

老城区长出新经济

——城市更新为文旅发展提供新空间

本报记者 于 帆

国务院日前印发《城市更新“十五五”规划》(简称《规划》),明确“十五五”期间实施1500个老旧小区厂区改造提升,并开展历史文化名城、街区保护提升工程。《规划》将“促进城市文化繁荣发展”列为六大重点任务之一,并在老旧小区厂区改造提升重大工程中明确,老旧小区要“丰富文旅体展等融合业态,创新沉浸式体验等多元消费场景”,老旧厂区要“加强工业遗产保护利用,盘活利用闲置低效厂区、厂房和设施,植入新业态新动能”。

《规划》确定的一系列部署,正在为文旅产业高质量发展打开新的增量空间。在业界看来,城市更新将不再局限于物理空间的拆与建,而是将工业遗存、历史街巷这些承载着城市记忆与文化基因的存量资源,变成孵化文旅融合新场景的丰厚土壤。通过微改造与适应性再利用,原本沉寂的老厂房、老街区不断催生出沉浸式演艺、非遗研学、特色文创等新场景,让“以文化赋能城市发展”有了具体落脚点。

在国务院政策例行吹风会上,住建部建筑节能与科技司司长陈少鹏在回答本报记者提问时表示,将在城市更新全过程加强历史文化遗产保护,坚持“保护第一、应保尽保、以用促保”“利用是最好的保护”。陈少鹏指出,“‘十五五’期间将活化利用不可移动文物、历史建筑、工业遗产、历史文化街区等,引入新业态新动能,以文化赋能城市发展。”他以北京首钢园为例谈道,首钢园在更新改造中完整保留了高炉、筒仓、老钢架等工业遗存,融合运动体验、文化消费、展览展示等业态,赋予了工业遗存新的生命力。

首钢老工业区(北区)入选住建部城市更新典型案例。除了保留工业风貌,首钢北区推动“体育+”产业及相关配套服务业发展,通过国际重大赛事和“首店”“首发”“首秀”活动的举办,全面提升老工业区转型城市综合服务商所必须具备的综合服务能力。江西景德镇陶溪川文创街区依托宇宙瓷厂等老厂房更新改造,保留老窑炉、老车间肌理,引入陶瓷文创、手作体验与周末市集,年接待游客数百万人次,成为工业遗产活化的标杆。

历史街区的微更新则为文旅注

入了原生内容。入选住建部第二批典型案例的江西永新古城保护更新项目,采取“微更新”方式修缮文物建筑与传统街巷,植入非遗展演与古城夜游,让原住民留在街区内延续生活场景。湖北武汉昙华林历史文化街区则被列入住建部《历史文化街区保护利用可复制经验做法清单(第一批)》,通过将百年老建筑活化为街头博物馆,串联历史名人故居路线与人文艺术体验路线,使文旅消费自然生长在真实的生活场景中。

这些实践共同证明:城市更新提供的不仅是物理空间,还自带文化IP的内容土壤。这些基于真实历史的独特底蕴,是新建仿古街区难以模仿的。

《规划》不仅要求在老旧街区、厂区改造中植入文旅体展等融合业态,也为新业态的落地扫清了制度障碍。

针对更新改造中引入文旅等经营性业态普遍关注的用地问题,自然资源部明确提出,老厂房、老街区可按正面清单要求兼容科创、便民商业等多元业态,打破单一用地性质限制;老旧厂房、闲置楼宇转型文创、养老等产业的,五年过渡期内原用地主体可暂不变更用地性质、无需补缴土地价款,待过渡期满后再完善用地手续。这一政策安排,有助于缓解文旅微改造项目前期资金压力。

在资金保障方面,“十五五”期间中央财政将对50个重点城市更新试点城市给予定额补助。今年,中央财政已安排中央预算内投资城市更新专项资金970亿元,并在“两重”建设中安排超长期特别国债1600亿元支持地下管网等建设,统筹支持老旧街区厂区改造提升等发展类工程。

中国城市规划设计研究院副总规划师张广汉在接受采访时表示,城



日前,位于天津市西青区中北镇的天津色织厂旅游休闲街区开始对外运营。该街区占地面积约4.5万平方米,由闲置多年的老旧厂房经过整体提升改造而成。老旧厂房实现华丽蝶变,既保留了城市工业记忆,又丰富了市民休闲生活,进一步激活区域文旅消费活力。

图为游人在天津色织厂旅游休闲街区游玩。 新华社记者 李 然 摄

市更新不仅是物理空间的改造升级,更是文化记忆的延续与重生。《规划》强调开展历史文化名城、街区保护提升工程,通过微改造、精提升,活化历史建筑功能,植入非物质文化遗产展示、社区文化、特色商业、公共服务等业态,让历史空间重焕生机,带动老城片区复兴,为城市高质量发展注入文化动力。

《规划》明确,“十五五”期间将新认定历史文化街区100片以上,新确定历史建筑1万处以上,实施一批名城历史城区和300片历史文化街区修

缮提升。这为依托历史街区、工业遗存开发沉浸式演艺、非遗研学、主题民宿等文旅项目拓展了空间。

随着《规划》落地实施,城市更新逐步摆脱单纯的基础设施建设思维,更加重视长效内容与持续运营在更新全过程中的作用。对文旅行业而言,这是继景区提升、乡村旅游之后的又一重要增量机会——每座城市独有的老厂房、老街巷和老味道,将在更新中成为独特的文旅品牌,让老建筑讲出新故事,让老城区长出新经济。

从“走马观花”到“像中国人一样生活”

本报记者 高 婷

初夏的北京,在胡同深处,外国游客学着用中文点一碗豆汁儿;在首钢园的科技展厅,无人驾驶汽车载着外国旅行商体验新科技……当“像中国人一样生活”成为全球新风尚,北京这座千年古都正以自信从容的姿态,向世界发出一张兼具烟火气与科技感的新名片。

6月1日至6日,由北京市文化和旅游局、文化和旅游部国际交流与合作局共同主办的2026北京入境旅游发展大会在京举行。来自40多个国家和地区的300余位海外旅行商齐聚北京,共同见证北京入境旅游从“观光打卡”向“深度体验”的深刻转型。

十大体验场景 让海外旅行商读懂北京

“这太震撼了!”在慕田峪长城,

来自西班牙的旅行商爱德华多·皮内达借助智能外骨骼设备轻松登顶后惊叹不已,“戴着这个设备让我觉得非常方便,攀登更轻松了。”这正是本次大会发布的“北京新发现·十大入境体验新场景”之一。

针对入境游市场愈发凸显的“年轻化、深度游、重体验”需求,大会将“像中国人一样生活”作为核心理念,推出了十大入境体验新场景。从胡同深处的市井烟火,到首钢园的科技潮玩;从古北水镇的江南韵味,到怀柔民俗的悠闲自得——东方美学、市井烟火、都市潮玩、科技智造在这里深度融合。来自沙特的旅行商海萨姆·埃巴迪感叹:“这座城市非常多元化,一定要来北京,体验这里深厚的文化底蕴。”

为进一步拉动入境消费,大会首次跨界联动综客、猫途鹰等海外头部OTA平台,推出北京入境游“必买

榜”“必吃榜”。这份经全球大数据筛选与百位中外文旅专家评估的“保姆级”消费指南,正推动海外游客从单一的“游中国”向沉浸式的“购中国、品中国”转变。

入境游市场走向“质量增长”

在北京神州国际旅行社入境中心负责人张靖看来,入境游市场正迎来又一个春天。“团队游保持稳定,且散客化趋势越来越明显,所以我们做了一些碎片化的产品,想把各个国家的散客收拢在一起,进行拼团。”张靖说。

北京市文化和旅游局对外交流与合作处副处长王金潇透露,今年1月至5月,北京市共接待入境游客266.7万人次,同比增长35.3%;实现旅游花费36.4亿美元,同比增长42.4%。值得关注的是,入境游人均

花费同比增长5%,市场正从“流量增长”向“质量增长”转变。

这份成绩单的背后,是北京持续优化的政策环境与精准的市场对接。此次大会创新推出“线上预对接+线下深洽谈”双线联动模式,会前线上完成3000余组客商精准配对,线下组织150家北京优质文旅企业与海外客商面对面洽谈。大会还向14家海外旅行商及OTA平台授予“北京旅游全球战略合作伙伴”证书,至此,这一合作伙伴网络已拓展至110家。来自意大利的旅行商在洽谈现场说:“这里有太多新机会、新景点可以提供给市场。”

入境之旅更加“丝滑”

从机场通关到景区支付,从语言服务到消费体验,北京正在入境旅游的全链条上精准发力。

北京边检总站边防检查处副处长刘琰向记者介绍,自2025年11月实施外国人入境卡网上填报政策以来,北京口岸超97%的入境外国人选择网上填报,“填报系统支持10余个语种,操作简单,大大缩短了候检时间,入境通关更加丝滑。”刘琰说。

在消费端,智能终端正成为提升服务的有力工具。中国数字文化集团商务经理包敏向记者展示了一款专为外国游客设计的自助服务终端:“上面的每个文创产品都有二维码,附带价格和详情介绍,让外国人更好地了解文化背后的故事。更关键的是,这些终端支持维萨卡、万事达卡、银联、微信、支付宝等多种支付方式。”

这款终端还集成了餐饮推荐功能,可以根据过敏源、口味特征、清真或素食需求进行智能筛选。“阿拉伯国家的游客对清真饮食有严格要求,到店里不知道点什么餐,一个机器就能搞定。”包敏说,该设备已在秀水街等外国游客密集区域投入使用。

一线观察

自从《黑神话:悟空》横空出世,山西古建吸引了众多年轻游客,“跟着悟空游山西”从游戏玩家的调侃变成官方的文旅推广活动和年轻人的旅行潮流。近日据媒体报道,不仅山西,全国各地的古建筑热度总体攀升,普遍受到游客青睐。VR导览、古装旅拍、打卡集章……曾经沉寂的古建,如今成了社交媒体上的流量密码。

面对这番热闹景象,有人开始担心,“古建游”会不会只是昙花一现的网红泡沫?当热度退去,古建是否会“门前冷落鞍马稀”?这种担心看似有点道理,实则忽略了一个基本规律:人们对事物的认识总是从浅入深、由表及里,没有人天生就能读懂斗拱的精妙、洞悉梁架的结构。多数人走进古建的第一反应,恰恰是被它的“好看”所震撼,典雅的造型叠加时光的印痕,便是所谓的“一眼千年”。

应该说,先被建筑元素、新鲜感与视觉之美所吸引,进而产生深挖内涵、一探究竟的想法,再正常不过。人们愿意通过打卡、分享等方式,把这份美与震撼传递出去,没什么不好。几张美照、几条评论或点赞,可能就是一次文化传播的起点。游客尤其是“Z世代”用自己的方式亲近传统,正是文化自信的生动体现。从这个意义上说,流量不是泡沫的根源,而是“破圈”的助推剂。

“古建游”的火爆固然借助了爆款游戏的热度,但根源是人们对传统文化的浓厚兴趣和日益坚定的文化自信。“古建游”的热度至今不衰,便是极好的证明。与其过度担心,不如思考如何引导“古建游”进一步走向历史文化深

『古建游』并非一时热闹

处,为丰富精神世界、增强精神力

量作出更多贡献。从被吸引到真热爱、真懂得,的确有一段路要走。这段路不能只靠年轻人凭兴趣摸索,更需要各地文旅部门主动作为。一方面,要用好古建资源,通过科技赋能和业态创新,把“第一眼的美”呈现得更充分、更动人。另一方面,更要下功夫做好内容深耕,开发有深度的研学课程,培养能讲好古建故事的讲解员,设计能让游客沉浸其中的体验项目等,让年轻人不仅能拍出好照片,更能听到好故事、学到真知识、获得真感悟。把网红变成长红、把“打卡者”变成传承者,让更多人更懂得、更喜爱、更认同中国文化,这是“古建游”更深层的价值所在。



位于福建省宁德市屏南县寿山乡的寿山村,留存有明清古建筑五十余幢,2014年被认定为中国传统村落。近年来,当地持续修缮并活化利用古民居,提升乡村人居环境,创新发展新业态,由强村公司统筹创立“共富驿站”,带动村民家门口就业,打造帮扶增收于一体的复合型共富微单元。图为游客在寿山村茶盐古街口参观游览。 新华社记者 林善传 摄

地方扫描

海南

6月8日,《海南省“十五五”海洋经济发展规划(2026—2030年)》暨《海南省海洋文化发展行动方案(2026—2030年)》专场新闻发布会在海口举行。据海南省旅游和文化广电体育厅相关负责人介绍,海南将重点从四个方面打造具有国际吸引力的海洋文化旅游目的地。一是打造标志性海洋文化IP,让海南故事“沉下去、活起来”。二是升级四大核心业态,构建立体产品矩阵,推动滨海旅游产品从“观光型”向“度假型”“赛事型”转变。三是发展邮轮游艇旅游,开辟“深远海”旅游新场景。四是完善智慧化服务与国际化配套,提升游客体验。此外,发布会还同步公布了《海南省海洋文化发展行动方案(2026—2030年)》,将以海洋经济发展为依托,深挖海南本土海洋文化底蕴,推动海洋文化与海洋旅游、海洋产业深度融合,以文化赋能海洋经济提质升级,丰富海洋强省建设内涵。

贵州

6月5日,贵州省政府新闻办公室举行2026年“旅居到贵州、生活更精彩”暨“避暑度假到贵州”新闻发布会。黔东南苗族侗族自治州相关负责人介绍,当地依托民族文化与生态资源,多措并举培育文旅新场景、新业态。黔东南苗族侗族自治州聚焦资源、客源、服务“三大要素”,从构建“留得住客”的新场景、打造“住得舒服”的新业态、满足“玩得尽兴”的新需求三方面发力提振文旅消费。当地将打造音乐演出、特色咖啡、文化演艺三大特色场景,串联景点村寨,构建便捷旅居生活圈。同时聚焦旅居民宿、康养服务,分类打造乡村、城市精品民宿集群,升级温泉、瑶浴、苗药及非遗体验等康养业态,完善配套服务,提升旅居舒适度。此外,当地依托各类民俗节庆、品牌赛事以及漂流项目丰富游玩体验,并发放消费券撬动全域消费,以多元活动、特色产品持续释放文旅活力。

湖南

6月5日,由湖南省长沙市文化旅游广电局主办、长沙博物馆与泉州海外交通史博物馆承办的“由此向大海”福船与远航的故事特展在长沙博物馆开幕。展览以福船为线索,从造船技术、海上贸易、远洋航行与社会生活等多个维度,展现中国人与海洋之间持续而深刻的互动关系。展览分为4个单元,第一单元“船起东南”聚焦福船的起源与发展,通过系列船模展现中国传统造船技艺的演进;第二单元“海路通商”以海上贸易为主题,呈现海上丝绸之路上的贸易与文化交流;第三单元“万里扬帆”以郑和下西洋为切入点,展示中国古代远洋航海的辉煌成就;第四单元“人海相依”则将目光投向社会生活,通过船员生活、民俗服饰等展品,展现海洋与日常生活之间的紧密联系。展览将持续至8月30日,免费向公众开放。

采写整理:陈关超、王雪峰、张玲



海外旅行商在2026北京入境旅游发展大会现场体验。 北京市文化和旅游局供图