



情绪消费何以成为文旅新趋向

金 良

“走,去荔波小七孔,在晨雾中泛舟鸳鸯湖。”“来,我在乌江源百里画廊看夜景。”“今年,新蒲的跨年夜真嗨啊!无人机表演赏心悦目。”……最近,在社交平台,情绪共鸣正成为人们选择出行的新形式,年轻人越来越愿意为一段情绪、一种氛围、一份共鸣买单。

据抖音《2025 文旅数据报告》,2025 年“沉浸式旅游”相关内容播放量同比增长 137%，“疗愈”“仪式感”等与情绪有关的搜索热度激增超 90%；中国旅游研究院指出,情绪型文旅产品复购率是传统产品的 2.3 倍,用户满意度高达 4.8 分。

情绪消费是什么?它为何会成为文旅消费“新变化”?又将如何重塑文旅生态?

什么是情绪消费?它在文旅中有何体现?

情绪消费是一种新兴的消费形态,其核心不再局限于售卖产品,而是以满足消费者的情感需求为动力,通过产品和服务为消费者提供情绪价值,以实现商业变现。

一方面人们的物质生活日益丰盈,越来越不缺各种产品形态。另一方面,AI、大数据的信息洪流分散着人们的时间和精力,使注意力变得稀缺,真实感受愈加可贵。人们缺的早已不再是“东西”,而是情绪出口、心理认同和精神慰藉。情绪消费,正是精准回应了这一时代的深层需求。

细观当前市场上热门的文旅产品,情绪价值已深度嵌入人们的体验设计之中,大致有以下三类。

治愈系场景,让身心“松了一口气”。在快节奏、高压力的城市生活中,人们往往渴望短暂抽离,让节奏“慢下来”,使身心得到真正的放松和休憩。于是,“森林冥想”“温泉疗愈”“稻田瑜伽”等各种主打“慢

下来”的产品应运而生、迎风生长。贵州黔东南“梯田与苗寨的治愈之旅”,清晨登上观景台,看晨雾中的千层梯田如大地指纹般泛光,夜宿乡村民宿,听虫鸣入梦,看万家灯火点亮吊脚楼群。遵义酒潭推出“茶海疗愈营”,清晨在万亩茶园中漫步,午后亲手炒制明前茶,傍晚围炉煮茶、分享心事。这种“低干扰、缓节拍、高沉浸”的体验,精准回应了城市人对“安静陪伴”的深层渴望。

共鸣型叙事,变“你和我”为“我们”。文旅不是让游客“看风景”,而是让他们“成风景”,不再只是“你看”“你听我说”,而是锚定情绪触点,以故事为核,以互动为桥,做到心心相印,变“你和我”为“我们”。桐梓“村晚”为何持续火热,源于“村晚”舞台上,黔北文化与巴蜀灵韵相融共生,“村晚”从最初的村民演、村民看,到村民演、游客看,再到主客共演、主客共看,从“你”和“我”,“主”与“客”到“我们”。桐梓“村晚”作为黔川渝文化沟通交流之桥的作用越发凸显,它所撬动的不仅是桐梓九坝的避暑热,也推动九坝成长为新的康养福地。从“一季游”到“四季客”,再到“旅居”,情感归属让众多游客选择在九坝定居,康养地产蓬勃发展推动文旅产业实现更深层次蝶变。

表式打卡,让旅行说出“我”的态度。年轻人越来越追求个性独立,自由表达是他们建立自信的最佳武器。在旅游中,说出自己的声音,亮明“我”的态度,自由张扬个性,是最富 Z 世代风格的行为。比如,某社交平台高薪博主“小乙同学”,因一次偶然机会来赤水旅游,爱上了丹霞的奇崛和竹海的瑰丽后,选择在此停留运营露营地,传递出“忠于内心,掌控生活”的态度。网友李薇在贵州某县城进行反向游,用小红书记录“七天小城静居”日记,分享看老人下棋、听

苗绣针线声、漫步小巷人家的烟火慢生活,引发网友广泛共鸣,表达了人们对松弛生活的向往。

为何情绪会成为文旅消费的“新变化”?这是消费升级的自然演进。

2024 年,我国人均国内生产总值 95749 元,全国居民人均可支配收入达 41314 元。随着物质生活水平的日益提高,人们自然而然会转向满足更高层次的精神需求。文旅产业也相应从“有没有”向“好不好”“爽不爽”转变。一场三个小时的音乐会人们可能记不住,但一个清泉般的笑容,却能点亮人们心中的那片海。李子柒为什么能在停更 3 年后强势回归,实现“二番火”、持续火?除其内容一如以往的高水平外,还在于其所表现的诗意生活方式、丰富文化内涵和真挚情感表达符合人们对情绪消费的深层期待。唯有真心诚意触动心弦,人们也更愿意为“感动”停留,为“共鸣”买单。

网络传播放大了情绪的影响力。“酒香也怕巷子深”,数字传播时代,情绪是最易引发传播的内容。2025 年抖音平台上,四川乐一合唱团在演唱动漫《西游记》片尾曲“白龙马踏朝西”时,因合唱团团员董雨涵在忘词时的一个清傲自然而不失尴尬的笑容而意外走红。这个毫无表演痕迹的瞬间,被网友戏称为“治愈系笑容天花板”,引发广泛转发、评论。合唱团频繁接到各地的演出邀请,并因此登上央视、北京卫视等舞台,一次纯粹的情绪外流,竟成为打开成功之门的意外之喜。情绪成了最好的营销语言,以共情引流,以诚意留心,让流量真正转化为“留量”。

Z 世代正在重新定义旅行的意义。

有人说,Z 世代是“年轻却不简单”的群体,他们多成长在我国飞速发展的年代,对于“陪物质而张灵明,任个人而排众数”的他们而言,旅行不是必须完成的任务清单,而是可供选择的生活方式。研究表明,他们的消费行为越来越受到价值观和情绪的驱动。他们不在乎是否看过,更在意是否感受到、是否表达过、是否连接对。以红色旅游为例,传统单一的展板演示、参观讲解已很难再吸引年轻人,而“重走长征路”的亲身体验、AR 技术的实景感受、舞台剧的沉浸式演绎等却广受欢迎。Z 世代更倾心的是一次能吹牛的身体放逐、一次触动心灵的情感共鸣和一次创造价值的参与体验。

情绪消费热潮,给文旅产业带来哪些启示?

文化要“可感”,而非仅“可见”。文旅产品不能只是元素的简单叠加,而要会“说话”、表达情绪。谨防技术堆砌、打卡跟风 and 细节缺失,避免踩坑,关键在于能否构建情绪触点。一个笑容、一句台词、一段音乐、一个精心设计,都可能成为引爆情绪共鸣的开关。例如,绍兴推出的“跟随课本探访鲁迅故里”项目,人们根据鲁迅耳熟能详的《从百草园到三味书屋》《孔乙己》等课文,按文索骥,一一对照发现相关景点,依次打卡,在笑声中完成对文学的温柔理解。文化传承,正在从“知识传递”转向“情感共鸣”。

产品设计要“以情为本”,而非“以景为王”。未来文旅竞争,往往不在于资源本身,而在于资源和服务所承载的情绪的颗粒度和饱满度。一份真挚的情感、一个别具匠心的设计,一次沉浸式的感受,能让人们的心

与心贴得更近,让人们更愿意在场景中进行消费。以情动人、以真留人,真心与诚心将是文旅发展的大杀器,谁能引发游客情感共鸣,谁就能在文旅竞争中占据制高点。精准捕捉细分情绪需求——孤独、归属、释放、敬畏、怀旧……精心打造不可替代的情感体验将是文旅行业的必备技能。只有情绪越具体,文旅产品才能越锋利。

产业链需快速响应“情绪热点”。情绪来得快,去得也快。如何抓住稍纵即逝的流量热点,建立即时响应、转化机制是文旅发展的痛点也是难点。今年年初重庆合川区呆呆因 1 条不到 1 分钟的求助视频走红,48 小时内粉丝从 500 暴涨到 200 万,成百上千的热心人奔赴呆呆家的创窟宴,合川文旅适时而动,做精服务,做优宣传,接住了新年的第一份泼天流量。与此同时,各地跟风的创窟宴却有不少被叫停。呆呆创窟宴的爆火不在创窟宴本身,而在呆呆对父亲发自内心的关心和对外来帮忙的人的真挚邀请和感谢。当跟风者将“创窟宴”作为剧本来演绎,作为流量来收割,门可罗雀就是必然结果。面对情绪热点,唯有将“快速响应”建立在“真实共情”之上,才能让每一次“泼天富贵”都成为赋能地方发展的持久力量。

当然,情绪消费也需理性引导。避免陷入“为哭而哭”“为晒而游”的表演式旅行,警惕过度包装的情绪泡沫。真正的优质情绪产品,应如一杯温茶,不喧哗,自有声;不刻意,却入心。情绪消费不是文旅的终点,而是通往更深层人文关怀的起点。当一座城不仅能让人“看见”,更能让人“心动”“记得”“还想再来”,它便真正拥有了温度与灵魂。

如此,方是文旅之幸,亦是人心所向。

节庆活动推进贵州各民族交往交流交融

周 邦

节日文化凝结着中华民族的民族精神和民族情感,承载着中华民族的文化血脉和思想精华,既是呈现中华民族认知、情感、意志、行为的重要载体,也是社会发展的“晴雨表”“调节阀”。地处我国西南腹地的贵州,既有秀美神奇的自然风光,又有丰富多彩的民族文化,历来享有“文化千岛”的美誉。黔山贵水勾勒出“山地公园省”的轮廓,也孕育出“一山不同族,十里不同风,百里不同俗”的多元文化。而多彩贵州传统节日文化作为贵州文化最为靓丽的部分,不仅是开拓“多彩贵州”文化现代化新篇章的“动力源”,也是推进贵州各民族交往交流交融的“助推器”。

一、节庆活动彰显贵州各民族交往交流交融的历史事实

首先,节庆活动存续印证了贵州各民族交往交流交融事实。作为多民族交错杂居、少数民族成片聚居的省份,贵州省内生活着汉族、苗族、布依族、侗族、彝族等 18 个世居民族,其历史渊源可追溯到古代中国的“中原华夏”“百濮”“百越”“氐羌”“苗瑶”五大古族系。在千百年来各族际互动中,各民族携手打造出姊妹节、水龙节等独具贵州特色的节日文化资源。这些节日以主题的鲜明性、内容的丰富性、形式的多样性以及参与的广泛性为重要表征,传达出各民族始终遵循民族平等、民族团结和各民族共同繁荣的基本原则,镌刻了贵州各民族交往交流交融的历史记忆,揭示出贵州民俗文化的深刻内涵与文化意蕴。

其次,节庆活动通过仪式展演再现交往交流交融的现实图景。节庆活动突破了人类记忆的局限性,以仪式展演、人际互动等方式生动再现贵州各民族交往交流交融的历史活动。各族人民在“共庆一个节日、共唱一首歌、共跳一支舞、共品民族美食”的过程中,形塑社会性共识,增进共同性因素,凝聚共同性力量。例如,苗年盛典期间,苗族同胞吹奏芦笙,各民族共同起舞、共赴长桌宴,在欢快的舞蹈中增进彼此的了解与友谊,在共享苗族特色美食中分享生活的故事与喜悦,不断推进各民族之间的团结与融合。又如,布依族“六月六”佳节,各族青年男女以歌会友、对歌交友、共同祭祀祖先神灵,在交融互动中逾越了民族界限的藩篱,深化了各民族之间的情感交融。

再次,节庆活动讲述并传承交往交流交融的集体叙事。民族传统节日凝聚着各民族同胞对美好生活的向往和追求,寄托了各民族同胞对祖先、自然、生命等的敬畏和感恩之情,集中体现了中华民族“和合”的社会思想,对人的精神和心理都产生着难以磨灭的影响。例如,在每年农历四月初八,苗族同胞

都会举行盛大的祭祀活动来纪念英勇牺牲的英雄亚努,深刻阐释了苗族同胞团结统一、奋勇杀敌的民族史实,同时也彰显出苗族同胞对英雄的崇敬、对民族自由和尊严的不懈追求。这一周期性举办的节庆活动,不断唤醒与重塑群体成员的共同记忆,并逐步转化为维系民族向心力的重要纽带,进而为铸牢中华民族共同体意识汇集更加强大的群体力量。

二、节庆活动强化贵州各民族交往交流交融的精神基因

其一,共通性仪式营造“中华民族一家亲”的氛围。“一山不同族,十里不同风,百里不同俗”是贵州多元文化的真实写照,但在春节期间,贵州各族民众通过办年货、贴春联、吃团圆饭、祭神祭祖、新春拜年等共通性的仪式,以祈福纳祥、驱邪除恶、寄情祝愿。同时,在苗族芦笙舞、侗族大歌、布依族铜鼓表演等特色活动表演和展演中,各民族共同参与、相互借鉴、广泛交流,共同创造和享有“我们的节日”。这些超越地域及族缘的共通性仪式,既在周期性重复中推进和拓展贵州各族民众之间的交往交流交融,也升华了各民族共同的历史传统和生活文化,还在张弛有度的生产生活中维系和巩固各民族的生活秩序和价值体系。

其二,象征性符号凝聚中华文化认同。龙图腾,既是中华民族象征,亦是贵州各民族共享的中华文化符号,不断强化着各族人民对中华民族的归属感和认同感。在贵州众多节庆活动中,都可探寻到龙图腾的踪迹。例如,在仡佬族毛龙节期间,仡佬族同胞通过“二龙抢宝”“单龙戏珠”等表演形式表达对龙神的敬畏以及对美好生活的向往。又如,在镇远元宵花灯会期间,民众通过炸龙、嘘龙、金龙喷火等方式祈求龙神庇佑风调雨顺、国泰民安。再如,施秉水龙节期间,人们通过扎水龙、巡街游龙及泼水狂欢等仪式以消夏避暑、祈福禳灾。虽然贵州各民族有着不同的风俗习惯与庆祝形式,但龙图腾始终是节庆仪式展开的核心内容,表征着各民族节俗传统的共同性,展现出各民族节俗活动的多样化,就是在节庆符号的统一性和多样化中不断强化着各族人民共同的文化信仰。

其三,现代化转型拓展共有精神空间。随着科学技术的迅猛发展,人工智能和虚拟现实技术逐渐成为节日文化接续传承与创新发展的“衔接器”,为各民族交往交流交融创设出更加宏大的共有精神空间。例如,瑶族盘王节期间,当地充分利用 AI 虚拟交互、虚拟现实技术以及三维声场等前沿科技,使传统静态的文化元素在 AI 虚拟现场直播室中“跃然纸上”,让观众在身临其境中

感受瑶族文化的独特魅力。此外,还采用卫星转播与 5G 多点移动连线相结合的技术手段、开通线上社交平台互动,搭建起跨越地域、超越时空的线上线下相结合的互动平台,使各族民众融入盘王节的节庆活动中,进一步增强中华民族凝聚力与认同感。

三、节庆活动激发贵州各民族交往交流交融的情感共鸣

一是深化“三个离不开”的民族关系认知。在苗族的“鼓藏节”、布依族的“三月三”等丰富多彩的节庆盛会中,各民族共同参与、携手欢庆,呈现出一幅多元共生、和谐共融的壮丽画卷。汉族与少数民族之间,相互依存、相得益彰。少数民族独特而璀璨的文化艺术为贵州的文化版图增添了绚丽多彩的笔触,汉族的先进技术与理念为民族文化的传播与发展注入新的活力,各民族之间相互借鉴、彼此融合,共同传承和弘扬民族文化的瑰宝。这种多元一体的民族格局,不仅是历史的积淀,更是新时代民族关系和谐发展的真实写照,为构建团结稳定、繁荣发展的民族大家庭奠定了坚实基础。

二是厚植“四个与共”的共同理念。铸牢中华民族共同体意识,就是要引导各族人民牢固树立休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共的共同理念。“四个与共”共同理念阐释了各民族交往交流交融中不断结成的利益、精神、安全和文化等四种共同体,并最终汇聚成密不可分、牢不可破的中华民族共同体。节庆活动将不同地域、族群的民众汇集在同一时空,使各族同胞共同庆祝丰收的喜悦、共同缅怀祖先的功绩、共同追溯民族团结互助的历史、共同展望美好的未来,进而将“休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共”的共同理念深深烙印于各族人民心中,使各民族像石榴籽一样紧紧抱在一起,共同书写新时代贵州民族团结进步的华丽篇章。

三是增强“五个认同”的整体意识。在贵州众多热闹非凡、充满活力的节庆活动中,各民族人民共同歌颂伟大祖国的壮丽山河和辉煌成就,共同展现中华民族多元一体的和谐画卷,共同凸显中华文化的历史源流与独特魅力、共同回顾中国共产党领导各民族实现从贫困落后到繁荣富强的恢宏历史,共同感悟中国特色社会主义制度下民族地区的蓬勃发展,无疑会强化各族人民对“伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党、中国特色社会主义制度”的情感认同,激发贵州各族群众“中华民族一家亲”的情感共鸣,推动新时代铸牢中华民族共同体意识的贵州实践。

(作者系贵州师范大学马克思主义学院博士研究生)

娄山越

让红色研学以更鲜活的表达触动人心

彭志伟

红色资源既是历史的见证,更是精神的载体。在文旅融合的背景下,如何让红色研学以更鲜活的表达触动人心,成为长征沿线城市共同探索的课题。

活化展示赋能红色精神传承

红色遗址是承载革命历史、赓续红色基因的物质载体,其核心价值在于精神的传递与传承。文旅融合背景下的活化展示,需要通过叙事创新、科技赋能、载体升级,让静态遗址变为动态体验,让抽象精神变得可感可触。

“老遗址”讲出新故事,让历史走出陈列柜。红色遗址承载的精神价值需要鲜活表达,文旅融合研学的核心在于打破时空隔阂,通过场景艺术、叙事创新,让游客从“旁观者”变为“亲历者”。贵州打造的大型长征文化沉浸式演艺《伟大转折》剧目,通过沉浸式舞台、鲜活的人物演绎,重现革命先辈在危急关头的抉择与担当,观众不再是隔着玻璃看文物,而是化身历史的“见证者”,在光影交错中触摸信仰的温度,让长征精神、遵义会议精神内蕴可感可知、直抵人心。

“旧场景”嵌入新科技,让体验告别观光式。数字科技手段正成为红色研学的“新引擎”,将新科技嵌入红色场景,打破时间与空间的限制,为游客打造沉浸式、互动式的体验,实现“穿越时空对话历史”。在贵州长征文化数字艺术馆《伟大征程》体验中,研学者仿佛置身于长征途中,突破湘江封锁线、召开遵义会议、翻越雪山草地,沉浸式感受长征的艰辛与伟大。

“老故事”融入新表达,让精神接上时代气。红色精神具有重要价值,但需要用符合当代人尤其是青少年接受习惯的表达方式进行传播,将老故事与新语境、新载体相结合,让红色基因走进年轻人心中。在湖南桑植县中国工农红军第二方面军长征出发地纪念馆,以红二、六军团长征出发地旧址为核心,打造了互动式体验项目,游客可通过“长征路线拼图”“军事指挥模拟”等互动游戏追溯长征历程,深受青少年游客的喜爱,让红色研学变得生动有趣。

多元业态赋能旅旅双向奔赴

红色研学的可持续发展,离不开多元业态的支撑融合。以“红色研学+”为核心的业态融合,可打破产业边界,实现红色文化与生态、民俗、乡村等资源深度融合,推动红色研学与地方发展双向赋能、互利共赢。“红色+自然生态”,研学之旅有景更有悟。将红色研学与生态旅游相结合,既能让游客感受自然之美,又能在红色遗址中感悟精神之伟大,实现“精神传承+生态教育”双重价值。遵义打造的大型杂技秀《绮境》,将杂技的惊、险、奇与贵州的山水美景、红色文化巧妙结合,不仅展现了自然与人文之美,更巧妙融入了遵义的发展巨变,让观众在欣赏精

彩杂技的同时,潜移默化地感受红色精神的传承与时代的发展。

“红色+民俗”,文化传承有滋更有味。红色文化根植于民族民俗土壤,二者融合能让研学更具烟火气与独特性,实现“革命传统教育+优秀传统文化传承”有机统一。大型红色杂技剧《追魂》将红色文化与仡佬族文化传承相结合,融入遵义仡佬族文化、侗戏等民族民俗文化体验,让红色精神在民族文化的滋养中更加鲜活,也让遵义民族文化焕发新的生机。

“红色+乡村旅游”,乡村研学有行更有效。研学是连接城乡的桥梁,将红色资源与乡村旅游结合,能激活乡村文旅价值,实现“红色育人”与“兴村富民”的双赢。四川乐至县弘毅学堂研学基地通过“村集体+专业团队”的合作模式,由劳动镇村集体经济公司以固定资产入股,引入专业团队负责红色旅游资源研学课程开发运营,不仅盘活了闲置的村小资产,更带动了当地乡村的发展。

机制创新赋能研学高质量发展

沉浸式研学文旅的高质量发展,离不开完善的机制保障与创新的服务体系。红色研学要实现从“粗放式发展”向“高质量发展”的跨越,必须在基地建设、课程研发、跨区域合作等方面持续创新,为红色研学的长远发展奠定坚实基础。

“基地集群”聚合合力,研学站稳“主阵地”。红色研学基地是文旅融合的重要载体,构建规模化、专业化的基地集群,能够整合各类资源,形成集聚效应,为研学提供全方位、高品质的服务保障。贵州以遵义会议会址为核心,整合四渡赤水纪念馆、娄山关红军战斗遗址、贵州长征文化数字艺术馆等红色资源,打造“红色研学基地集群”,形成了覆盖红色遗址、数字体验、民俗文化等多个领域的研学体系,不仅提升了研学的便利性和专业性,还增强了红色研学的品牌影响力。

“课程创新”破同质,研学亮出“特色牌”。课程是红色研学的核心内容,高质量的研学需要体系化、特色化的课程支撑,满足不同年龄段、不同群体的需求,实现“游有所学、学有所获”的目标。江西井冈山依托丰富的红色资源,构建起“1+2+N”特色课程体系,推出“信仰之行”“勤学之行”“奋斗之行”“使命之行”四条主题线路,实现“一课一主题、一线一特色”的精准育人,让不同阶段学生在全方位浸润中深刻感悟井冈山精神的时代内涵。

“多方联动”拓维度,研学实现“共发展”。红色研学需打破界限构建多方联动的协同机制,推动从“单点突破”向“全域发展”升级,为红色研学发展拓展更广阔的空间。遵义、湘潭、赣州等 11 座红色城市联动,建立党建共建机制,开展学员、师资互派及资源共享,推出“重走长征路”跨省研学线路,实现“一次研学,多地体验”。

(作者单位:遵义市委宣传部)