值班主任：张晓霞 责任编辑：郭婷婷 新闻热线：(010)63376698 E-mail:zgxxbjjb@163.com

编者按

当前，我国体验经济正迎来蓬勃发展的黄金时期。《中国体验经济发展报告(2025)》显示，截至2025年11月份，我国体验经济市场规模已突破18.4万亿元，同比增长22.6%，增速显著高于全球平均水平。随着以“体验”为核心的新业态加快发展，体验经济已覆盖文化旅游、零售商业、教育培训、健康生活等多个领域，呈现“量增”“质升”并进之势，逐渐成为激发消费活力、推动产业升级、促进地区发展的新引擎。本期《一线调查》聚焦各地发展体验经济的新颖思路，以飨读者。

山海之间的康养新叙事

——青岛西海岸新区以体验经济打造健康消费新路径

■ 陈清泽

走进藏马山，“白天飞天、夜晚泡汤”，在低空飞行中俯瞰山海相连，在中药温泉里感受草本浸润；走进杨家山里，在万亩生态林中体验氧吧疗愈和中医理疗……近年来，这些场景正在山东省青岛西海岸新区渐次铺开——康养产业从服务供给转向体验创造，以“体验经济”为引擎的康养产业变革在这里悄然发生。

体验激活消费：从“看风景”到“养身心”

青岛西海岸新区近年来将山海生态、中医文化与低空飞行等资源转化为沉浸式康养场景，通过业态融合与产品创新推动“观光型”消费向“参与型”消费转型。藏马山“君行藏马”医养文旅综合体就是西海岸新区以“体验经济”激活健康消费的典型实践。

藏马山旅游度假区位于青岛西海岸新区藏马镇，总规划面积约32平方公里，拥有山、湖、林、温泉四大资源，森林覆盖率达76%，是国家4A级旅游景区、山东省生态旅游示范区。君行藏马项目以中医养生为文化内核，融合温泉沐浴、药浴理疗、中医膳食等业态，将低空飞行体验与温泉康养巧妙结合。2025年冬季，西海岸新区携手青岛隆海健康产业集团旗下君行藏马等品质温泉，推出“汤泉+养生+住宿”一站式服务，让“暖冬泡汤”成为西海岸新区的冬季地标性体验。

杨家山里片区则将康养体验延伸至森林。片区依托九山沟万亩生态林，发展森林步道、氧吧疗愈、中医理疗等康养项目，结合智能监测系统打造“生态数据+康养服务”品牌。2024年以来，杨家山里片区累计接待游客60万人，旅游收入超1亿元。

体验赋能产业：从“卖床位”到“卖场景”

康养产业从“卖床位”到“卖场景”的转型，核心在于让服务变得可感知、可参与。这正是青岛西海岸新区“体验经济”赋能产业升级的关键逻辑。

2025年，西海岸新区印发《青岛西海岸新区促进银发经济发展增进老年人福祉实施方案(2025—2027年)》，明确到2027年打造中国北方首届一指的康养医疗旅居目的地，擦亮“银发乐土、康养新区”新名片。

在居家社区层面，当地深入实施“1+N+6”居家社区养老服务模式，在每个镇街建设至少一处600平方米以上的居家社区养老服务中心，按照“15分钟养老服务圈”辐射周边N处服务驿站，提供助餐、助医、助洁、助浴、助急、助乐等6项服务。目前，全区已建成居家社区养老服务中心、驿站总数达328处，居家社区养老签约6.59万人，服务总量突破660万人次。

在科技赋能方面，西海岸新区相关企业积极开展智能护理机器人、防走失终端等适老化智能设备研发，推进可穿戴设备、陪伴机器人等在养老场景的集成应用。青岛华大健康产业项目搭建起“风险评估—干预实施—效果追踪”的全周期健康管理闭环，将“基因+细胞”科技转化为可感知、可参与、可消费的健康管理服务。当基因检测、智能监测这些前沿技术变成普通人也能体验的健康服务，康养消费的门槛便被大幅降低，参与度明显提高。

体验点亮生活：从“养得老”到“过得好”

康养产业的终极价值在于提升生命质量。在西海岸新区，康养体验正在从小众高端走向大众普惠，通过将养老服务设施委托给养老服务企业开展连锁化、专业化、品牌化运营，创新建立“个人出一点、企业让一点、政府补一点、集体添一点、社会捐一点”的多元筹资机制，实现老年人最低1元就餐。截至目前，全区享受养老助餐服务的人数达7.3万人，已开展老年助餐服务531.3万人次。

从“养得老”到“过得好”，本质是消费理念的升级。当前，西海岸新区正推动医疗、养老、文旅业态深度融合，重点打造和完善藏马、琅琊、大珠山、小珠山等区域智慧康养文旅业态。当山海资源遇上中医文化，当智能监测融入森林深处，康养就不再只是一个行业门类，而成为点亮美好生活的方式。面向未来，西海岸新区将锚定“银发乐土、康养新区”目标，加速融入“中国康湾”战略布局，为康养产业高质量发展提供值得借鉴的西海岸样本。

从“看风景”到“入情景”

——“才子之乡”抚州体验经济的“破圈”之路

■ 徐茜

“爆竹声中一岁除，‘一句话’之‘粉’循环往复的NPC话音未落，围观的游客们便纷纷举手抢答。各对者的奖品是可在街区任一商铺消费的“银票”。这是江西省抚州市文昌里历史文化街区“跟着才子游抚州”活动中的寻常一幕，也是当下体验经济在抚州蓬勃生长的生动注脚。

当“情绪价值”成为文旅消费的关键词，当游客不再满足于“走马观花”式的观光，抚州这座“才子之乡”敏锐地抓住了体验经济的风口，将深厚的历史文化资源转化为可感知、可参与的沉浸式场景。数据显示，2025年抚州全市接待游客超8000万人次，旅游综合收入突破700亿元；其中抚州文昌里历史文化街区接待游客超1844.43万人次，2026年清明小长假3天接待游客35.04万人次，同比增长64.57%。这组数据背后，正是抚州从“看风景”转向“入情景”的特色发展之路。

政策赋能，为体验经济发展搭建制度框架

发展体验经济，制度先行。近年来，抚州从产业布局、业态创新、消费激励等维度协同发力，构建了一套系统化的政策支撑体系。2025年，抚州出台《加快服务业高质量发展若干政策措施》，明确重点扶持文化旅游、生态康养等生活性服务业，鼓励发展“低空+文旅消费”等新业态，为体验经济相关产业指明了发展方向。

当地联动文昌里历史文化街区、王安石纪念馆、汤显祖纪念馆等，开发“才子文化研学线路”，配套推出“才子宴”“临川一梦”主题旅宿推动文化IP与消费场景深度融合，全年文昌里历史文化街区打造“临川一梦”“才子一宿”沉浸剧场景，配套抚州市文化广电旅游局推出《促进文化旅游消费行动方案》，明确“月月有活动、周周有演出”的常态化运营机制。

平台承载，优化体验经济空间布局

体验经济需要物理空间作为承载。抚州以文昌里历史文化街区为龙头，以黎川县明清老街、乐安县流坑古村等为支撑，打造了“一核引领、多点支撑”的体验经济空间布局，实现从单点突破到全域联动的跨越。

作为“一核”，文昌里历史文化街区是抚州体验经济的标杆。抚州市委、市政府将其改造列为全市城建、文旅和创建国家历史文化名城的“三个头号工程”，成立文昌里历史文化街区管理委员会专职推进。走进文昌里，扮演王安石、汤显祖等历史名人的NPC分散在街区各处，与游客对诗、聊天、比字画，街区不再是静止的仿古建筑群，而是一个没有围墙的大型实景剧场。2026年清明小长假，这里举办了首届花朝节系列活动，花神大典、香囊DIY、清明裸制作……传统文化从书本中“走”了出来，成为游客指尖可触、舌尖可尝的真实体验。

作为“多点”支撑，黎川县明清老街提供了历史街区活态传承的样本。这条始建于南宋的老街，坚持“修一栋、活一栋、用一栋”，将闲置空间转化为文旅消费的功能节点。废弃民居楼变身陶艺体验馆，空置老骑楼改造为油画民宿，非遗传承人手把手教游客制作灌芯糖……“前店后坊+体验互动”的复合型业态，让240多家新型文旅商铺在老街生根发芽。数据显示，2025年上半年，黎川老街接待游客突破520万人次，旅综营业收入同比增长42%。此外，乐安县流坑古村、金溪县竹桥古村等也各具特色，共同构成了抚州体验经济的空间矩阵。

业态创新，以融合思维拓展体验边界

体验经济的生命力在于持续创新。抚州坚持“有节过节、无节造节”，构建起“节庆引流+日常体验+夜间演艺”的产品体系，同时大胆推动跨界融合，让体验经济的触角从景区延伸到乡村、从地面升上天空。

节庆是最天然的流量入口。抚州推动各地深挖本土资源，打造“一县一品”的沉浸式体验IP。如崇仁县将“十里桃花”与“崇仁麻鸡”两大IP巧妙结合，游客在桃林间邂逅“十二花神”，与五大桃花主题NPC互动，赏花之余还能品尝地道的麻鸡宴。2026年桃花节首日，许坊乡就涌入了约5万人次游客，预计整场活动将突破20万人次。与此同时，抚州还不满足于传统文旅的边界。在南城县，“体验带飞·空中看家乡”低空项目让市民坐上轻型运动飞机，从数百米高空俯瞰熟悉的村落与田野。这种“上帝视角”带来的震撼与自豪，迅速成为返乡过年的新潮玩法，也让体验经济的边界从地面延伸到了天空。

从文昌里的NPC互动到黎川老街的非遗手作，从崇仁的桃花节到南城的低空观光，抚州的文旅市场正经历着一场从“看风景”向“入情景”的业态转变，成功拉动了区域消费，激活闲置空间、繁荣产业发展。在体验经济这条赛道上，抚州这座千年“才子之乡”，正在用最“潮”的方式，讲述最“古”的故事，让来自全国各地的游客沉浸其中，生出“情不知所起，一往而深”的感慨。

一花一果皆为媒 一步一频总关景

——体验经济激活重庆乡村发展新动能

■ 赵明飞

近年来，重庆立足山地特色农业资源，深耕农旅融合赛道，将传统农业生产与文旅体验消费深度绑定，通过打造沉浸式赏花、互动式采摘、场景化农耕等体验场景，持续点燃百姓消费热情。如今，体验经济正成为激活重庆乡村发展新动能的关键路径，通过打造特色乡村游、创新产业形态、深化城乡融合，绘就出一幅产业兴旺、百姓增收、生活美好的巴渝乡村新画卷。

打造体验型乡村旅游模式

为推动乡村旅游高质量发展、助力乡村振兴，重庆立足地域特色与发展布局，出台《重庆市乡村休闲旅游业“十四五”规划》等政策措施，强化规划引领，构建市级统筹、区县联动工作机制，厘清全域发展路径，差异化打造都市休闲、三峡生态、民族民俗等乡村旅游板块。当地一方面持续深化农旅融合，推出特色旅游线路与节庆活动，延伸旅游产业链，培育民宿、康养、研学等新业态；另一方面加快“快旅慢游”交通网络、智慧旅游及公共服务设施建设，提升旅游服务承载力。同时不断加大品牌培育力度，推进乡村旅游重点村镇创建，健全行业标准与市场监管体系，以扎实政策推动乡村旅游蓬勃发展。

2025年，重庆乡村休闲旅游接待游客3.17亿人次，同比增长11.8%；实现营业收入1201.3亿元，同比增长10.1%，产业规模与经济效益实现双提升。今年一季度，春季赏花、乡村休闲、农事体验等消费持续火爆，叠加中小学首个春假与清明假期衔接，双重利好推动全市乡村玩乐相关订单量同比增长106%，乡村旅游市场迎来旺季。一系列数据展现出产业的蓬勃活力，以体验为主的乡村旅游模式成为重庆乡村振兴的强劲引擎。

沉浸式体验聚势引流

重庆各地以山水为景、花果为媒，依托特色花卉果木种植基地，举办各类花卉、采摘旅游节会，创新多元体验场景，打造沉浸式、互动式赏花采摘体验，汇聚旅游人气，促进经济发展。

在赏花经济方面，潼南崇龛花海景区万亩油菜花海近期迎来盛花期，日均接待游客超4万人次，粉色浮桥、小火车、游船等设施全面升级，水陆空立体赏花体验全线拉满。江津区蔡家镇镇山樱博园，7000亩樱花竞相绽放，开园至今已接待游客近15万人次，销售收入同比增长10%。

在农业采摘方面，重庆立足柑橘、葡萄、草莓等特色鲜果产业，打造全季型采摘体验基地，让游客走进田间，亲手采摘品尝鲜果，感受农耕乐趣，有效带动农产品就地销售，延长农业产业链。涪陵美心红酒小镇聚焦葡萄种植产业，打造集采摘、研学、深加工于一体的体验园区，景区接待游客量稳步攀升，农产品销售额同比增长45%，景区周边30%的村民通过土地流转、园区务工、经营民宿实现“一田三收”。

在业态融合方面，大足区五彩田园以花田大锅为载体，推动农业观光与餐饮消费、户外体验等业态深度融合，带动休闲观光活动、餐饮行业销售收入同比分别增长20%和24.8%。铜梁区双山镇创新拓展多元休闲业态，采摘樱桃的同时，发展稻田钓蛙、池边观鱼等休闲旅游项目，擦亮了“仙隐双山·梁你而美”特色旅游名片。

全链升级赋能乡村蝶变

重庆农业体验经济的发展，始终紧扣百姓对美好生活的向往，使产业升级与乡村焕新同步推进，带动乡村基础设施不断完善，人居环境持续优化。

为推动农业向“生产+体验+消费+文旅”全产业链延伸，推动传统农业向休闲农业、观光农业、品牌农业转型，重庆创新打造全产业链消费场景，让百姓在赏花采摘中感受田园之美、农耕之乐，让农民在产业融合中实现增收致富，让乡村在业态创新中焕发新生。截至目前，重庆农旅入选中国美丽乡村休闲旅游行精品景点线路28条、“跟着乡宿去旅行”精品线路8条；全市累计建成全国休闲农业重点县8个、中国美丽休闲乡村90个、市级休闲农业和乡村旅游重点镇村1420个，培育全产业链产值超3000万元乡村125个，形成了点线、面立体式发展格局。

与此同时，重庆不断完善乡村基础设施，停车场、旅游步道、民宿餐饮、公共服务等配套逐步健全，乡村人居环境持续优化，让乡村既有田园风光，又不失城市品质。

展望未来，重庆将持续深耕体验经济与山地农业融合发展，进一步丰富体验业态、提升体验品质、延伸产业链条，打造更多具有重庆特色的农旅融合体验品牌，推动农业体验经济从“规模扩张”向“质量提升”转变，不断激发消费新活力，培育产业新动能，点亮乡村新生活。

2020-2025年重庆乡村休闲旅游发展情况

体验经济：一场重塑消费格局的商业革命

■ 张晓霞

从沉浸式文旅场馆的火爆，到主题餐厅、文创体验店的受追捧，再到工业旅游、非遗项目的深入人心——现象琳琅满目，背后是一条主线：体验经济正在加速崛起。它并非独立于传统经济之外的全新业态，而是农业、工业、服务业深度融合升级的产物。它改变的不只是消费方式，更在重构市场供需关系、产业发展逻辑与商业竞争格局。

体验经济的核心，是让消费者从“被动消费”转向“主动参与”，为情感共鸣与个性化感受付费。农业经济、工业经济时代，消费的核心是满足基本生存与物质需求，人们看重实用功能与价格；进入服务经济阶段，服务品质成为竞争关键。而体验经济彻底打破了这一逻辑，消费者更愿意为场景氛围、互动乐趣、文化共鸣等无形体验买单。一杯普通咖啡与沉浸式咖啡馆的咖啡，差价不仅在于食材，更在于环境营造、仪式感与社交价值；一场普通观光与沉浸式实景演出，区别也从走马观花变为深度融入。这种转变，是消费需求的进阶，也是一面镜子，照出了经济发展水平的真实提升。

体验经济为经济发展注入了全新活力，把潜在需求变成了真金白银。对消费者而言，它满足了多元化、品质化、个性化的精神需求；对企业来说，体验化转型成为摆脱同质化竞争、提升产品附加值的关键路径，把产业从低端价格战拽进了高端价值战。同时，体验经济的跨界融合特性，带动文旅、餐饮、零售、文创等多产业协同发展，催生了密室设计师、体验运营师、文旅策划师等新职业，拓宽了就业渠道。更重要的是，它激活了传统文化与地域特色资源的经济价值，让静态文化符号转化为可感知、可参与的体验项目，实现了经济发展与文化传承的“双向奔赴”。

然而，体验经济快速扩张的同时，行业乱象也不容忽视。不少领域盲目跟风、同质化严重，网红打卡点千篇一律，沉浸式项目照搬模仿，缺乏原创创意与文化内核，往往昙花一现。部分商家过度追求流量，重形式轻内容，用华丽包装掩盖产品与服务的短板，导致消费者体验感大打折扣。此外，行业标准缺失、服务质量参差不齐、虚假宣传等问题，让不少体验项目陷入了“叫好不叫座”的尴尬。

推动体验经济从“网红”变“长红”，需要“量增”与“质升”同步发力。企业要摒弃短期逐利思维，深耕内容与创意，与其追逐风口，不如成为风口本身。如某老字号品牌将传统酿酒工艺改造为沉浸式体验工坊，游客不再只是“看”和“买”，而是亲手参与酿造环节，最终带走一瓶属于自己的定制产品，结果客单价翻了数倍，复购率远超普通门店。这就是体验经济的真正威力：用不可复制的内容，换来不可替代的忠诚。与此同时，借助虚拟现实、人工智能等前沿技术，让科技为体验赋能。行业层面需加快建立标准体系，规范市场秩序，引导良性竞争。政府部门则应优化营商环境，鼓励创新创造，加强监管力度，保障消费者合法权益。

从“买物品”到“买体验”，体验经济表面上是消费形态的迭代，实则是中国大市场生机与活力的折射。它一头连着人民群众对高品质生活的向往，另一头连着中国经济向新而行的动力。唯有因地制宜，拒绝千篇一律，才能让体验经济真正释放内需潜力、激活产业活力，成为推动经济高质量发展的持久动力；让每一次消费，都值得回味；让每一份体验，既有价值，也有温度。

体验为核 音乐为媒

——阜阳借音乐节撬动城市消费与产业双升级

■ 王乐蔚

当消费升级浪潮与城市转型需求交织，体验经济正成为激活内需、重塑城市竞争力的核心密码。在传统农业大市安徽阜阳，一个以“斑马”为名的音乐节，正从一场音乐盛会蜕变为撬动城市经济转型的强力支点。自2023年启幕至今，阜阳斑马音乐节已成功举办4届，并以其独特的运营模式与精准的战略定位，将短暂的音乐流量转化为持久的消费增量，产业动能与城市品牌，探索出一条内陆城市以体验经济激发消费活力、推动产业升级、点亮美好生活的创新路径。

票根新模式：全链体验激活消费“强磁场”

体验经济的核心，在于为消费者创造超越商品本身的难忘感受与完整记忆。阜阳斑马音乐节的破圈之道，正是将单一的音乐演出，升级为融合“吃、住、行、游、购、娱”的全链条沉浸式体验。数据显示，4届斑马音乐节累计吸引29.2万人次承诺，其中外地乐迷占比高达69%，成为辐射皖北、联动长三角的现象级文旅IP。2025巅峰·斑马音乐节，直接带动阜阳城市综合消费突破6亿元，市区酒店平均入住率达96%，单场票房达1400万元。

这一惊人转化力，源于阜阳精心设计的“票根经济”模式：一张音乐节门票，不仅是入场凭证，更是畅游阜阳的“优惠通行证”。凭票根，乐迷可半价乃至免费游览颍州西湖、海洋公园等核心景区，有效延长了游客停留时间，将“一日匆匆过”转变为“三日深度游”。

为丰富体验维度，音乐节现场同步打造阜阳特色美食市集，汇聚格拉条、太和板面等36种地方风味，让音乐节奏与舌尖美味同频共振。全城联动的体验设计，精准击中了新生代消费者的核心需求，带动城区重点商圈客流量同比增长超40%。一张小小的票根，如同一条金色纽带，串联起演出、旅游、餐饮、住宿、零售的全产业链，成功将瞬时“流量”沉淀为城市“留量”，构建起体验经济的消费闭环。

服务暖人心：全城守护铸就“暖心城”口碑

在体验经济的价值体系中，服务本身就是核心产品。如果说明星阵容是吸引客流的“硬实力”，那么极致入微、全城协同的暖心服务，则是留住人心、塑造口碑的“软实力”。阜阳以“暖城服务”为抓手，举全市之力保障音乐节举办，将“头回客”变为“回头客”，让“流量客”变为“忠实粉”。

2025年国庆期间，面对数万乐迷的瞬时涌入，阜阳交出了一份“零差评”的服务答卷：交通部门调度200余辆接驳车，在高铁站、机场与演出现场间开通免费“点对点”专线，让出行不再成为烦恼；全市百余家酒店公开承诺“节假日不涨价”，以诚信经营打消游客“宰客焦虑”；现场部署1546名安保力量与4个应急医疗点，市场监管部门全程驻点护航食品安全。

这种“宠粉”式的精细化服务，迅速在社交平台实现裂变传播，为阜阳赢得了“暖心城市”的鲜明“人设”。一位江苏乐迷留言点赞：“不仅现场震撼，更处处感受到被尊重、被善待的温暖。”在体验经济时代，这种发自内心的口碑是最具含金量的城市品牌资产，为阜阳持续吸引八方来客奠定了坚实的信任基础。

音浪促产兴：节庆IP赋能城市“新基因”

音乐节的战略价值，远不止于几天的狂欢与短期的消费提振，它更是阜阳深度布局体验经济、推动城市产业结构转型升级的战略切口。

从消费端看，音乐节的“流量效应”正持续转化为商业“留量”。借势音乐节的超高人气，当地成功引入80余家国内外知名品牌“首店”，激活了商业街区的持久活力。2025年，通过音乐节、体育赛事等各类体验活动，仅颍州区便直接拉动暑期消费近20亿元，有力推动了区域商业形态迭代升级。

从产业端看，音乐节正深刻重塑阜阳的城市基因。长期以来，阜阳以农业立市，如今正通过持续打造“斑马”IP，盘活存量资源，将旧粮仓、老厂房改造为原创音乐基地与LiveHouse，把“音乐体验”从短期节庆延伸至日常场景，不仅培育了本土音乐人才，更构建起“音乐+文旅”“音乐+商业”“音乐+文创”的融合产业链条，为传统产业转型、新兴业态培育注入了强劲的文化动能。

从“卖粮食”到“卖体验”，从传统农业大市到新兴体验之城，阜阳以斑马音乐节为支点撬动社会发展的生动实践表明：体验经济是内陆城市突破发展瓶颈，实现弯道超车的可行路径。通过精准造节聚合人气、极致服务赢得人心、产业延伸放大价值，阜阳正将一场场体验感满满的音乐节转化为促进城市发展的核心竞争力。