

游客假日出行的首选变了吗

新华社“新华视点”记者 何岳赫

去小镇“做蜡染”、到古村“烤面包”，为足球赛、演唱会奔赴一地，寻找“避世小城”度过悠闲假期……今年“五一”假期，不少游客“换了玩法”。

手握稀缺资源、头顶金字招牌，5A级旅游景区曾经轻松“躺赢”，成为人们假日出行首选。而如今，当“80元玩三天”的武侠城人潮汹涌，当小众县城因地道美食火爆出圈，5A景区该如何顺应市场变化进行革新？

“重资产、大流量”模式遇挫

目前，全国评选出5A景区358家。有数据显示，2023年至2025年“十一”假期，全国接待量排名前50的5A景区游客量遭遇“三连降”，累计下降约13%。

同程控股首席执行官吴剑说：“真正的挑战，是如何提升人均消费。景区竞争，实质上是内容与体验的性价比之争，让游客觉得‘值得花钱’。”

营收下滑背后，是运营模式的短板。近年来，文旅部门相关政策持续要求降低重点国有景区门票价格，推动景区减少门票依赖，但对于不少运营成本高昂的5A景区而言，门票及园内设施、交通等仍是核心收入来源。

部分景区为增收采取的“园中园”“套娃式”收费，进一步损害了游客体验，影响了市场“口碑”。江苏某5A景区管理者说：“降低门票价格或免费，需要强大的商业运营能力和二次消费来弥补，这恰恰是一些景区的短板。”

更深层的问题是供需“错配”。北京交通大学现代旅游研究院院长张辉指出，一些5A景区固守“重资产、大流量”的标准化运营模式，与游客追求深

度、松弛、高性价比的新需求产生一定矛盾。

近期，部分5A景区被文化和旅游部点名。从价格纠纷到拥堵滞留，从服务态度到环境卫生，乃至游客反映问题较多的景区摆渡车管理服务不到位，都成为整治重点。

探索升级新路径

一批5A景区正积极探索新玩法，重新抓住游客的心。

——“科技+”赋能，打破时空界限。

拈花湾文化旅游发展有限公司董事长吴国平指出，5G、AI等技术推动文旅进入新时代，倒逼景区加快数字化改造步伐。很多景区已实现从智能导览到数据运营的升级。

在江苏拈花湾景区，2000架无人机腾空而起，配合光影水雾与全息投影，将千年禅意化为夜幕中流动的盛宴；在江西武功山，AI虚拟人导游随时响应，高山智慧步道让登山数据实时上榜，登山成了“云端竞技”；故宫、秦始皇帝陵博物院、敦煌莫高窟通过VR、XR等技术，让沉睡的文物“活”起来，游客得以“触摸”历史细节。

江苏省旅游学会理事长黄震方表示，科技的应用应让文化更可感、体验更深入、管理更智慧。5A景区应利用大数据和AI进行客流预测、智能导览、个性化推荐，提升运营效率，优化游客体验，创造惊喜感。

——“文化+”深挖，从看景到“入景”。

河南开封清明上河园既有静态仿古建筑群，每日也会上演300多场演出，游客可穿宋装、品茶茶，甚至“扮演”汴

河商人，沉浸于“北宋市井生活”中；苏州园林提炼“雅致生活”内核，推出园林茶会、昆曲雅集、插花体验；周庄古镇举办“水乡婚礼”角色扮演，让游客从旁观者变为剧中人。

吴国平认为，要拓展文旅融合深度，首要任务是从“造景”转向“造魂”。每个5A景区都需因地制宜深挖独一无二的文化叙事，将其转化为可体验、可共鸣的核心IP。

——“体验+”延伸，精准情感供给。

“为一个NPC赴一个景区”的现象级案例频出，证明情绪价值和社交体验的强大引力。“2013年至今，情绪消费领域年复合增长率达12%，已成为文旅产业新的增长引擎，文旅产品更需关注情绪价值，让游客在场景中被理解和治愈。”吴剑说。旅游策划资深顾问孙震也认为，文旅行业迭代周期短，一场球、一顿美食就能快速引爆一个项目。

开发系列文创，精准贩卖“邂逅”与“治愈”情绪；推出“星空露营”，让游客能与亲友围坐山巅、静待日出；从“考古遗址”IP延伸出“古蜀文明神秘感”，结合年轻人对未知与浪漫的追求，打造盲盒、数字藏品等，这些尝试所指向的，不仅是眼前的风景，更是一段能被记忆、可供分享的人生体验。

专家表示，作为旅游品质的标杆，5A景区的核心地位仍不可动摇，应挖掘展示文旅资源承载的中华文化精神内涵，形成独特性、代表性和国际影响力，

从“运营场地”转向“运营体验”

专家表示，作为旅游品质的标杆，5A景区的核心地位仍不可动摇，应挖掘展示文旅资源承载的中华文化精神内涵，形成独特性、代表性和国际影响力，

努力建成世界级旅游景区。

“在这个旅游者定义旅游业、创业者重构新业态的时代，个性化和品质化已成为推动旅游业高质量发展的全新动能。”中国旅游研究院院长戴斌说。要让5A招牌历久弥新，走向可持续的“长红”，需要系统性革新，从“运营场地”真正转向“运营体验”。

健康、多元的商业模式，是可持续发展的基石。专家表示，要紧抓情绪消费，将景区视作美好生活的体验入口和创新平台。开发有文化内涵的研学课程、非遗工坊、主题餐饮、精品文创和定制化服务，让消费成为深度体验的自然延伸和情感记忆的实体承载。

2025年3月1日实施的《旅游景区质量等级划分》将旅游资源吸引力置于旅游交通、游览设施等条目前，新增“文旅融合”等内容，强调文化传承与特色。景区需对照新标准，补齐服务短板，摒弃重硬件、轻软件的旧思路。

宏大叙事最终要落脚于游客感知的细微之处。江西明月山景区提供免费接驳与停车，浙江云和梯田主动邀请游客“找茬”以改进服务，体现的正是“以人为本”的运营理念。精细化、人性化、有温度的服务和社群运营，是建立情感连接、赢得口碑复游的软实力。

旅游市场的竞争，最终是人心的竞争。“直击心灵的真诚，往往能为旅游者带来相互链接的情绪价值，进而生成日渐显著的新动能、新要素和新业态。”戴斌说。

(新华社南京5月7日电)

「小药箱」装满「大关爱」 八部门发文保障儿童用药

新华社记者 李恒

5月7日，国家卫生健康委等8部门公布《关于改革完善儿童用药供应保障机制的实施意见》，从研发源头到临床使用，从生产供应到支付保障，全面提高儿科供药用能力，让儿童用药更有保障更安全。

研出新路，让儿童有新药、好药用——

儿童并非成人的“缩小版”，其脏器发育、药物代谢具有特殊性。长期以来，适合儿童的专用药品少、适宜剂型规格缺等问题突出，成为临床诊疗和家长心中的“痛点”。

实施意见将“创新研发支持”摆在首位，直击源头短板。

完善鼓励研发申报儿童药品清单和鼓励仿制药品目录配套政策，对纳入其中的儿童用药予以优先审评审批等；加强儿童用药审评审批全过程充分沟通交流，早期介入、研审联动，允许滚动提交资料，持续提升研发效率……

一系列政策将重点为儿童专用创新药、罕见病用药、重大疾病防治用药以及符合儿童特点的新剂型新规格研发“提速”。

根据实施意见，探索组建建立全国儿童临床试验协作网和跨机构伦理审查机制，集中资源、协同招募研究参与者，整体提升儿科临床试验机构规范化管理水平。

同时，引导医疗机构对适宜儿童使用但缺乏儿童用药信息的药品开展协同研究，将已有中国成人数据的药品安全外推至中国儿科人群，进一步激活现有药品的儿童应用潜力，填补信息空白。

有了药，还要供得上、质量稳，尤其是小品种、易短缺药。

实施意见着力深化儿童用药产业链供应链韧性，支持小品种药(短缺药)集中生产基地的定点生产产品纳入更多儿童用药，不断丰富中央和地方两级储备中的儿童用药。尤其在季节性传染病流行高发期间，加强抗病毒、解热镇痛等儿童常用药品供应保障。

生产质量监管也将进一步强化。优先支持儿童用药生产企业(包括现有生产线可延伸生产儿童用药)开展技术改造和设备更新；强化儿童用药全流程追溯监管，逐步实现“一物一码”全链条追溯……一系列“硬举措”守住安全底线，让每一粒儿童用药都有迹可循。

此外，要与新发布的《中华人民共和国药品管理法实施条例》做好衔接，对临床确有需要的儿童用药品种，市场上没有供应或者没有供儿童使用的剂型、规格的，制定儿童常用医疗机构制剂清单，支持医疗机构配制、使用。

用得科学，用药安全再升级——

药品说明书是安全用药的“导航图”，但部分药品说明书中儿童用药项目往往信息寥寥，导致临床用药“摸着石头过河”。

实施意见对此开出“处方”：国家将支持符合条件的儿科相关医疗机构、行业学(协)会对已上市化学药品及治疗用生物制品(细胞基因治疗产品和血液制品除外)的药品说明书，按规定提出增加和补充完善儿童适应症、用法用量等重要信息……

未来将有更多药品拥有“儿童版”说明书，指导临床精准用药。

在医疗机构端，开展儿科医疗服务的二级以上医疗机构定期对药品供应目录中儿童用药进行评估和调整等，为更多适宜的儿童专用药进入医院打开“大门”。

“小药箱”装满“大关爱”。随着各项措施逐步落地，儿童用药需求将得到更好保障。

(新华社北京5月7日电)

从源头端降碳，工业产品绿色设计迎来新指南

新华社记者 周圆

当前，绿色发展浪潮席卷各行各业，正重塑工业发展格局。工业和信息化部等五部门日前联合印发《工业产品绿色设计指南(2026年版)》，旨在全面推行工业产品绿色设计，增强绿色发展动能。

绿色设计也称生态设计，不少企业实践生动诠释了其价值所在：海信60cm平嵌系列冰箱通过优化设计，有效减少硬质PU(聚氨酯)泡沫的用量；贵州祥恒包装有限公司调整产品结构，单个纸箱用纸量减少20%至30%；云铝氢能通过材料性能优化和结构提升，氢燃料电池系统最大使用寿命提升至3万小时……

“作为工业绿色低碳发展的源头环节，绿色设计对产品全生命周期的资源利用效率、环境影响程度具有决定性作用。”中国电子信息产业发展研究院总工程师秦海林说，研究表明，产品全生命周期80%的资源环境影响取决于设计阶段。

据介绍，我国已累计培育451家工业产品绿色设计示范企业，形成近200项绿色设计产品评价标准。

业内人士认为，过去工业绿色发展更多依靠生产后的评价或末端环保改造来“补救”，成本高、效率低。如今，指南将目光锁定在设计源头，能够推动行业从“重产品评价”向“重设计方案”转变。

——聚焦重点方向，源头推广解决方案

指南明确了长寿命设计、无害化设计、轻量化设计等11个绿色设计重点方向，并以15个行业为典型示例，通过附件形式细化列举了126个解决方案。

“指南结合工程机械、机床、轴承、风电装备、氢能装备等行业特点，而成为连接传统与未来、融合文化与经济、沟通中国与世界的坚实桥梁。当消费结构升级与产业结构优化同频共振，当文化自信与经济动能相互滋养，一幅更具温度、更有厚度的高质量发展画卷正徐徐展开。

(新华社北京5月7日电)

春假中的多彩活动



5月6日至9日的春假期间，定西市安定区的科技馆、文化馆等公共场所开展科普探秘、文化体验、实践研学等活动，让学生们利用假期拓宽视野，感知科学技术和传统文化魅力。

上图：5月7日，学生在甘肃省定西市安定区人工智能教育基地观看智能机器人表演。

左图：5月7日，学生在甘肃省定西市安定区科技馆和智能机器人对弈。

新华社发(王克贤 摄)

新华社发(王克贤 摄)

从文旅产业GDP占比看中国经济新图景

新华社记者 余俊杰

日暖风轻，正是出游时。

文化和旅游部最新数据显示，刚刚过去的“五一”假期，全国国内出游3.25亿人次，同比增长3.6%；国内出游总花费1854.92亿元，同比增长2.9%。文旅经济热潮涌动，假日消费活力十足。

当把目光从一个假期扩展到全年，更能感受到文旅产业的澎湃活力。国家统计局此前发布的年度数据显示：我国文化及相关产业增加值占GDP比重达4.61%，旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.35%。

从假期“流量”到全年“常量”，文旅产业在国民经济中的分量正悄然跃升，成为不可忽视的重要力量。

这不仅仅是产业位次的更迭，更折射出中国经济增长动力结构的深层之变——内需引擎中，服务消费的“助推器”作用愈发凸显，正加快成为拉动经济前行的重要动力。

这种变化，直观地映射出我国消费结构的升级。过去，谈到消费，人们更

多想到的是买点什么东西；如今，一场说走就走的旅行、一次沉浸式的文化浸润、一顿独具风味的非遗美食，正成为越来越多人“愿为之付费”的生活方式选项。从“拥有什么”到“体验什么”，从满足生存到丰盈精神，消费的内涵正在被重新定义。

进入2026年，这股势头依然强劲：今年春节假期，国内出游5.96亿人次，旅游花费超8000亿元，刷新纪录；一季度，我国规模以上文化企业营收超3.5万亿元，同比增长6.4%。

这些数字背后，是14亿多中国人民对美好生活的向往正从“有没有”向“好不好”跨越，是精神文化需求在消费天平上日益增长的分量。

放眼全球，一些发达国家文旅业在国民经济中的占比超过20%。我国目前的数据水平，既说明已有坚实基础，更昭示着广阔的发展空间。

文旅产业已成为人民群众幸福感、获得感的重要来源，也是提振消费、拉

动增长的重要动力。那么，从GDP占比数字出发，中国经济的新图景究竟“新”在何处？

新图景之新，首先在于文旅正成为惠及万家的民生产业。

过去谈及文旅，人们更多想到的是景区门票。而今天，文旅的触角已延伸至县域乡村、寻常巷陌。美团数据显示，今年“五一”假期，非遗主题游持续升温。非遗工坊带动就业增收，乡村旅游释放富民效应，文旅产业正在发挥实实在在的民生价值，让发展红利惠及更多普通人。

新图景之新，更在于文旅正成为滋养人心的幸福产业。

消费结构的升级，本质上是人们对美好生活向往的内心投射。从城市街角的主题书店，到乡村田间的艺术节庆，文旅消费不再是可有可无的“点缀”，而成为提升生活品质、滋养精神世界的“必需品”。

新图景之新，还在于文旅正成为赋能发展的支柱产业。