

从“无感之感”理解中国发展

崔妍

我们所追求的高质量发展，是一种以幸福体验为底色的发展。对效的追求、对质的打磨，落脚点都是对人的关怀

近段时间，“中国游”走俏海外。美国媒体称，中国已成为全球顶级旅游目的地之一。英国媒体报道，中国在“最适合外籍人士旅居目的地榜单”中，从2024年的第十九位跃升至2025年的第六位。为何“中国游”的含金量有了明显提升？

对70多个国家单方面免签或全面互免签证，240小时过境免签政策适用55个国家，来中国“说走就走”成为现实；支付时可“外卡内绑”，离境退税“即买即退”，“带着空箱子来中国”成热门选择。以制度型开放的“加法”，创造入境便利、支付丝滑的“无感之感”，成就

了“中国游”的高人气和好口碑。

“无感之感”，还有更多具体体现。曾经的通信、交流等痛点，被实时翻译等“神器”消除；我国幅员辽阔，交通路网发达便利，酒店民宿丰俭由人，临时兴起添加几个目的地，也可以“说走就走”；在华强北“扫货”电子用品，去义乌“一站式”添置智能家居，全球潮品“信手拈来”，还不会让人顿感“囊中羞涩”……这些无感的便利、畅快的体验，让外国游客深深体会到，中国的发展不是冷冰冰的数字增长，而是高质高效、幸福满满。

购物几乎没有“卡顿”，服务适配度更高，背后有什么大逻辑作支撑？

最近，“去中国配眼镜”成为海外旅行论坛中的新话题。价格便宜、款式多，配镜“立等可取”，还能跨国快递，这些便捷体验，得益于产业链、创新链、物流链的高效运转。江苏丹阳打造“跨境

电商+产业带”模式，一方面以智能制造提升产品的精密度，另一方面以跨境电商开辟市场空间，占据全球镜片市场的半壁江山。由此而言，“无感之感”，靠的是要素资源的高效流转，靠的是创新链产业链深度融合。

打开视野看，“无感之感”是我们在更多领域追求的目标。纵深推进全国统一大市场建设，以要素资源顺畅流通激活经济循环；大力建设“六张网”，以跨区域资源调配激发新质生产力；“高效办成一件事”，推动政务服务从“能办”转向“好办、易办”，便利百姓生活……这些实践揭示了一个道理：打通壁垒、精准对接，推动各要素、资源丝滑运转，助力系统效率整体提升，就能激荡出可持续、高质量的发展动能。

“无感之感”并非天然存在，而是“一体抓好高质量建设和高效能治理”的成果。一企一策服务企业，京津冀

三地“一盘棋”谋划、“一股绳”推进、“一站式”办理，治理提效支撑雄安新区拔节生长；建设企业开办“一网通办”平台、数据多部门同步推送，办理时间从20多个工作日压缩至4个……以系统思维维高质量发展和高效能治理协同共进，就能让群众的获得感成色更足、幸福感更可持续、安全感更有保障。

无论是外国游客轻松自在的“中国游”，还是中国百姓不断增强的“小确幸”，体验感的提升都在传递一个信号：中国式现代化，不只是指标的精进。我们所追求的高质量发展，是一种以幸福体验为底色的发展。对效的追求、对质的打磨，落脚点都是对人的关怀。

无论外部如何风云变幻，坚定不移办好自己事，“一步一步往上走”，我们必将书写“中国式现代化，民生为大”的更多动人篇章。来源：人民日报

深耕“小而美”，乡村游活力无限

高尔东

春光明媚，“村游”正当时。恰逢春假与清明假期叠加，不少地方纷纷推出假期特色乡村旅游线路，覆盖赏花踏青、非遗研学、康养度假、红色文化、户外体验等，邀请游客奔赴乡野，踏春寻芳、亲近自然，尽享春日美景。

2026年中央一号文件提出：“深化农文旅融合，推进乡村旅游提档升级，发展‘小而美’文旅业态。”近年来，乡村旅游持续火热，成为推动乡村振兴的重要引擎。文化和旅游部数据显示，2025年一季度，全国乡村旅游接待总人次为7.07亿，同比增长8.9%。据《2025年中国旅游经济运行分析与2026年发展预测》，2025年，低线城市、县域和农村作为重要国内旅游目的地的同时，也成为国内旅游客源新的增长点，反映出乡村游的巨大魅力。

发展“小而美”文旅业态，体现了乡村文旅发展理念的更新，是对传统乡村旅游的优化升级。它摒弃了以往乡村旅游中存在的粗放式发展路径，将乡村的原生风貌、本土文化、民俗风情与休闲体验深度融合，让乡村旅游回归本真、贴近自然，展现乡村独有的烟火气和文化味。

“小而美”乡村游的背后，折射了大众对高品质休闲旅游的需求升级。随着人们生活水平的提高，大众的旅游需求早已从“到此一游”的观光型旅游，转向“深度体验、放松身心、感受文化”的品质型旅游。人们不再满足于打卡式出行，更渴望远离城市的喧嚣，走进自然、贴近生活，在小众、安静、有温度的场景中，获得身心的舒缓与精神的滋养。“小而美”的乡村旅游，恰好契合了这种需求：它没有拥挤和喧闹，只有原生态的山水风光、原汁原味的乡村生活、有温度的人文体验。这正是高品质休闲旅游的核心内涵，也对乡村游探索差异化、精细化发展提出了新的要求。

如今，非遗体验、红色研学、农事互动等多元内容，让乡村旅游的内涵



更加丰富立体。游客可亲手参与剪纸、陶艺、古法酿酒等老手工艺制作，在指尖上触摸乡村的文化根脉；或是走进乡村红色遗址，聆听革命故事、传承红色基因，在休闲旅游中汲取精神滋养；亲子家庭可下地耕种、采摘果蔬、喂养家禽，在劳作中感受农耕文化的乐趣；年轻群体则可体验露营野餐、乡村市集、民俗展演等新潮玩法，收获独特的休闲体验。这些多元内容的融入，不仅精准对接了不同客群的个性化需求，也让游客能够沉浸式体验乡村的独特魅力。

文旅产品提质升级的探索中，更多“小而美”“小而精”的消费场景不断涌现、持续丰富，形成了“旅游+”的多元发展格局，带动乡村民宿、特色餐饮、农特产品等相关产业同步崛起。例如，曾经闲置的农房被精心改造为推窗见田、推门入景的舒适民宿；地道的乡村特色餐饮，以本地新鲜食材为原料，还原乡土风味，让游客在品味美食的同时，感受乡村的烟火气息；农特产品则借助旅游渠道，从“田间”走向“餐桌”“货架”，通过现场售卖、线上预订等方式，土鸡蛋、有机蔬菜、手工干货等特色产品走向更大的市场。

乡村游要想有“流量”又有“留量”，须进一步深挖乡村特有的文化基因，打造拥有独特辨识度的乡村文

旅IP，让乡村文化融入日常、成为生活，绽放持久的生命力。纵观各地实践，不少乡村游亮点频出。在湖南张家界武陵源区，油菜花、梨花、桃花次第绽放，古朴老屋与精品民宿错落点缀在青山田园间，勾勒出一幅诗意满满的春日乡村盛景；重庆永川、铜梁、武隆、石柱等地推出“入剧令”、扎龙珠、山野徒步、民宿慢生活等创新玩法，让游客从“看客”变“玩家”……

与此同时，在人工智能、大数据、云计算等技术的加持下，数字经济进一步催生多元旅游消费形态，日渐成为乡村旅游高质量发展的动力基础。例如，“直播+产品销售”等多种形式的线上销售，以及主题推广活动，让乡村的人文价值得到深入挖掘；短视频媒体使传统村落的美丽风光获得人们的关注，进而反向促进当地对建筑与文化的保护；通过增强现实（AR）场景重建、虚拟现实（VR）漫游、智能导览及智慧伴游等技术手段，将传统的乡村静态自然景观转化为动态的、可感知的体验环境，增强游客与乡村田园风光的深度互动。科技赋能，让“小而美”的乡村旅游既保留了乡愁的温度，又具备了现代服务的精度。

乡村游，正以创新的方式连接自然与文化、串联起产业链条，成为乡村振兴的重要推动力量。

来源：光明日报

访古追迹，如今成了不少年轻人的喜好。南京林业大学一名00后学生从高中起开始访古，走过众多全国重点文物保护单位，打卡1600多个博物馆。寻访古城、古建、古迹，年轻人正用脚步丈量历史文化。

访古这股热潮，是文化自信在年轻人中生根发芽的折射。《黑神话：悟空》的火热让山西文旅“出圈”、电视剧《太平年》带火了南京的小众“国保”南唐二陵……一批游戏、影视、文博综艺产品，对中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展，拉近了年轻人与历史的距离，也带动了“考据式旅游”的发展。

除了对历史的喜爱，访古背后也有年轻人的情绪需求。从“读其书”到“见其人”，年轻人不再满足于教科书中的历史叙述，而是主动奔赴古迹遗址，让历史文化从文字变成了“与我有关”、可触摸的真实体验。

数据显示，年轻一代已成为国潮消费主力军，2025年我国汉服市场规模超200亿元；某电商平台非遗相关消费中，90后、00后贡献了超60%的份额。这表明，年轻人愿意为文化认同和情绪价值买单。而这对文旅产业而言，既是机遇，更是考题——各地文旅该如何打造满足年轻人消费需求的新场景？不少地方已经尝到了甜头，如河南洛阳古墓博物馆打造沉浸式奇幻游。这类将沉浸式体验与本地历史文化结合的尝试，不失为一种解题思路。

说到底，年轻人访古，访的不只是历史人物，更是文化根脉；寻的不只是古迹，更是精神家园。文旅产业唯有读懂年轻人的“情绪密码”，让文化遗产真正融入当代生活，在与年轻人的双向奔赴中焕发持久生命力，方能在这股热潮中抓住机遇、行稳致远。

来源：人民日报

读懂年轻人访古热的「情绪密码」

阎方正