



日前,国务院印发《城市更新“十五五”规划》,提出精心培育创新生态,培育壮大新兴产业和未来产业,因地制宜发展新质生产力,提升城市产业创新活力;推动消费基础设施改造升级,发展首发经济、银发经济、冰雪经济、低空经济、赛事经济、体验经济等;提升公共空间品质,丰富文旅旅展等融合业态,创新沉浸式体验等多元消费场景。当前,各地开展城市空间焕新、闲置资源活化、夜间经济提质等行动,鼓励以特色场景创新丰富文旅供给。在政策与市场双重驱动下,以场景创造激活文旅新业态,成为拉动文旅消费、优化产业结构、提升城市文旅竞争力的重要抓手。

城市更新以场景创造激活文旅新业态

本报记者 连晓芳 文/图



6月4日,中国旅游协会举办“城市品牌与年轻力重塑”学术分享会。聚焦“年轻力”与城市品牌的深度关联,业界人士就消费升级与社交传播变革背景下如何让城市从传统观光途经地转变为沉浸式生活目的地展开探讨,并围绕深耕体验式消费、挖掘旅游情绪价值、打造特色场景IP、塑造城市文旅品牌等方面切磋交流。

城市本身就是核心旅游吸引物

随着大众旅游常态化、个性化、品质化趋势凸显,单一观光型文旅模式已难以满足市场需求。

纵观当下热门旅游城市,大多是精准打造独特人格标签:成都突显安逸的生活,泉州展现“活着”的世界遗产古城,哈尔滨强化季节仪

式感,厦门则靠“高颜值的海滨花园+文艺慢生活+精致的宜居感”出圈。“当一个城市的文化性格被提炼成可漫步、可消费、可拍照分享的场景时,城市本身就取代了单一的景区,成为旅游目的地。”时代文旅董事长、文旅战略营销专家熊晓杰说。

熊晓杰表示,如今,城市观光消费正全面转向沉浸式生活体验。在他看来,“万物皆可文旅、文旅赋能万物”已成行业趋势。城市管理者需以文旅运营思维,通过年轻化内容、高效传播布局、清晰定位,将城市打造成兼具体验感、消费力、传播性的核心文旅产品。

当年轻人与优质IP相遇

作为北京对外开放的重要航

空门户,大兴国际机场持续迭代商业服务形态,不断适配新时代旅客的消费需求。相较于城市核心商圈沉浸式大型体验门店,落地大兴机场的MINISO GO结合航空出行碎片化、高效率的场景特性,创新打造适配交通枢纽的轻体验模式。门店聚焦年轻群体的审美偏好与消费习惯,通过潮流化空间布景、沉浸式氛围打造、轻量化打卡场景,重构候机休闲体验,填补了年轻旅客候机期间的休闲消费空白。

依托品牌成熟的IP运营体系,该门店将潮流文化与公共出行场景深度融合,主打年轻化、潮流化文创周边与生活美学产品,精准贴合当下年轻人追求时尚、注重体验、乐于分享的消费特质。同时,

门店延续平价普惠的消费定位,打破人们对交通枢纽消费溢价的认知,打造亲民、时尚、多元的公共商业空间。

实践印证,文旅产业正实现从“门票经济”到“兴趣消费”、从“流量思维”到“IP思维”的范式转型。名创优品集团全球副总裁兼首席渠道发展官寇维宣认为,未来文旅竞争的核心,是内容创造力、IP运营力与情绪价值供给力。“文旅场景将成为年轻人与优质IP相遇的空间,要依托IP实现线下实体破圈。”

博物馆成为承载情绪价值的载体

近年来,沉浸式文博新业态持

续走红,以年轻态、场景化、互动式为特色的新型博物馆,正在突破传统文博展馆的单一陈列模式,成为当下城市文化生活中承载大众情绪价值的最佳载体之一。

作为国内连锁文博艺术平台之一,遇见博物馆摒弃枯燥的知识输出,以场景沉浸、氛围营造和情感共鸣为核心,适配当代年轻人解压治愈、探索求知、审美打卡的多元精神需求,让文博空间从单一的科普场所,转变为治愈情绪、滋养心灵的城市公共文化空间。以遇见博物馆2024年推出的恐龙化石主题特展为例,展览以远古地球生态为核心,通过完整化石陈列、复原场景和沉浸式叙事,收获探索自然的治愈感。

遇见博物馆创始人、北京中创文旅文化产业集团董事长秋童观察到,如今的年轻人偏爱互动性强、氛围热烈的体验。如何将博物馆打造成更有温度的“情感目的地”?秋童认为,需实现三重升级:一是空间重塑,打破物理边界,构建“无边界博物馆”,使之成为有情绪的城市地标;二是角色转化,让观众从被动观赏者变为主动参与者,通过互动与社交拉近情感距离;三是体验重构,以极简技术快速触发情感共鸣,传递情绪价值。

实践证明,以城市更新焕新空间,以特色场景激活业态,以文化体验凝聚人气,方能释放发展动能,这也是城市文旅高质量发展的关键所在。

案例一



赛龙舟选手雨中奋力挥桨。北京市昌平区委宣传部供图

6月5日,2026北京国际文旅消费博览会如约启幕。展馆内,宇树和灵犀机器人踏着节奏起舞,科大讯飞智能翻译眼镜让“边看边译”成为现实,AI改装机器人可瞬间切换服饰造型……前沿科技与文旅场景深度交融,铺展开城市更新浪潮下文旅新业态蓬勃发展的生动画卷。

场景创造的活力,首先在传统文脉的当代焕新中绽放。6月6日,2026年“行走大运河”——中国辉煌足迹大运河龙舟系列活动主会场在北京昌平十三陵水库举办。来自俄罗斯、新加坡等国的专业龙舟队伍与来自国内高校、企事业单位的业余选手同场竞技,雨中奋力挥桨的身影令现场观众动容。

赛事期间,同步开启的“运河喜事”展销大运河沿线八省市文创、非遗与名优特产,将体育赛事、传统文化与文旅消费串联。“北京是京杭大运河北起点,昌平又是唯一同时涵盖大运河、长城、西山永定河三大文化带的区域。”赛事主办方相关负责人说,国家级龙舟赛事落户昌平,就是要让千年文脉在激昂的鼓点与桨声中焕发新的光彩。

场景创造的活力,也体现在潮流演艺与城市空间的碰撞中。5月23日,2026微博大眼音乐节在昌平·千帆音乐广场热力开唱。这座首次亮相的千帆音乐公园占地约7050亩,具备“即搭即演、平急两用”的独特优势,是一个融合专业演艺、生态休闲、数字体验与商业

配套的复合型文化空间。音乐节创新推出“一票玩转昌平”惠民活动——凭门票根即可享受商圈购物、特色餐饮等专属优惠。“没想到一张票根还能在万达广场吃饭打折、在温泉酒店享受优惠。”来自河北的乐迷王先生兴奋地说。舞台之外,市集烟火气升腾,美食摊位前排起长队,潮玩手作摊位前年轻人驻足。依托音乐节流量,昌平同步推出山水生态打卡路线,桃峪口水库、西峪村橡树林等网红景点与音乐会现场联动,解锁了“白天逛山水、夜晚听音乐”的全新出游方式。

场景创造的活动,更悄然渗透到城市微空间的业态重构中。在京西檀谷,DEFACTTO其实唱片近日启幕。这个从一辆三轮车摆摊起步、走过10年历程的独立音乐厂牌,如今以三层复合空间为载体,将爵士现场、黑胶唱片、精品咖啡、商业道具展厅和快闪街区巧妙融合。在这里,不同业态并非简单堆叠,而是互为内容、相互引流。在品牌创始人吴艺明看来,这种“音乐厂牌+生活方式+商业模块”的融合新样本,正是城市更新从“物理空间改造”迈向“业态价值重构”的生动写照。

北京以城市更新为契机,持续探索文旅旅展深度融合的新路径。当城市空间成为可参与、可体验、可消费的场景载体,文旅新业态便有了生生不息的活力。这也是北京建设全国文化中心和国际消费中心城市

案例二



游客在凯里苗侗风情园体验非遗蜡染。吴佳蓉 摄

夜幕降临,黔东南苗族侗族自治州凯里市凯旋奥特莱斯广场上,歌声忽然响起。没有舞台,没有围栏,歌手就站在人群中间,吉他弦一拨,周围遛弯的老人、抱着孩子的年轻父母、刚下班的白领,就不约而同停下脚步,慢慢聚拢过来。这是“窝窝头”城市音乐会的寻常一夜,也是凯里这座城市夜晚最生动的一刻。

几年前,这片广场远没有如今的热闹。变化始于凯里市深入实施“强州府”战略,推进“产城融合、文旅互动”,通过城市更新与夜间经济提质,让闲置资源释放活力,为市民、游客创造多元体验价值。

同样的变化,也发生在那些被遗忘的角落。苗侗风情园里的“绣里淘”非遗集市,曾经巷道狭窄、摊位杂乱,游客走进会常常一头雾水。经过系统改造,三期区域被整体整合,巷道拓宽了,布局规范了,700多户商户在这里安家,非遗手作体验与特色美食穿插其中,游客在此不仅能购买刺绣、银饰、蜡染等非遗工艺品,还能体验苗绣、银饰锻造,品尝地道美食。静态的非遗资源,变成了

动态的消费热点,更成为可触摸、可带走的记忆。

夜晚,这种“体验”被进一步放大。凯里构建起“商圈引领、街区支撑、多点开花”的发展格局,将“夜食、夜游、夜购、夜娱”深度融合。爱琴海回声酒巷的民谣与微醺氛围、未来城后各箱市集的潮流活力、中博市集和永乐路的市井烟火,以及小高山后备箱市集的山野趣味,共同构成了层次丰富的夜间消费场景,精准匹配年轻客群的休闲和社交需求。

“非遗+夜游”场景则让凯里的夜色更具文化韵味。每周五到周日晚,苗侗风情园变身露天T台——贵州“村T”在这里上演。没有专业模特,绣娘、银匠、扛稻谷的农人、跳芦笙舞的孩子,穿着民族服饰走上“T台”自信展示。同时,凯里将“村T”与凯里老街、下司古镇等景点串联,形成“T台引流、集市变现”的闭环,让游客在夜色中沉浸式体验苗侗风情,也让非遗成为拉动消费的新引擎。

凯里市坚持“存量盘活”与“增量提质”并举,通过顶层设计引领城市更新行动,让老旧商圈、闲置街巷成了城市更新的“活力源泉”,不仅改变了城市面貌,更改变了市民的生活方式,让人们在多元消费场景中获得了更多的体验感与幸福感。

当国贸商场里的孩子在游乐区笑出声来,当“窝窝头”音乐会上的陌生人因为同一首歌而相视一笑,当游客在老街的夜色中举起手机拍照不肯放下,这座城市就多了一份让人留下来的理由。

案例三



石河子市民在八糖街区沐彬非遗工坊体验纺织技艺。

“这是我自己动手设计、运用非遗扎染技艺制作的,这种体验真是太好了。”新疆石河子市民马庆梅在八一糖厂文创街区(简称“八糖街区”)沐彬非遗工坊制作了一件短袖上衣后说。

6月5日,记者走进石河子市原八一糖厂的老厂区发现,这里的多栋老旧库房被重新装修设计,变成了一间间外部老旧、内部装饰一新的文创体验店、非遗工坊、旅拍店、特色餐饮店,形成了一条市民可体验文创、感受非遗、品味美食、休闲散步的特色街区。

记者来到八糖街区西区的沐彬非遗工坊,看到厂房内部墙壁已改造成挂壁式货架,室内按货物分类摆放了多个柜台。该工坊汇集了纸鸢制作、活字印刷、灯彩组装、土法制陶、刺绣纺织等20余项非遗体验项目及产品。该工坊投资方石河子市沐彬文化艺术有限公司负责人王士宁告诉记者,工坊自今年5月下旬建成以来,在刚刚过去的古尔邦节,平均每天接待顾客100人次左右。“我们正和石河子市文化产业协会及多所学校对接,目前已有30多位非遗专业教师、民间艺人加入,希望工坊能吸引更多游客和中小學生来参观体验。”王士宁说。

入驻八糖街区的小蛇摄影文化体验店是一家推出咖啡及旅拍业务的门店,自5月开门以来,吸引了不少游客购买旅拍。该店工作人员巴哈尔古丽·吐逊托合提说:“整个街区拥有岁月的沧桑感,我们作为一家以摄影为主业的店面,希望为顾客带来更特别的体验。”

石河子市文化旅游投资集团有限公司副总经理华明伟说,八一糖厂始建于上世纪50年代末,2000年左右停产。目前街区经改造增添了文创、非遗等元素。截至5月底,八糖街区累计接待游客近30万人次。

新疆生产建设兵团第八师石河子市文化广播电视和旅游局负责人说,八一糖厂老旧厂房改造项目自2024年6月实施以来,紧扣师市“文旅兴师”“工业遗产活化利用”“全域旅游发展”导向,以“甜蜜、青春、故事”为主题,保留21处兵团级工业遗迹,打造集历史印迹、文旅融合于一体的城市空间。根据规划,八糖街区未来还将建设“八糖”历史博物馆、非遗展览馆等项目,通过文化赋能让街区“火”起来。

文化赋能让八糖街区『火』起来

本报实习记者 王思超 文/图

场景创造,首都文旅的更新之道

本报记者 高婷