

从“打卡”到“归心” 四川文旅如何让全球游客“上头”？

华西都市报·封面新闻
记者杨金祝 罗田怡 秦怡
受访者供图

甘孜州景区终身畅游卡销售火爆，已累计售出近70万张；春节期间，全省将举行近3000场文旅活动，发放超3000万元文旅消费券……2026年伊始，四川文旅市场火热开局。

2月2日起，四川进入“两会时间”，文旅议题再次成为代表委员们关注的焦点。省政府工作报告提出，推进文旅融合发展。加快把文旅产业打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业。让游客在触摸千年蜀韵、欣赏秀美风光、品味街巷烟火、感受时代脉动中，悦览锦绣天府、怡游安逸四川。

“十五五”开局之年，四川文旅将如何精准出招，让全球游客“上头”后念念不忘，已成为会场内外热议的焦点。



金漫
省政协委员
乐山市政协副主席



雷裕琴
省人大代表
九寨沟风景名胜区管理局高级经济师



林夏
省人大代表
腾讯成都分公司总经理

关键词：情绪文旅

打造“上头”的文旅产品 四川发展“情绪文旅”大有可为

当旅游不再只是“打卡拍照”，而是寻找一剂“心灵解药”时，“情绪价值”正在成为撬动文旅消费的新支点。

在省政协委员、乐山市政协副主席金漫看来，“情绪文旅”区别于传统观光旅游，更强调通过场景营造、文化共鸣和个性化服务满足游客的情感需求，让人们在旅行中获得精神满足和心灵疗愈。她认为，情绪价值已成为驱动文旅市场增长的核心引擎，四川发展“情绪文旅”大有可为。

事实上，在发展“情绪文旅”方面，四川已尝到甜头。乐山市通过打造观赛、音乐、美食、古城等多元情绪体验，2025年文旅消费同比增长20.39%——这是游客对“情绪价值”的真金白银投票。

如何让四川成为更多人的“心灵目的地”？金漫带来了系统性建议。

讲好故事是情绪文旅的灵魂。金漫建议，构建全省文旅情感故事库，挖掘四川特色的历史传说、民族风情等素材，推动老故事新表达。同时以“锦绣天府·安逸四川”品牌为统领，围绕“祈福、烟火、自在、相逢”等主题，打造高辨识度情感IP。

沉浸式体验则是情绪文旅的核心。金漫建议，引进高品质演出赛事，拓展

演艺新业态；设计“月月有主题、周周有活动”的节庆体系，如春茶采制季、夏季江湖武侠节、冬季温泉康养节等，营造持续的情绪氛围。

金漫特别提到“疗愈经济”，核心在于从传统“康养”侧重身体调养，转向更关注精神压力缓解的心灵健康领域。“四川的森林、温泉等生态资源和悠闲文化底蕴，非常适合培育疗愈产业。”她建议布局怀旧街区、解忧餐饮、潮玩空间等情绪消费新场景，打造治愈系旅游线路。

“四川发展情绪文旅，应围绕‘造场景、创内容、树标准、聚产业’展开，构建能真正提供情绪价值和心灵修复的产业生态。”金漫说。

关键词：入境游

升级国际服务保障 实施巴蜀文旅全球推广

过去5年，省人大代表、九寨沟风景名胜区管理局高级经济师雷裕琴亲历了四川文旅一次次“破圈”与“焕新”。

数据见证跨越：2025年，全省累计接待游客突破11亿人次，其中入境游客达340万人次。而九寨沟景区以超过50万人次的入境游客接待量，成为连接全球游客与天府山水的重要窗口。

省政府工作报告提出，优化大峨眉、大香格里拉、大九寨、大蜀道等交

旅融合项目，打造世界级文旅地标，推出具有全球吸引力的精品线路。扩大三星堆、大熊猫、都江堰、三苏祠等国际影响力，持续做优名作、名城、名人、名品等特色名片，深入实施巴蜀文旅全球推广计划和“引客入川”计划。

“报告不仅擘画了清晰蓝图，更精准切中了四川文旅提质升级的关键。”雷裕琴认为，当前四川文旅正处于从“流量”向“留量”转变的关键期，大九寨等世界级旅游资源亟需通过业态创新释放更大价值。

为此，雷裕琴建议，启动围绕旅游的“蜀道焕新工程”，推动交通线向风景带、消费链的价值跃升，以场景化创新激活全域旅游活力。

聚焦入境游，雷裕琴建议一方面主动“走出去”，在东南亚、欧美等重点市场开展精准推介；另一方面积极“请进来”，邀请境外旅行商、文旅达人实地参访，提升四川文旅的国际能见度与影响力。

同时，升级国际服务保障，优化景区AI翻译机配置、完善国际支付服务，让境外游客出行更便捷。打造定制化旅游产品，结合境外游客行程需求与兴趣偏好，培育生态研学、文化探秘等新业态，持续提升四川文旅在国际市场的美誉度。

“在新起点上，我们要持续发力入境游市场，让四川文旅名片在世界舞台绽放更耀眼的光芒。”雷裕琴说。

关键词：数字文创

加强知识产权保护 让更多“哪吒”享誉全球

2025年初，中国动画电影《哪吒之魔童闹海》登顶全球影史单一市场票房榜。“四川造”《哪吒之魔童闹海》《王者荣耀》等精品IP享誉全球，以网文、网剧、网游为代表的“文化新三样”正成为四川文化出海的新名片，产业发展势头强劲，前景广阔。

省政府工作报告提出，加快建设文化和科技产业融合发展试验区，推动数字文创产业高质量发展。

“数字文创产业的核心在于IP创造，强有力的知识产权保护是其可持续发展的基石。”省人大代表、腾讯成都分公司总经理林夏表示，数字文创产品具有易复制、跨地域传播、侵权行为隐蔽等特性，推动发展数字文创产业高质量发展，要加强知识产权保护。

如何护航数字文创产业行稳致远？林夏建议，可以强化法治保障，构建“激励+保护”并重的政策体系，加快研究出台《数字文创产业知识产权促进与保护条例》等专项法规；同时深化协同治理，建立跨区域跨部门快速反应机制；优化服务与生态，营造尊重原创的社会氛围。

在林夏看来，捍卫创新者权益，也能提振行业信心，吸引全球创意资源汇聚四川，有力助推四川数字文创产业的高质量发展。

省政协委员向华全建议：建设春节文化展示消费新地标

春节是中华民族最重要的传统节日，蕴含辞旧迎新、团圆和睦、孝老扶幼、新春祈福等元素，成为中华优秀传统文化活态传承的典范。今年省两会，省政协委员、政协四川省第十三届委员会提案委员会副主任向华全带来《关于打造春节文化公园城市，建设春节文化展示消费新地标的建议》，就扩大四川春节文化影响力和世界美誉度等方面提出建议。

向华全认为，四川作为春节文化的发源地和春节重要仪式活动的传承基地，在春节文化的学术研究、展示传

承、国际传播和消费创新等方面还有巨大的潜力和前景。例如，缺乏综合且全面展示春节仪式项目和品牌活动的集聚区域，尚未形成统一的春节文化标识体系、活动体系、人才体系和建筑体系，尤其是缺乏知名标志性IP，现有品牌辨识度和辐射力有待提升；缺乏国家和省级层面对春节文化的学术研究成果；缺乏春节文化产业全链条业态创新和国际化传播，传承、保护和转化机制尚需完善。

对此，向华全提出三点建议。一是健全春节文化的学术研究和规划体系，厚植春节文化根脉。挖掘春节文化时代内涵和现代特征，建设四川省

级春节文化“基因库”，编纂《四川春节文化大典》，将春节文化编入全省中小学地方教材，引导“春节文化进校园、进社区”，培养文化认同感和传承使命；依托高校和社科机构整合成立“四川春节文化研究院”，研究落定《太初历》历史脉络、巴蜀年俗、传统技艺图谱等，构建具有四川辨识度春节文化的核心标识、“原真性保护+活态化传承”的春节文化空间体系。

其二，支持阆中、自贡建设“春节文化公园城市”，为申报春节国家文化公园奠定基础。将现有零星分散的“春节”“过年”的民俗、仪式、活动和建筑，梳理培育形成春节文化的学术体

系、标识体系、活动体系和建筑体系。构建“政府主导、社会参与、市场运作”的多元投资建设格局，开展全省春节文化资源普查与品牌推广、春节文化展示中心等规划建设。

第三，打造春节文化产业全链条建设机制和创新格局，培育“春节源乡在四川”“到四川过年”特色品牌。升级“中国（阆中）落下阆春节文化博览会”，联动自贡灯会、成都大庙会等活动，打造“四川春节文化节”省级品牌，形成“一地轮值主办、全省联动”春节文化活动新格局，推动春节文化活动常态化。

华西都市报·封面新闻记者 周琴