

中国文博经济持续升温

今年暑期，中国多地博物馆人潮涌动，文博经济持续升温。

正在上海博物馆举行的“世界树之巅——美洲古代文明大展”汇聚来自墨西哥、秘鲁等国的近 3000 件珍贵文物，全景式呈现奥尔梅克、玛雅等美洲大陆上的古代文明，带领观众纵览从公元前 1200 年到公元 16 世纪的美洲大陆文明。自 7 月开展以来，这一展览迅速出圈，“为一场展奔赴一座城”成为新风尚。

不止于观展，观众们还能借助科技“穿越”前往美洲——“玛雅大冒险：VR 新探索”“飞跃马丘比丘：云端印加之旅”等沉浸式体验项目深受观众欢迎。北京坤远文博展览有限公司设计总监冯帆观察到，中国观众已不能满足于简单的“看”和“买”，他们期待收获更深层次的文化体验。

据上海博物馆统计，大展自 7 月 9 日面向公众开放以来，已接待 10 多万人次观众，其中不少游客专程从外地甚至国外前来。围绕美洲古代文物开发的文创商品，总营收已突破

千万元。

同程旅行与知乎联合发布的《2026 博物馆旅行消费趋势报告》指出，中国人参观博物馆的核心诉求，已从“打卡式”的浅层游览，变为追求深度理解、知识获取与情感共鸣的“沉浸式”文化体验。2026 年开年以来，同程旅行平台上，全国含讲解的文博产品订单预订热度增长超过六成。

“当前，文化消费升级存在四重清晰转变：游客从走马观花打卡转向深度研学；他们愿意为优质文化内容投入时间、出行成本，热门场次一票难求；他们还主动探索域外文明，在文明对比中拓宽全球视野；博物馆则推出夜游、跨界合作、数字巡展等多元沉浸式体验。”湘潭大学社会学副教授林明华说，这股热潮既彰显民众的文化自信，也推动了文旅深度融合。

同处上海的海关博物馆（中华艺术宫）内，马王堆国宝艺术大展正在举行，吸引观众与两千多年前的中国汉代“相约”。

马王堆国宝艺术大展是马王堆考古发掘 50 余年以来，在湖南省外展出规模最大、等级最



7 月 29 日，在上海博物馆人民广场馆拍摄的博物馆外景。

陈浩明 / 摄

高的精品大展，集中展示 T 型帛画、油彩双层长方形漆奁等数百件珍品。展览每天接待数千名观众，既有国内亲子研学以及银发群体，也有许多外国游客。

来自马达加斯加的女孩马诺阿·拉马蒙吉松说，自己非常好奇为什么马王堆一号墓 T 形帛画是 T 形的。原来，帛画的形制与当时人们的宇宙观、生命观有很大的关联。

这一展览也引入了 Meet China 智能终端设备、AI 眼镜等新技术新设备，帮助人们深度了解文物背后的历史文化内涵。展

览还围绕马王堆文物开发出琳琅满目的文创产品，推出“辛追夫人”餐饮以及文商旅体展联票，进一步做强文博经济。

逛博物馆正成为更多人的习惯。上海市文化和旅游局（上海市文物局）博物馆和社会文物管理处处长葛永铭介绍，今年上海试水发行“Shanghai Pass 上海全城文博联票”，覆盖 2026 年全年、沪上 150 余所文博场馆，上线后 5180 张全部售罄。这个暑假，上海大大小小的博物馆里，都留下了这张联票的打卡记录。

千里之外的长沙，湖南省

博物馆暑期客流持续爆满。馆方推出延时开放、增发预约名额、加密志愿讲解等多项便民服务，还同步推出多场特展和夜间文艺演出，吸引各地游客纷至沓来。

在特展“敦煌——伟大的文化宝藏”展厅内，专程从云南赶来的游客屈娟带着读小学的儿子细细观赏。“能够看出策展非常用心，这里的观展体验非常好。”屈娟说。

故宫博物院门票放票后迅速售罄；三星堆博物馆文创销售火热；西安秦始皇帝陵博物院人流如织……进入暑期，中国各大博物馆迎来主要由亲子、学生群体带来的参观客流高峰。去哪儿旅行报告称，除了故宫博物院、上海博物馆等文博场馆客流“爆棚”，青岛啤酒博物馆等行业博物馆暑期热度也大幅增长。

中国旅游研究院院长戴斌说：“文化场所和文博场馆已成为游客与居民共享的休闲娱乐、科普和学习的新空间，以文塑旅、以旅彰文，激励越来越多人感悟和传承历史文化，感受当代文明。”

（据新华社 记者/陈爱平、张玉洁、孟宜霏）

各地依托资源禀赋，丰富产品供给

新场景新体验，暑期文旅新意足

在清凉林中寻找一场安眠，在微风露台享一刻清闲，在热闹夜市品一城烟火……炎热天气催生独特消费需求，也带来发展新机遇。各地依托资源禀赋，结合暑期消费特点，因地制宜打造消费新场景、培育文旅新业态、激活增长新动力。

林中入梦，“睡”出康养新业态

高质量的睡眠，是体验资溪县生态康养旅游的第一步。87.7% 的森林覆盖率、平均每立方厘米 3 万个负氧离子，赋予当地发展生态康养的天然优势。清晨，沿着大觉溪生态步道慢跑，在竹林休闲健身；中午，品尝灵芝、竹笋等本地食材制作的康养药膳；下午，尝试特色理疗……游客能在山水之间体验丰富的康养生活。

来自上海、杭州、深圳等地的年轻白领、注重养生的银发群体和亲子家庭，成为康养消费的主力。“以前大家问得最多的是附近有什么景点，现在更多是咨询睡眠体验怎么预约、康养线路怎么安排。”南源民宿经营者林涛说，每到假期，民宿 100 余间客房基本满房。

“资溪把生态优势转化为康养产品，推动文旅产业从‘卖风景’向‘卖体验’‘卖生活’转变。”资溪县文化旅游体育局党组书记周萌介绍。围绕“睡眠+”，资溪县与江西中医药大

学等合作，打造数字睡眠体验中心，推出森林徒步、森林瑜伽、生态骑行等项目，研发 30 余款康养药膳，建设热敷灸馆、中医生活馆，并将灵芝、黄精、竹产业、资溪面包等特色元素融入康养旅游活动。截至 5 月底，资溪县今年累计接待游客 358.58 万人次，实现旅游综合收入 16.23 亿元。

游客慢下来，乡村“活”起来。越来越多村民返乡，在家门口吃上了“生态饭”。南源民宿所在的大觉山村村民王建国将老房租给民宿，每年收入 1 万元，在民宿当保洁月收入 3000 元，再加上果园收入，年收入超 5 万元。

南昌大学旅游学院副教授王雯表示，资溪以“睡个好觉”为突破口发展全域康养，折射出森林康养正从小众体验走向大众健康消费的新趋势。

露台微风，“吹”来休闲新空间

傍晚，微风拂面。登上位于北京红桥市场五层的观坛艺术空间露台，艺术装置与天坛祈年殿落日晚霞相映成趣。游客刘晓阳品尝着祈年殿造型的甜点，不时举起手机，记录美食、美景。“在露台上看天坛祈年殿，别有一番滋味。”刘晓阳说。

中轴线上文化观景、胡同中休闲体验、商圈里潮流社交，不同露台匹配不同消费特点。“今年 4 月，东城区推出约 300 处露台，吸引众多市民

游客打卡体验，露台正成为可观赏、可停驻、可体验的文化会客厅。”东城区文化和旅游局局长王铁峰介绍，露台是东城区特色文旅消费场景之一，不仅是现有消费空间的延伸，也展现着“空中庭院”的浪漫与诗意。

如何让露台上的消费新场景保持热度？东城区通过“政府引导、平台赋能、金融支持”的模式，为商户构建良性循环的支撑生态。社交平台负责线上引流与消费转化，搭建专属活动空间；在线旅游平台开发“住宿+露台”产品套餐，并制作双语地图，拓展入境游客源；打车软件提供定向出行补贴，引导客流到店；金融机构提供包含专属贷款、消费补贴在内的多重权益。

“加入‘微风露台计划’，就进入了一个持续获客的生态系统。官方发布、平台种草、用户到访、现场消费、拍照分享，一个完整的商业闭环正在形成。”一名露台经营者说。

“我们希望让每一方露台都成为讲述故事的窗口。”王铁峰说，下一步，东城区将继续支持“微风露台计划”，使其从单体活动成长为可持续运营的 IP，与社会发展更好共生共荣。

夜市烟火，“串”起融合新路径

夜幕降临，人流涌入，近 500 个摊位的灯光渐次点亮。烹饪声、吆喝声与说笑声，在辽宁省沈阳市皇姑区

塔湾兴顺夜市里此起彼伏。

边逛边吃边看，文体消费融合，成为塔湾兴顺夜市今年暑期出圈的新玩法。塔湾兴顺夜市副总经理阙红波介绍：“目前，夜市摆脱单一小吃业态，涵盖特色小吃、日用百货、游乐项目，配套大型就餐区、上千个停车位，成为一站式综合夜间消费空间。”这个 2015 年开业的夜市，目前累计接待游客超 6300 万人次，已成为沈阳夜经济标杆，带动 2000 余人就业。

沈阳市商务局相关负责人介绍，目前沈阳有 58 条重点夜经济街区、150 余个特色消费场景，5 万余家经营场所覆盖多种业态。同时，借着“东北超”赛事热潮，沈阳全域布局 140 处赛事“第二现场”，全面串联商圈、夜市、景区资源。“东北超”前 3 场赛事期间，“第二现场”累计接待游客 274.3 万人次，实现收入超 2.5 亿元。

“夜晚是市民放松休闲的时段，一方面，夜市以小吃聚人、体验留人、文化黏人；另一方面，夜市聚拢烟火气，浓缩城市品位与风貌，是展现消费活力、旅游热度的窗口。”辽宁大学经济学院院长李政认为，“要坚持特色化、规范化、融合化，打造差异化场景；同时完善配套，细化政策，推动游购娱联动，释放消费新动能。”

（据《人民日报》记者/杨颜菲、潘俊强、刘佳华）