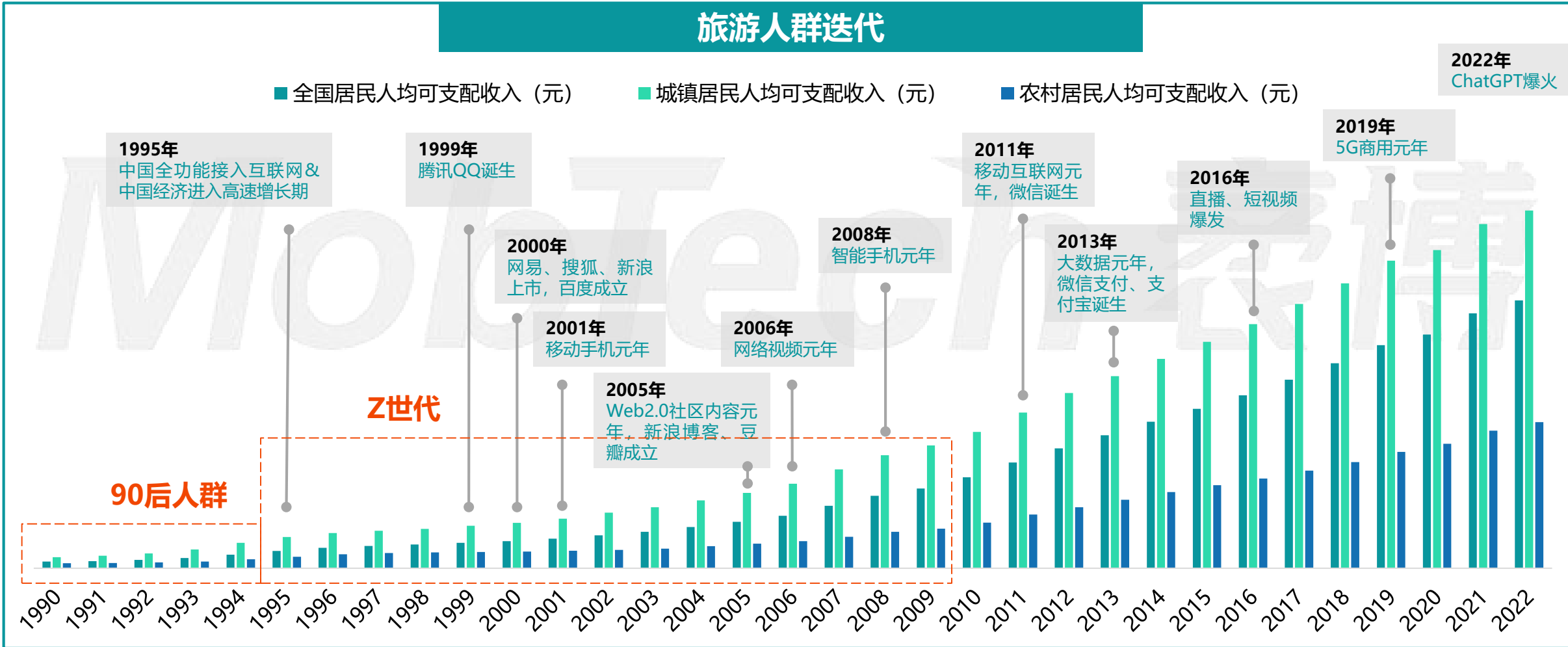
**人群驱动**

---



# Z世代人群崛起，他们是伴随国家繁荣富强的新生一代

Z世代是伴随我国大国崛起的一代，他们享受着国家快速发展带来的福利，民族自信心和认同感高。同时，他们对新兴事物的接受度更高，更愿意体验新的玩法



Source: 国家统计局, Mob研究院整理绘制

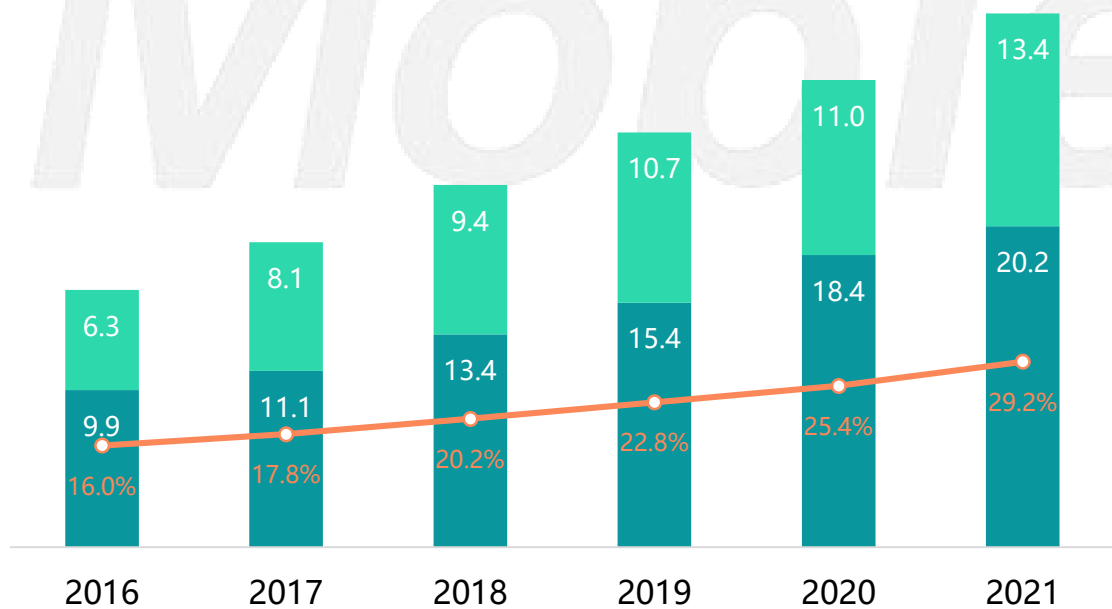
# Z世代旅游意愿强烈，是未来旅游消费主力军

作为网络原住民的Z世代，在我国整体网民中占比近三成，用户总规模达3.4亿。调研显示，八成人群并未受到疫情影响，仍会择机旅行，有近三成人群甚至更想出门旅行了

## Z世代网络活跃用户规模

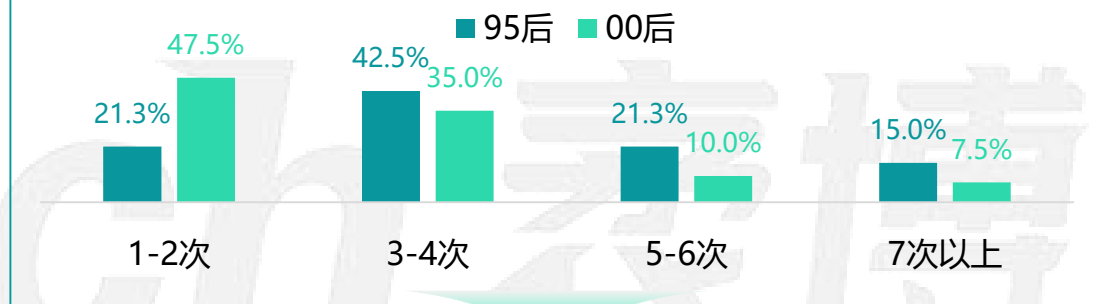
Z世代网络活跃用户规模及占比 (千万, %)

■ 95后 ■ 00后 ○ 占全网活跃用户规模比例

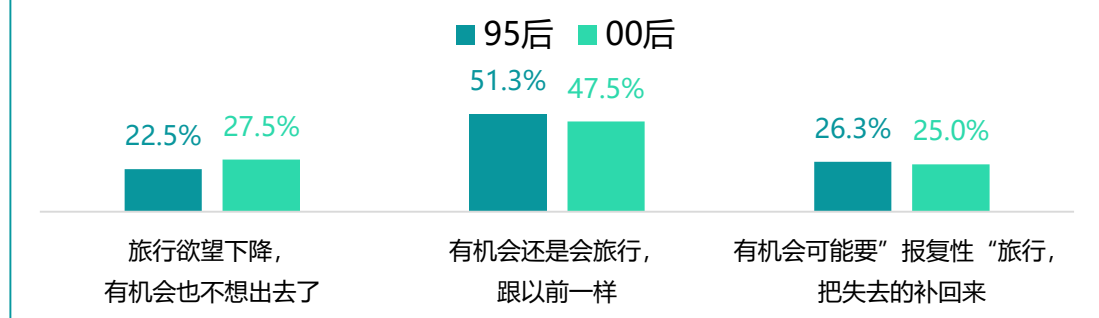


## 疫情前后Z世代旅游心态变化

2019疫情前Z世代受访人群每年出游次数



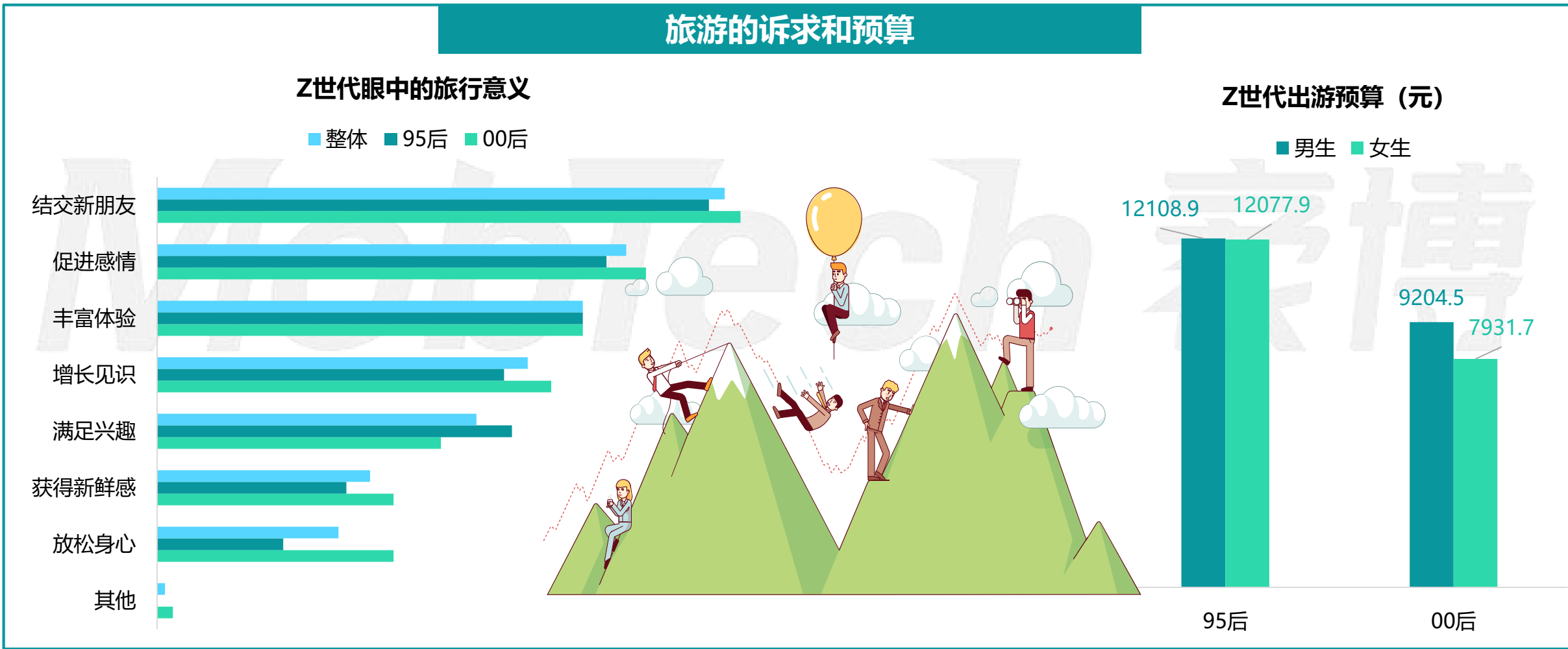
经历疫情之后，受访人群的旅游计划





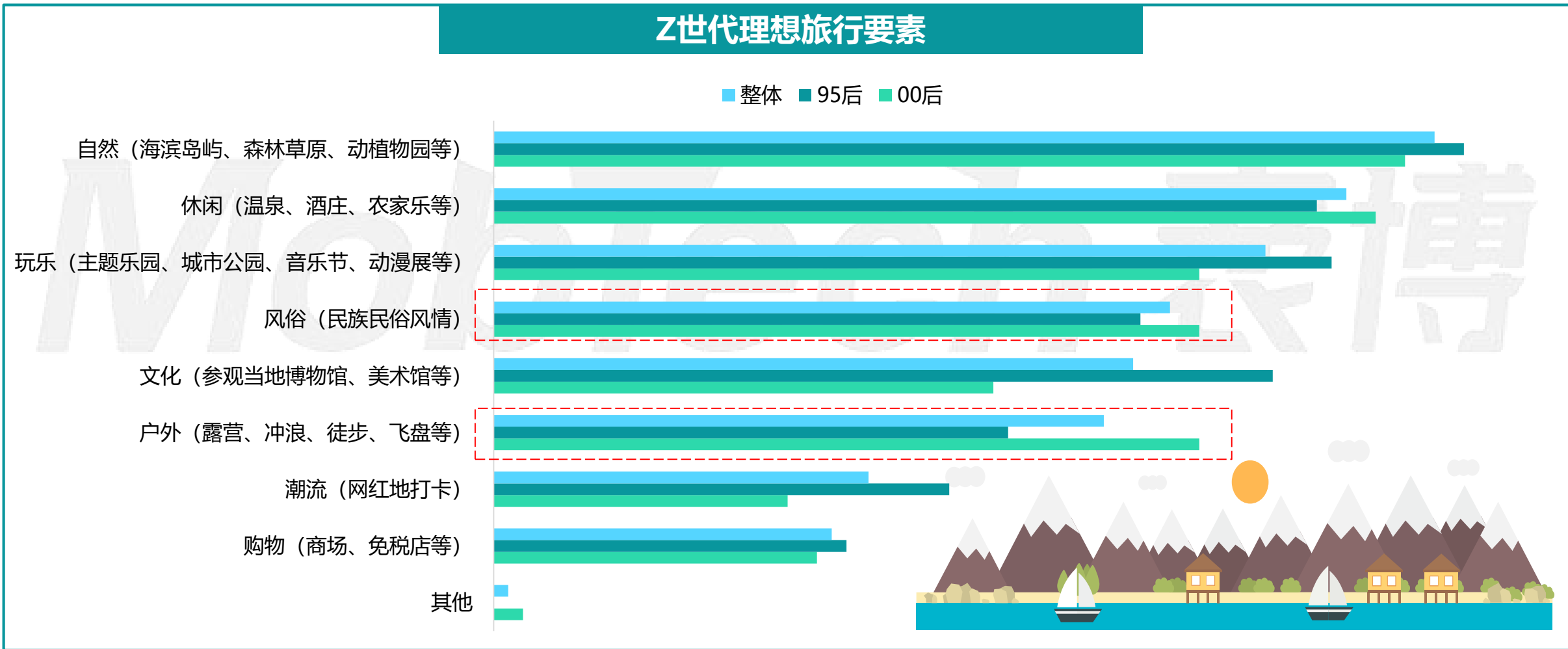
# 旅游的社交属性拉满，95后出游预算过万

对Z世代来说，结交新朋友是旅行最重要的意义。细分来看，00后对旅游的情感诉求比95后更高；Z世代们在旅游预算方面颇为豪气，95后男女均过万，00后财力同样不容小觑



# Z世代更倾向于在自然和人文景观中寻找Peace & Love

综合来看，自然、玩乐、休闲是Z世代人群理想的旅行三要素；而00后对传统风俗及户外运动也表现出浓厚兴趣

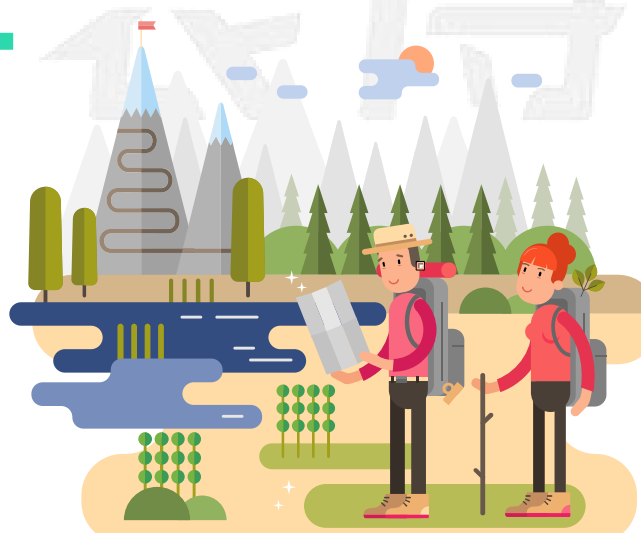
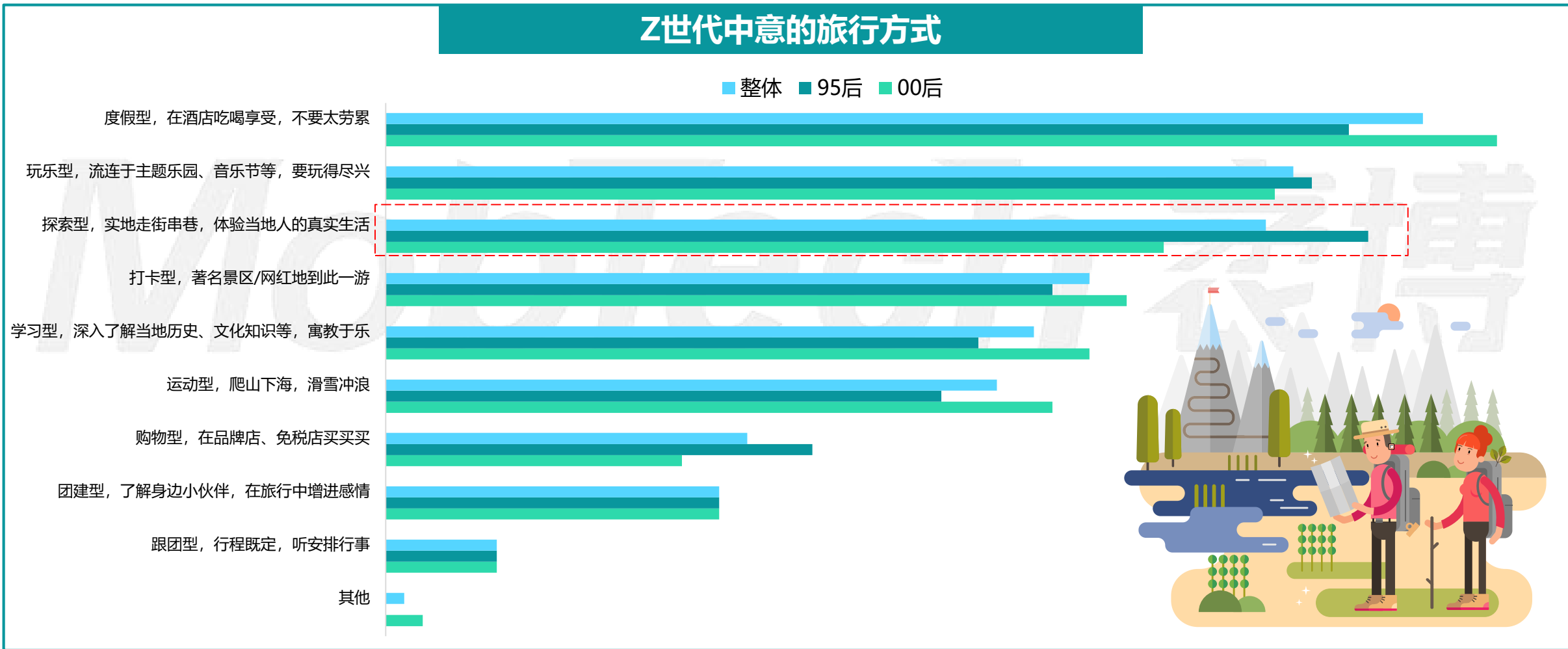


Source: KuRunData库润数据



# 宅酒店吃外卖，Z世代沉迷于“酒店沉浸式度假”

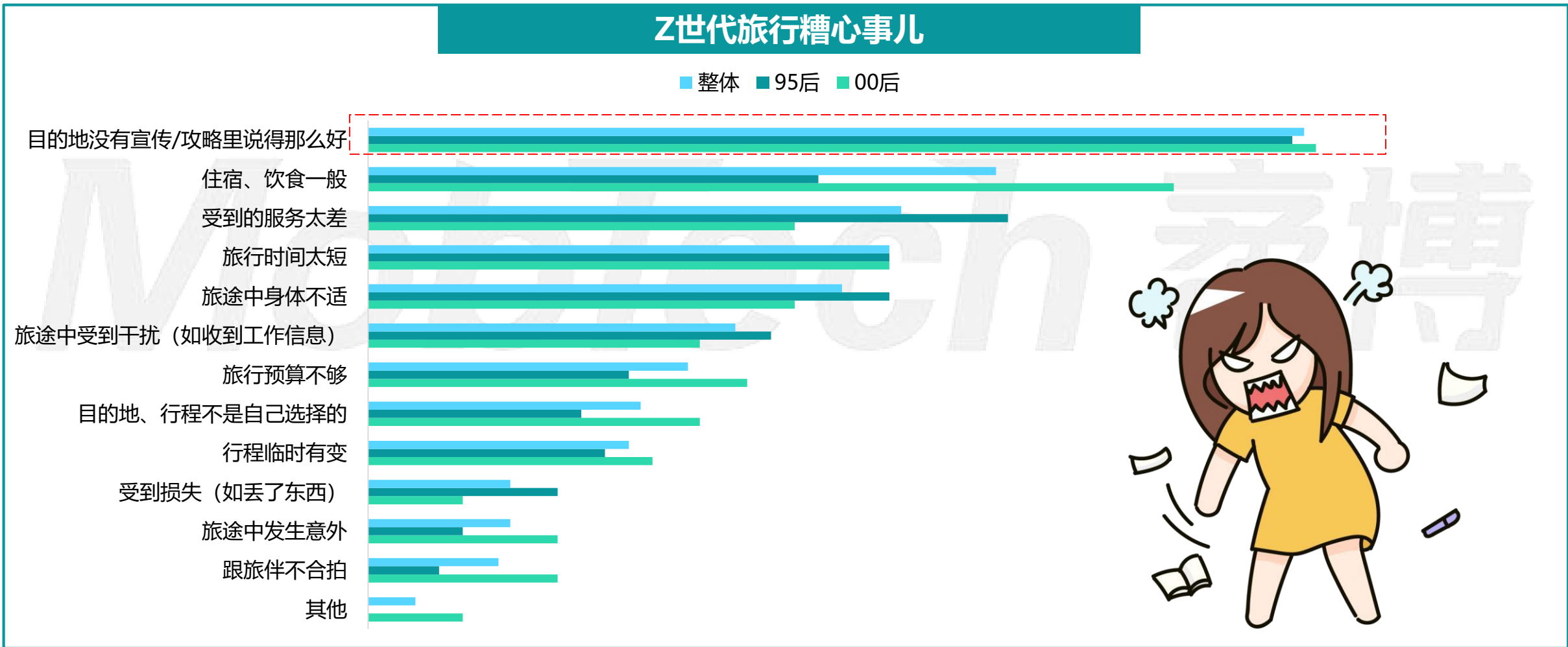
Z世代中，七成人喜欢在酒店吃喝享受，不希望自己的旅程太过劳累；而也有超过半数的人喜欢流连于主题乐园、音乐节等暴走场景；90后对走街串巷，体现当地文化生活颇为偏爱



Source: KuRunData库润数据

# 虚假宣传、吃住与服务不及预期是旅行中最糟心的三件事

遭遇“滤镜景点”是Z世代们公认最糟心的事，旅游避坑需要点亮去伪存真的技能，此外，注重旅游体验的Z世代们对食宿、服务的标准和水平也提出了更高的要求



Source: KuRunData库润数据





**玩法驱动**

---



# 亲子游寓教于乐，与孩子携手在自然景观和历史名胜中穿梭

年轻爸妈更希望通过雨林徒步、接触动植物、逛博物馆和科技馆等方法让孩子们开阔眼界、增长知识；亲子游中女性消费者占比高达79%，将逐步主导市场风向



Source: 马蜂窝《2023旅游大数据系列报告——春节》，Mob研究院整理绘制



# 小众游不再“小众”，冰雪体验、疗愈温泉热度大涨

2023春节吉林长白山、云南腾冲、海南万宁是Top 3的热门“小众目的地”；而在长白山滑雪、在腾冲泡天然温泉疗养等小众、康养玩法正在受到中国消费者的青睐

## 小众游

排名	目的地	城市	省份	区域	排名	目的地	城市	省份	区域
1	长白山		吉林	东北	11	阳朔	桂林	广西	华南
2	腾冲	保山	云南	西南	12	九寨沟	阿坝	四川	西南
3	万宁		海南	华南	13	雪乡	牡丹江	黑龙江	东北
4	延吉	延边	吉林	东北	14	安吉	湖州	浙江	华东
5	芒市	德宏	云南	西南	15	霞浦	宁德	福建	华东
6	顺德	佛山	广东	华南	16	凤凰古城	湘西	湖南	华中
7	西昌	凉山	四川	西南	17	庐山	九江	江西	华东
8	香格里拉	迪庆	云南	西南	18	乌镇	嘉兴	浙江	华东
9	漠河	大兴安岭	黑龙江	东北	19	弥勒	红河	云南	西南
10	陵水		海南	华南	20	西沙群岛	三沙市	海南	华南

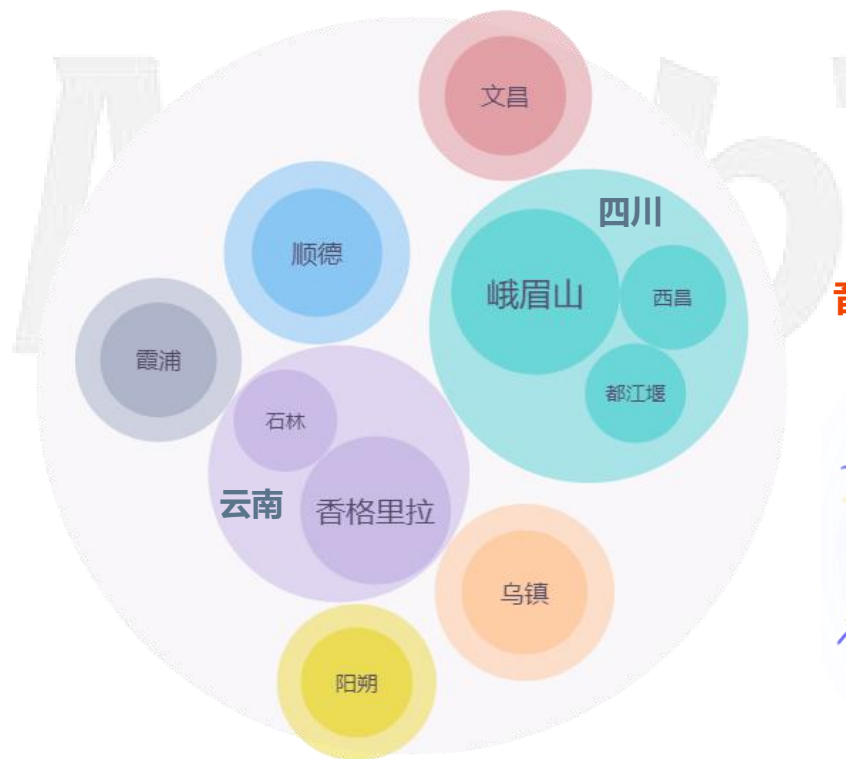


# 周边游、微度假持续火热，年轻人热衷体验传统民俗

四川峨眉山、云南香格里拉、广东顺德、浙江乌镇、海南文昌等为周边游热门城市；特色民俗、创意集市、非遗文化、庙会灯会、祈福等传统体验活动吸引了众多游客

## 周边游、微度假

2023春节假期“周边游”热搜目的地



2023春节假期热度飙升玩乐项目



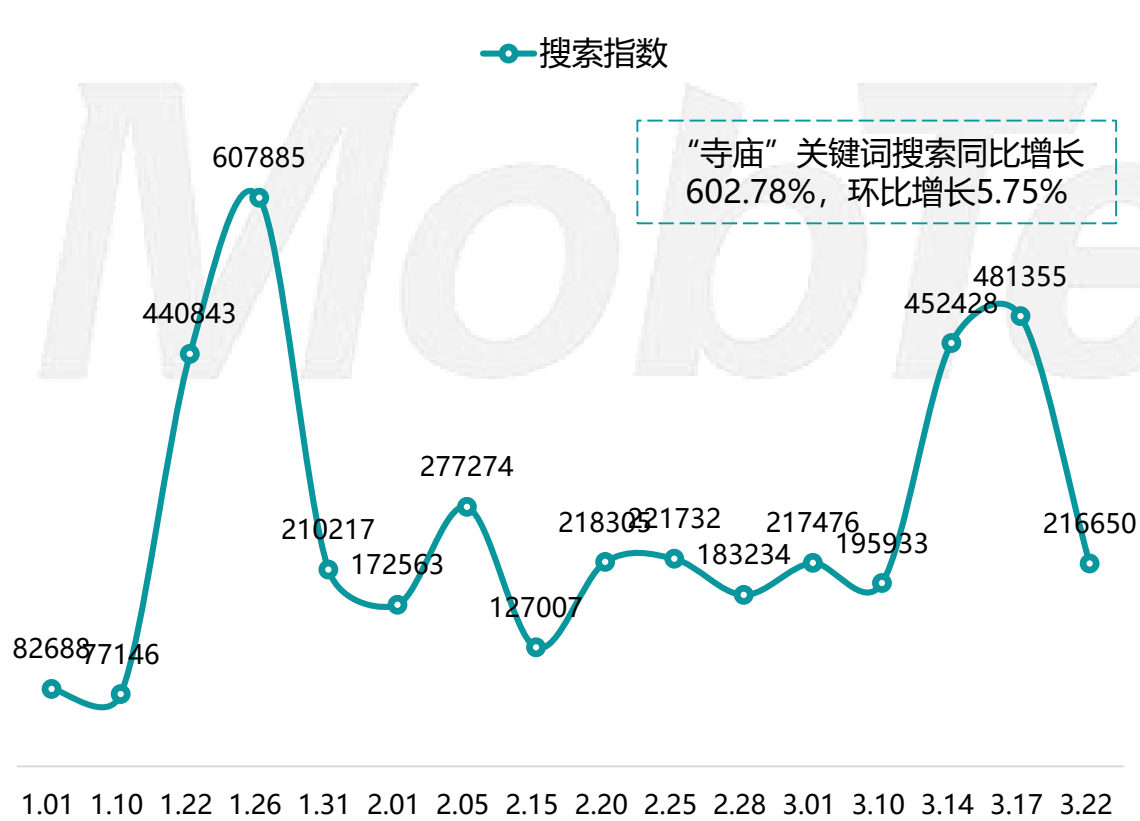


# 寺庙游、禅修营：缓解社会压力，追求内在体验和 spiritual 滋养

数据显示，今年以来寺庙游热度暴涨，相关景区门票订单量同比增长310%，90后、00后占比接近50%。在当下快节奏的社会环境中，放松身心、体验文化、寻求精神滋养受到追捧

## 寺庙游

“寺庙”关键词搜索指数



寺庙人气排行

杭州	灵隐寺	37000
南京	鸡鸣寺	36000
北京	雍和宫	17000
杭州	香积寺	14000
杭州	法喜寺	11000
洛阳	白马寺	7674
苏州	寒山寺	4741
杭州	净慈寺	4258
上海	静安寺	4033



Source: 携程数据, 巨量算数, Mob研究院整理绘制



# 03

Part three

---

## 运营端：中国文旅产业 运营新动向





# 数字化管理：以数字化引领文旅发展方向，构建产业互联网

通过整合AR、VR、大数据、云服务、物联网等技术，解决目的地旅游痛点，优化游客出行体验，帮助文旅项目进行全面数字化提升

## “一机游”实现线上线下全方位智能服务

### 1、数据聚合、大数据基础库分析及物联网应用

汇聚全省涉旅数据，形成全省范围内的涉旅聚合数据库。构建全省及时相应的投诉体系，帮助政府更好地进行省内全域把控；全省政府管理部门及企业提供公共智能物联网平台接入服务，接入停车场、智慧厕所等智能设备来保障旅客更好的消费体验

### 2、数字身份体系

按照三大诚信指标体系：规范指数（政府评价）、品质指数（专业评价）与体验指数（用户评价）；以支付服务、诚信服务、投诉服务等作为基础支撑，以真人身份为核心，根据不同涉旅客户喜好，提供标准用户分析调研

### 3、大数据趋势分析服务

根据人流预警的精确报告，为云南16州市、129区县、A级/非A级景区等多区域涉旅企业提供游客身份数据服务，帮助政府更好地进行全局统筹管理

### 4、全面升级数字消费体系

通过app、微信小程序、微信公众号进入，较传统繁琐排队预约服务相比，“一机游”项目已完成全面升级，一键通达线上线下，为全链路数字消费的落实迈出新的一大步



超**2400万**次  
App下载量\*

超**2亿**次  
提供服务\*

荣获亚太区  
**智慧城市**奖

最佳亚太  
**智慧城市**项目

### 四个首次化

首次以真人身份为核心要素，构建数字化消费体系

首次构建全省“一键响应”投诉体系

首次全面创新移动政务，以“一机游”为契机，里按揭政府与企业，帮助政府实现全域化管理

首次全面创新OMO旅游长尾而数字化服务产业，形成“一中心两平台”功能布局，加快云南省数字化智慧旅游发展脚步

\*数据截至2021年5月

# 商业化运营：文商旅融合，促进“场景革命”风潮加热

随着“网红风”、“滤镜风”热度的减退，个性化场景逐渐被更多的重视和挖掘，将文旅元素融入日常生活打造小而美的社交空间，逐渐成为产业新秀

## 构建附近的生活：新烟火主义

通过将具有烟火气的新式街区统一治理与重构，保留真实生活状态与熟邻关系，沉淀文化底蕴，同时能满足休闲、旅游、商业，以及居住的多元需求。这种过滤了“杂质”的新兴模式被称为“新烟火主义”，成为时下都市文旅中的“流量密码”

### 双塔市集



双塔市集是姑苏区的老菜场之一，经过统一整改重开后，其颜值和功能都得到较大提升。根据双塔市集智慧管理平台数据显示，开业仅半个月其客流量就已超过20万，抖音上“双塔市集”的话题阅读量达到22.5万；在微信、小红书、微博等社交平台上，关于双塔集市的讨论也热度不减

## 艺术融入消费场景：日常生活美学

“日常生活美学”，不仅是一种关乎“审美生活”之学，更是一种追求“美好生活”幸福之道。对于城市居民，如果说城市周边郊区和乡村属于一小时生活圈，那么以艺术主题的文商旅综合体就是“半小时生活圈”的艺术轻度假目的地

### GENTLE MONSTER×成都SKP



GENTLE MONSTER成都SKP店以“GREAT RESET”（巨变初置）为主题，呈现人类于未知混沌中，以原始状态，探寻生命体初创时的超自然演变进程。空间内的建筑结构与艺术装置，逆推本体创造过程，重构物理感知，让来访者们被难以忽视的强大势能包裹

## 社交生活的“新宠”：小红闲

“小红闲”是在有限的空间里，集中注意力于打造“精”和“美”，让小体量的文旅项目也能体释放巨大的能量。这类项目通常具有独特的鲜明主题，并据此进行全面场景设计和布局，通过打造多个口碑产品，满足年轻人喜欢“种草”“拔草”的心理

### M+马利创意园



M+马利创意园的前身是上海美术颜料厂，如今变身为一个吸引许多年轻人前来打卡的微型艺术街区。园区内最具特色的就是由幸福集荟和马利画材首次跨界联合打造的“以色彩主义为概念”的集合体验店——mamāfufú超级百货，得名于幸福集荟的“福”和马利的“马”，旨在把马利的品牌符号和文化价值持续传递给城市和年轻一代



# 生态化发展：多方齐发力，共同打造文旅生态圈

以深化文旅供给侧结构性改革为主线，调整产业布局，持续发展融合业态，丰富完善文旅产品供给体系，释放内需潜力





## 特别鸣谢

本报告在调研和撰写过程中得到了来自文旅、大数据行业和领域的众多优秀企业、专业人士的大力支持，在此感谢各位专家、代表输出的专业观点和建议（排名不分先后）

- ◆ 成都城投安石商业管理有限公司（文殊坊）
- ◆ 马蜂窝旅游网
- ◆ 智旅云

以及以下伙伴的大力支持

- ◆ KuRunData库润数据
- ◆ 天眼查

MobTech 袁博



# 报告说明

## 1.数据来源

本报告数据基于市场公开信息，MobTech自有数据，MobTech研究模型估算以及合作伙伴提供等来源。

## 2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：**2010-2022.10**

具体数据指标请参考各页标注

## 3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。