

游客假日出行的首选变了吗

新华社“新华视点”记者 何磊静

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

日前，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服务管理不到位，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、体验更深化、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、品宋茶，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吸引力。“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，让游客在场景中被打动和治愈。”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。

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。

司法部全面推行“扫码入企”行政检查要“亮码”

新华社北京5月8日电(记者 齐琪)记者5月8日从司法部获悉，为巩固深化规范涉企行政执法专项行动成果、健全长效机制，进一步提升行政执法效能，司法部印发《关于全面推行“扫码入企”工作 进一步规范涉企行政检查的通知》，对“扫码入企”基本环节、基本要素进行统一规范。

据介绍，“扫码入企”是规范行政检查的有效措施。在规范涉企行政执法专项行动中，很多地方探索运用“扫码入企”治理乱检查，形成不少有效经验做法。通知在总结地方实践经验的基础上，对“扫码入企”进一步规范，明确省级政府行政执法监督机构要加强统筹，会同有关执法部门加快整合赋码渠道，形成统一的“执法码”。强调“执法码”是关联行政检查行为、显示检查任务的唯一数字标识，全面涵盖检查主体、人员、数量、事项、时间地点、结果等内容。

通知明确扫码程序，严格扫码流程，入企检查前，执法人员要报批报备检查任务，系统自动生成“执法码”；联合检查的，一次只赋一个码。未取得“执法码”的，不得实施检查；情况紧急、需当场实施的，事后要限时补办。入企检查时，执法人员主动出示“执法码”，企业扫码核验相关信息，有异议的可以一键反馈。入企检查后，自动形成检查记录与执法文书，统一汇聚到政府行政执法监督信息系统，实现对检查的全过程监督。

通知强调，充分发挥现有执法系统平台的功能，精简合并检查事项，强化对不同企业的差异化监管，有效避免走过场检查、无效检查，提升检查精准性。通过统一赋码，强化技术赋能，进一步规范入企检查，避免数据多头录入、重复录入。通过“政府赋码、执法亮码、企业扫码”，实现对行政检查全过程监督，切实发挥“扫码入企”对执法行为的规范和约束作用。

上海成为2028年奥运会资格系列赛举办城市

新华社洛桑5月7日电 国际奥委会7日宣布，上海、东京等四座城市成为2028年洛杉矶奥运会资格系列赛举办城市。这是继2024年巴黎奥运会资格赛后，该项赛事再次落户上海。

洛杉矶奥运会资格系列赛共分4站，将分别在日本东京、中国上海、加拿大蒙特利尔和美国奥兰多举行。其中，亚洲两站赛事于2028年5月进行，北美两站在6月举行。每站赛事的具体项目设置还待确认，目前计划设项包括三人篮球、沙滩排球、自由式小轮车、攀岩、腰旗橄榄球和滑板。其中，自由式小轮车、攀岩和滑板是2024年首届奥运会资格系列赛项目，三人篮球、沙滩排球和腰旗橄榄球则是新加入的项目。

为在奥运会举办的十几天之外持续保持奥林匹克运动的热度，并更多吸引青年人的关注，国际奥委会在巴黎奥运周期创办了奥运会资格系列赛。创立这一赛事，也是奥林匹克运动改革路线图《奥林匹克2020+5议程》中的一项重要举措。

国际奥委会主席柯丝蒂·考文垂说：“本届资格系列赛是通往洛杉矶奥运会道路上的一项激动人心的全球赛事。它采用一种模式，四站、六项运动，旨在提升运动员的曝光度并增强全球粉丝的参与。我们相信奥运会资格系列赛对于体育迷和举办城市而言都将精彩非凡。粉丝将置身于赛场核心，节日般的体验、体育、音乐、文化将在标志性的城市中鲜活呈现。”

2024年巴黎奥运会前，上海和布达佩斯各举办一站奥运会资格系列赛，各界反响良好。

据悉，本届赛事将落地上海西岸，该区域正是上海“一江一河”世界级滨水区的核心组成部分之一。上海市体育局相关负责人表示，申办2028年奥运会资格系列赛，是基于2024年该项赛事的成功经验，希望进一步构建青年与城市双向赋能的全球盛会，坚持“城市因青春而绽放”理念，让年轻化、潮流化的城市运动深度融入日常，培养忠实的观众与爱好者；同时以“青年(Youth)、城市(Urban)、创意(Creativity)、活力(Energy)”为愿景，通过赛事和城市体育派对激发青年与城市双向奔赴的活力。

2025年我国自行车全行业总产量超1.1亿辆



自行车轮毂前交流讨论。5月6日，参观者在一组安装了碳纤维热塑辐条的

新华社上海5月8日电(记者 叶昊鸣) 2025年，我国自行车全行业总产量为11080万辆，同比增长11.3%，全年生产实现平稳增长。

这是记者8日从2026中国国际自行车展览会上了解到的消息。本届展览会在上海举办，紧扣全球自行车产业绿色、智能、高端发展趋势，集中展现我国自行车新产品和产业发展新趋势。

中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉介绍，2025年，我国自行车全行业规模以上企业实现营业收入同比增长9%，利润实现大幅提升。

出口方面，2025年，我国自行车出口

4893.9万辆，同比增长2.4%，行业出口保持平稳增长；自行车零部件出口额36.32亿美元，同比增长10.6%，零部件出口表现突出。

“自行车市场消费拓展新边界，多元场景激活细分需求。”郭文玉说，2025年，我国举办自行车赛事101场，较2024年增长23%，参与竞赛人数突破百万人；我国业余骑行俱乐部数量突破8万家，骑行装备市场快速扩容。全国共享单车日均骑行量达1.2亿次，作为城市交通的补充，更好满足城市通勤、短途出行等需求。折叠自行车、亲子骑行车等品类精准对接家庭出行与休闲健身需求，满足了消费者日益多元化的生活方式。

2025年，电动自行车以旧换新政策与新国标落地实施。据统计，我国电动自行车全年以旧换新超1250万辆，更新量较2024年增长至9倍，带动合规新车消费与产业升级。新修订的强制性国家标准《电动自行车安全技术规范》为行业发展划定基准线，推动市场向安全、合规方向转型。目前，我国智能电动自行车占比约20%，智能化、时尚化配置成为消费主流。

“在激发市场活力的同时，也从国家层面为自行车全行业安全制定了标准规范，有利于全行业进一步提质增效，推进全行业高质量发展。”郭文玉说。