

# 人文经济激活消费新动能

## 成都：流量变“留量” 文旅融合激发新活力

□新华社记者董小红 赵怡宁

青砖黛瓦的老厂房里，川剧的婉转唱腔与电子音乐的动感节拍交织……走进成都市青羊区大旗茶馆，在茶汤氤氲与音乐悠扬中，市民游客能感受“老成都”与“新时尚”共生的独特魅力。

这里原本是成都漆器工艺厂，2025年10月，经过改造升级后，它彻底告别单一的厂房属性，变为集茶文化体验、非遗展示、艺术交流于一体的文旅融合新消费空间。

“茶馆是一个载体，里面装的是成都文化。”大旗茶馆主理人文艺介绍，茶馆每天有固定的茶艺、川剧变脸等表演，定期会举办非遗手工课，还设置了专门的扎染体验区域。

为了吸引更多年轻人，茶馆还开设了甜品铺。“不同消费场景可以满足多个年龄段游客的需求，让大家沉浸式感受老成都文化的浸润。”文艺说。

如今，大旗茶馆不仅成为市民游客的网红打卡地，越来越多文旅展演活动也钟情于此。这座老厂房的蝶变，是成都激发消费活力的一个缩影。近年来，以“场景”为核心的文旅融合实践正在成都街头蓬勃兴起。

拥有60余年历史的成都人民饭店锅炉房被改造成戏剧综合空间，形成集戏剧演出、艺术创

作、生活消费于一体的复合场景；成都兴隆湖正推动公园从单一赏景到复合业态转型，打造皮划艇体验、星空露营、宠物友好等“公园+”新消费场景……一个个精彩纷呈的场景创新案例，为成都文旅融合写下生动注脚。

灯映草木，光绘河流，虫鸣伴星落，花影随风摇……非遗千灯游园会近日在成都国际非遗博览园内举办，近10万平方米的园区化作璀璨灯海。此次灯会在设计中还巧妙融入了三星堆、金沙遗址等古蜀文明符号，借助现代光影技术，让沉睡的历史在夜色中“复活”。

令人心跳加速的，还有每日定点上演的非遗绝技盛宴。打铁花表演中，高温铁水在专业表演者手中绽放成万朵金菊、千条流星，宛如星辰陨落。

“太震撼了！1600度的铁水洒向夜空的瞬间，整个天空都被照亮了，比电影特效还要精彩。”看完打铁花表演的浙江游客吕女士难掩激动之情，感慨“不虚此行”。

在铁像寺水街捧一盏盖碗茶细品醇厚茶香，在玉林路偶遇一场民谣音乐节，在城郊乡村体验一次热闹的“村糖会”……“天府之国”的烟火气与时尚不仅体现在宽窄巷子、锦里等传统景区，更融入街头巷尾，成为一种生活方式。

成都“数字文创黄金周”带动门票、商品销售及周边消费达18.32亿元；2025英雄联盟全球

总决赛主场吸引超过1.1万名观众，其中四川省外观众占比达85%，带动成都市各类消费超2.7亿元……随着文旅融合加速，游客不再满足于走马观花，而是愿意留下来，让消费从“点”延伸成“线”，带动“吃住行游购娱”全链条升级。

成都市文广旅局提供的数据显示，2025年1至11月，成都文化旅游产业加速发展，新增规上企业105家、同比增长7.3%；接待游客3.02亿人次、同比增长5.3%。

“很多游客选择在江边喝茶、吃点心、赶大集，悠闲又满足。元旦期间，我们天天忙到脚不沾地……”成都郫都区夹关镇万福茶食店店长钟琳琳的感叹，道出了文旅融合消费的火爆。

不远处的望塔山民宿同样热度不减，凭借中医药文化体验、本地特色农家餐等差异化服务，元旦假期的民宿早早被预订一空。“而今，越来越多的外地游客选择到成都郊区体验‘微度假’的惬意。自去年投运以来，我们一直保持着90%的满房率。”民宿负责人徐林说。

(新华社成都1月21日电)



▲成都市青羊区大旗茶馆。新华社记者董小红 摄

## 天津：“笑声”里的消费力

□新华社记者宋瑞 周润健

隆冬时节，在现代时尚的天津陆家嘴购物中心，谦祥益相声茶馆又迎来了一波观众。

舞台上，两位演员一袭长袍，手持折扇，醒木轻拍，妙语连珠地将津城百态、美食典故与现代趣事串联；舞台下，观众们喝着茶、嗑着瓜子，惬意又放松。两小时内，台上包袱迭出，台下笑声不断。

相声，是一种民间说唱曲艺，深受群众欢迎。天津，九河下梢，漕运通衢。五方杂处的特质，让相声等曲艺在此生根发芽，马三立、侯宝林等相声大师曾从此处扬名。

在中国曲协理事、天津曲协副主席席清元看来，相声这门扎根于民间，源于生活的艺术，正通过系统性的品牌打造与深度的文旅融合，成为城市拉动消费、激活文旅的“黄金IP”。

“我冲着天津相声的名气而来，现场氛围很好。”来自内蒙古的游客古女士扬着提前一周抢到的票根说道。她计划在商场用完晚餐后，回酒店规划后续的旅游行程。

百年老字号谦祥益曾是知名的绸缎庄，进入新世纪后为弘扬传统文化，开办了相声茶馆。自2018年入驻该商场后，他们探索的“商业综合体里听相声”模式受到欢迎。天津谦祥益相声茶馆经理周玥说，节假日即便加演，票仍常常空，日均客流量近千人次，“观众听完相声，顺道在商场吃饭购物，对消费的带动效应非常直接。”

商场运营方更是深有感受。相声茶馆如同一个文化磁场，吸引了特定客流，并与商场内餐饮、零售形成联动效应，构筑了“听相声、品美食、享休闲”的一站式体验闭环，将文化流量稳固转化为消费能量。

在充满民俗味的古文化街——这条被誉为“津门故里”的5A级景区，名流茶馆已在此经营了35年。

负责人朱涛对节假日的景象印象尤为深刻：“有的游客拖着行李箱就直奔茶馆，他们的吃住行，直接拉动了周边经济。”

相声演员在表演中穿插的天津风物介绍，也常成为游客接下来的打卡指南。“真有不少游客听完推介，就去实地体验了。”朱涛感慨，这种“双向奔赴”让文化体验与旅游消费无缝衔接。

相声在天津的生命力，源自宽松闲适的人文环境和乐观豁达的城市性格。作为天津最具代表性和烟火气的文化符号之一，如今，天津既有开在古街里的老牌茶馆，也有位于商场、公园的新生剧场，吸引着八方来客。

西岸相声剧场就“藏”在天津市河西区人民公园内，已运营15年。在“相声消费”的带动下，2025年“十一”期间，公园内新增了茶饮、餐饮两个商业载体。

“剧场为公园带来了显著人气，观众听罢相声常在园内漫步、在周边就餐，形成了一条自然的休闲消费链。”西岸相声剧场副总经理吕晓明说。

数据显示，以谦祥益、名流、西岸为代表的相声茶馆，节假日外地游客占比高达95%，一票难求成为常态。相声成为不少外地游客来津的“必选项”，有效延长了游客的停留时间，形成了“为听一段相声，赴一座城”的消费吸引力。

创新的演绎形式，则不断为这份吸引力加码。2025年夏季亮相津城的“相声巴士”，将双层观光巴士变为移动剧场，50分钟行程串联起“天津之眼”、古文化街等20余处地标景点，演员既是表演者也是导游，让“景在眼前，乐在耳边”成为现实。

天津交通旅游有限公司总经理李云鹏说，一边赏夜景，一边听段子，为津城夜色增添了温度与生活气息，也成为串联景点、带动消费的流动纽带。

2025年“十一”期间，在中国大戏院上演的沉浸式相声专场《津味茶社》，则通过复刻老茶馆场景、增强观众互动，将门票升级为“穿越体验券”。尽管票价不菲，依旧迅速售罄，印证了市场为优质文化体验付费的强烈意愿。

天津市曲艺团艺术室主任张晓斌认为，曲艺消费正从“内容消费”转向“场景消费”。“消费者购买的不仅是一段表演，更是一份可参与、可分享的沉浸式记忆。”这种转变极大提升了消费的附加值。一场成功的演出，其经济辐射力远不止门票，更能带动文创开发、短视频传播、文旅线路整合，激活一个微型文化消费生态。

大型活动则将效应成倍放大。2025年，历时两个多月的第十四届天津相声节，通过36场主题演出、超过200场小剧场惠民演出，产生了显著的经济“乘数效应”。活动期间，古文化街、五大道等核心景区客流量明显增长，周边餐饮、零售营业额也大幅增加。“听相声、游天津”的模式愈发成熟。

天津市文化和旅游局副局长陈冰认为，对天津而言，相声早已超越单纯的娱乐形式，成为城市文化身份的典型标识。传统的“笑声”，正通过创造性转化，成为驱动文化新消费、塑造城市新魅力的强劲引擎。

茶馆里、巴士上、街巷间漾开的开心笑声，早已融入城市日常，点亮市井繁华，也浸润出一座城独有的韵味。

(新华社天津1月22日电)



▲游人排队准备登上“相声巴士” (2025年8月13日摄)。新华社记者李煜 摄

## 武汉：城市中心的“微度假”空间

□新华社记者龚联康 熊琦

每逢周末，武汉市武昌区武珞路一带车流不息。在滚滚的车流中，总有不少车辆朝着同一个方向汇聚——武商梦时代广场。为何一座商业综合体，能持续吸引如此多的人前往？

站在高空俯瞰，武商梦时代与古色古香的宝通寺仅一街之隔，建筑外形犹如一把巨大的“三角竖琴”，而内部则别有天地：总建筑面积约80万平方米，聚集零售、餐饮、亲子、娱乐等各类店铺超900家。自开业以来，它一次次刷新着人们对实体商业的想象。

走进商场，热闹的气息扑面而来。可容纳3000余人的空中滑雪场、近5万平方米的室内主题乐园、聚集老字号与地道小吃的“楚风汉味”美食街区……多元业态交织，让商场不再是单纯的购物场所，更像一座藏在城市中心的“快乐岛”。

“我们想打造的是‘吃、喝、玩、乐、游、购、娱’一站式综合体，让市民在城市中心就能实现‘微度假’。”武商集团副总经理、武商梦时代总经理王志明介绍，从规划之初，就有意将商场的传统零售与体验业态比例控制在约1:1，形成一个能同时满足购物、餐饮、社交、休闲乃至探索学习需求的复合场所。

位于A区8层的WS热雪奇迹，主打“家门口的

四季滑雪场”，已成为武汉热门的冰雪体验地。雪场内，游客们身着雪服、脚踏雪板，从绵长雪道上飞驰而下，不出市区就能体验“高难度”冲坡的快感。

“这几年，南方消费者对冰雪项目的热情越来越高。”WS热雪奇迹相关负责人表示，作为华中地区少有的城市中心滑雪场，这里提供专业教练与齐全装备，让周边居民不必远行即入“雪世界”。

同样人气旺盛的，还有位于C区3层的WS梦乐园。这座全天候室内主题乐园，拥有弹射过山车、飞行影院等科技互动项目，不受天气和季节影响，成为许多家庭周末放松的首选。

如今，这些体验项目不仅人气高涨，也带动商场其他业态消费共同增长。

乘扶梯来到B区5层，一片充满动感与潮酷气息的街区跃入眼帘。这里聚焦二次元文化、潮流玩具、电竞娱乐等年轻消费业态，吸引不少大学生顾客驻足。“武汉高校云集，学生群体是很重要的消费力量。”潮玩星球旗舰店店员小宋表示，商场每月举办漫展等活动，有效带动了到店客流。

“我们前期调研发现，‘Z世代’对动漫、游戏、潮玩等有很强的认同与消费意愿，因此专门规划了这个主题街区。”王志明表示，该区域旨在打造聚集同好、深度体验到实现消费的完整空间。

研究需求、精准布局、优化服务、促进消

费……这一思路贯穿于武商梦时代的运营实践。从高端美妆到小众设计，从新潮美食到专业运动装备，武商梦时代力图在每一条细分赛道，都为对应客群提供独特而深刻的线下体验。

武汉商务部门数据显示，2026年元旦假期，武商梦时代整体客流量同比增长超80%，销售额同比显著增长。

“人们常说‘因为看见，所以相信’。而在武商梦时代，我们努力实现的是‘因为相信，所以看见’。”武商集团相关负责人表示，在实体零售面临挑战的今天，坚定走向差异化、体验化、社交化，将商业空间转化为城市情感的连接点，打造更多元、更沉浸的消费场景，能持续为人们创造新鲜感与价值。

(新华社武汉1月22日电)



▼游客在“楚风汉味”美食街区游玩。新华社记者龚联康 摄