



白沙湾·国际自然医学度假区。 项目方供图

金融为文旅增动力

本报记者集体采写

文旅产业“一业兴、百业旺”，链条长、主体多、场景广，既是吸纳就业的“蓄水池”，也是中小微企业的“毛细血管”。然而，投资大、周期长、回笼慢、融资难等问题，长期困扰行业发展。当前，金融赋能文旅正成为文旅产业提质升级的重要引擎。如何变简单“输血”为精准“造血”？一场以“精准滴灌”为核心的金融与文旅深度融合的实践正在多地铺开，为文旅产业的高质量发展注入源源不断的“金融活水”。

夯实顶层设计破解融资难困局

破解文旅产业融资痛点，完善政策体系、搭建联动机制是关键。

近年来，国家高度重视金融对文旅产业的支持。今年初，国务院办公厅印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》明确要求引导金融机构加大对服务消费新增长点领域经营主体的信贷投放力度。中国人民银行也明确表示，将继续引导金融机构结合消费场景创新产品和服务，重点支持住宿餐饮、文旅、体育、娱乐等与民生关联度很高的行业。与此同时，全国多地也结合自身文旅资源禀赋出台专项方案，让金融资源流入文旅沃土。

2025年7月，中国人民银行广西壮族自治区分行牵头联合七部门出台13条具体措施，明确鼓励将景区收益权、应收账款等“非标”资产纳入抵押质押范围，并安排100亿元再贷款额度专项支持文旅产业信贷投放。截至今年3月末，广西文旅产业贷款余额达2263.53亿元，同比增长5.29%。“金融活水”成为推动广西打造世界级旅游目的地的重要一环。

安徽则构建了“信贷支持+保险保障+产品创新”的文旅金融支撑体系。今年3月，国家金融监督管理总局安徽

监管局联合安徽省文化和旅游厅出台23项具体措施，明确提出力争全省文旅产业贷款增速高于各项贷款增速，推动在建文旅项目“愿保尽保”“应保尽保”，为文旅产业应对市场波动、降低经营风险提供全方位的制度护航。

在山东，顶层设计同样跑出“加速度”。今年，山东省文化和旅游厅等九部门联合印发《山东省金融·文旅双向赋能专项行动三年计划（2026—2028年）》，明确3年累计新增贷款投放不少于500亿元，支持文旅市场主体不少于8万户。

从中央到地方，一套“政府搭台、银企唱戏”的制度框架逐渐成型，为金融的“精准滴灌”夯实根基。

产品创新打通产业链堵点痛点

银行愿意贷、企业能借到、项目有钱花，文旅产业的融资困局正在被打破。然而，要让“金融活水”真正“润物细无声”，还需在产品创新的服务更新上做文章。

在安徽，金融系统精准施策，将创新聚焦于盘活无形资产。在绩溪，徽杭古道景区草坪优化、房车露营地建设有序推进。农业银行绩溪县支行运营方量身定制服务方案，仅一个多月就审批贷款1.4亿元。六安市则探索建立政银企协同对接长效机制，银行机构创新开发景区收费权质押贷款、“徽遗贷”“红色金融贷”“民宿贷”等产品。其中，建设银行通过“徽遗贷”为徐集花生糖、黄茶等非遗企业发放纯信用贷款；六安人保财险推出“民宿保”，为84家民宿企业提供1.77亿元风险保额。

广西的实践同样可圈可点。农业银行桂林分行以景区未来门票收入收费权质押，为桂林旅游投资集团发放贷款专项用于景区升级。广西龙胜农村商业银行推出了“龙脊金融贷”，向民宿经营者提供最高300万元的

“保证+经营权质押”贷款。超340家民宿主体获得贷款，覆盖龙脊景区在册民宿的70%以上。通过因地制宜创新金融产品，“金融活水”默默滋养着文旅产业链的每一处“毛细血管”。

服务下沉滋养“最后一公里”

金融赋能文旅，不仅在于支持项目建设，更在于以精细化服务打通“最后一公里”，将流量变为“留量”。

7月盛夏，广西防城港市江山半岛，白沙湾·国际自然医学度假区项目建设现场塔吊林立，机器轰鸣。这个总投资超46亿元的自治区文旅重大项目，得以从蓝图走向现实，离不开相关部门的精细服务。

据广旅防城港投资公司财务部经理罗鹏飞介绍，2025年，广西壮族自治区文化和旅游厅、防城港市文化广电体育和旅游局多次组织银企对接会，将白沙湾纳入重点项目推荐名录，主动向各大金融机构推介项目信息。桂林银行、北部湾银行、工商银行等多家银行主动上门对接，项目信贷资金得以迅速落地，盐疗康乐中心、金花生命医学中心、医学集散中心等得以顺利建设。“目前，项目银行贷款占比已达总资金的六成至七成，为工程建设提供了坚实的资金保障。”罗鹏飞说。

随着“金融+文旅”融合的不断深入，金融服务将不再局限于资金融通，而是进一步渗透到文旅项目的规划、建设、运营、消费等全生命周期。山东烟台农商银行在为重点农旅项目提供专项贷款的同时，建立重点文旅项目专项走访机制，还为企业提供融资、结算与数字化平台相结合的综合配套服务，实现从“给资金”向“给服务”延伸。

（统稿：郭凯倩 采写：郭凯倩、孔令晖、孙丛丛）

主理人说

在山东淄博周村古商城的主街上，藏着一处名叫“大街雅舍”的宝藏民宿，推门即见老砖古瓦和檐角的“五脊六兽”，较完整地保留了明清建筑的原生肌理。

民宿主理人郑玉峰告诉记者，经营大街雅舍并非源于她的个人情怀，而是企业布局下的一次顺势转型。2019年，周村宾馆拓展业务板块，团队调研周村古商城后发现，许多游客逛完即走，错过了“住进明清街巷”的独特体验，于是，他们决定在景区内打造一处特色民宿。正是这个项目，让她一头扎进古街，把民宿做成了自己的事业。

周村古商城被誉为“活着的古商建筑博物馆群”，落址于此，首要面对的便是老建筑的保护与利用难题。大街雅舍以“打造有故事、有温度的高品质住宿空间”为核心目标，从规划之初就希望跳出“单店盈利”思维，不拼客房数量、不“卷”网红风格，而是通过保护性修缮，赋予老旧院落别具一格的空间气质。“设计师给出的第一版方案偏重现代时尚，与展示古院韵味的初衷产生了偏差。”郑玉峰介绍，团队后来经过多次实地走访和设计调整，进一步确定了“修旧如旧”原则。这虽意味着要投入更多时间与资金成本，但保留下来的曲折回廊、斑驳木梁等，恰恰成为这家民宿区别于标准化商务酒店的独特标识。

在保留历史记忆的同时，大街雅舍按照“12间房、12种叙事”进行空间布局，像雅舍深庭、雅舍古韵、雅舍叙乐等，每个房型都有一个诗意名称，并蕴含着一段文化故事。比如，叙乐房型就把“至乐无如读书”的传统意趣融入居住体验，为住客营造了古色古香的闲适氛围。

在硬件配置上，该民宿并未因追求古雅而舍弃舒适度，除按高标准打造的室内设施外，还配备了休闲餐厅、露天阳台、手工体验区、文创非遗展示区等公共空间，构成传统院落与现代居住体验交融的专属质感。

与酒店服务强调的标准化流程有所不同，民宿客人多数奔着“有故事、有温度”而来。如何让他们有“回家的感觉”，成了郑玉峰从业实践中的另一重挑战。她谈道，前不久，店里接待了一名外地游客，入住后身体不适急需就医，身边带着的宠物需要照看。得益于民宿管家主动对接、贴心随访的服务机制，游客的需求被及时发现，问题得到了妥善解决。

据介绍，目前，大街雅舍已建立起覆盖预订咨询、到店接待、在住服务、退房离店等全流程标准化制度。同时，进一步升级“满意+惊喜”服务，如提供行李接送、节日伴手礼及亲子家庭、携宠游客专属套餐等。

此外，大街雅舍还深度嵌

住在古街，聆听百年商埠回响

本报记者 孙丛丛

入周村古商城文化生态，以在地文化撬动留客转化，形成了清晰的品牌记忆点。依托鲁商文化及丝绸、陶琉等特色资源，民宿在手工体验区开设蚕丝扇DIY、丝巾拓染、琉璃花摆台制作等活动，让住客在手作中读懂鲁商文化蕴含的匠心温度。同时，与周村古商城景区联合推出串联民俗展馆、影视取景地的个性化游览动线，与景区内商户联动策划周村烧饼历史讲解、技艺展示等专场活动，极大丰富了亲子家庭、外地客群的出游选择。

“为解决民宿行业淡季客流悬殊、专业人才短缺等问题，我们还把体验链条延伸至农田采摘、美食品鉴等环节，并依托周村宾馆的专业人才支撑，搭建起包括手作体验师、文旅讲解员在内的系统化服务团队，以精细供给吸引游客驻留。”郑玉峰说。

成效直接反映在行业认可上。近年来，大街雅舍民宿获评全国甲级旅游民宿，线上平台综合评分稳定在4.96分以上，年均吸引外地游客占入住总量的60%。

其“出圈”热度还带动了周村古商城内多家民宿落地运营，为周边百余人带来就业机会。2025年，周村区7家A级旅游景区累计接待游客536万人次，蓬勃发展的特色民宿集群已成为提升游客“留量”、拉动过夜经济的主要引擎。



住宿游客游览周村古商城。 受访者供图

数据

51.43万种——

据基于“国家出版发行信息公共服务平台”的销售数据和“中国出版业市场监测系统”线下ERP(企业资源计划)数据、线上监测数据的统计,2026年上半年,图书零售市场销售码洋同比下降0.11%,比第一季度降幅收窄0.04个百分点,销售数量同比下降1.02%,降幅与第一季度持平。

具体来说,上半年,图书零售线上市场态势优于整体市场,微幅回升。图书零

产业与市场·周记

售线下市场态势则逊于整体市场,销售码洋同比下降1.58%,销售数量同比下降2.46%。降幅分别大于整体市场,系整体市场微幅回落的主要致因。

值得一提的是,上半年,图书零售线下市场动销图书51.43万种,同比增长0.72%,虽然只是小幅增长,却是一个时期以来线下市场难得一见的动销品种增长。

（来源：《中国出版传媒商报》）

过“核心景区+特色酒店+文化体验”的完整链路，串联武夷山国家公园丹霞山水、九曲溪流域、万亩茶山、朱子文化村落等多元场景。

目前，“武夷山国家公园”主题观光列车已正式面向公众售票，列车将在寒暑期、周末、节假日和时令季节常态化运行。

（来源：海峡网）

动态

能露营的观光列车首发运营

7月29日,Y512次“武夷山国家公园”主题观光列车从福建武夷山站首发启程,途经建阳、建瓯、延平东站,最后到达福州站。

“武夷山国家公园”主题观光列车共设8节车厢,额定载客291人,划分座席观景车厢、包厢车厢、多功能车厢、露营车厢与家庭车厢五大差异化主题空间,适配亲子研学、家庭出游、好友聚会、休闲露营等多元出行需求。列车还通

观点

观众“能入戏”，演出才“有看头”

如今，沉浸式演艺的赛道正从“拼声量”转向“拼内涵”，当同质化竞争加剧、观众审美疲劳，它该如何跳出短期流量困局，又该如何从“爆款”走向“长红”？

首先，深耕文化IP，让“沉浸”有根。行业发展的核心根基永远是内容。各地要摒弃复制跟风的“拿来主义”，深度挖掘本地历史、非遗、民间传说，在叙事设计上跳出单向观看模式，用多线剧情、角色扮演强化观众参与感，用文化吸引观众、用互动提升体验。

其次，科技深度融合，让“体验”升级。数字技术是优化沉浸式体验的工

具，而非最终目的，应当走出一味炫技的误区，推动5G、全息投影、空间音频等技术与故事叙事深度融合，用技术拓宽文化表达边界，而非单纯堆砌视觉特效。

第三，跨界融合共生，让“生态”成型。要打破单一剧场、单一景区的边界，推动沉浸式演艺与古城街区、博物馆、特色餐饮、民宿深度联动，打造“演艺+夜游+研学+休闲”一体化消费线路，拓宽盈利渠道。

（来源：“浙江文化产业”公众号）

（苏丹丹 整理）