

2026年5月29日 星期五 责编 杨炯 版式 吕燕 校对 汪智博

TANEU
天府新视界

是从什么时候开始，一些地方的文旅热衷于“百亿起步，千亩起跳”的宏大叙事，似乎谁的盘子大、谁的灯光闪，谁就能接住泼天富贵，从汹涌的人潮中赚得盆满钵满。

可又是从什么时候开始，这一套简单粗暴的流量逻辑没那么管用了，江苏溧阳“天目湖动物王国”、广东梅州“客都人家”、广西恭城“瑶汉养寿城”等一批投资数十亿元的省级重点文旅项目，相继“哑火”。

潮水退去的时候，消费者用脚在投票。

1

不求大而全，文旅业态发展倡导「小而美」

在很多宏大叙事的风景里，消费者的时间常常被一个个项目切割——几点看表演，几点坐缆车，几点花街游行，带着一种时不我待的紧迫感，一路小跑，生怕错过，不见得多松弛，倒像是换了一个地方完成项目清单。有点厌倦这种被“卷”的奔忙，现在年轻人似乎更关心目的地能不能安放自己的心。能接住这种情绪的，也许是“小而美”三个字。

2026年中央一号文件明确提出“深化农文旅融合，推进乡村旅游提档升级，发展‘小而美’文旅业态”。文件的每一个字，都指明了可做的文章。

不追求大而全。以前恨不得把山川河谷都圈地而游，现在则聚焦一两个核心场景。比如浙江安吉的瀑布咖啡、成都崇州的长河落日园，找到一个差异化的锚点，集中资源、精力和创意等，做深做透做到游客心坎上，做成游客离开后会想念、愿意传播的记忆点。如此，文旅项目不再是比拼让游客停留的“移动半径”，而是追求在游客心中停留的“记忆深度”。

接住这届年轻人情绪的，是「小而美」

□叶无远



东郊记忆成都墙是蓉城的热门打卡地。图据川观新闻

2

保留原生态，让游客沉浸体验多些参与感



在浙江安吉余村，由冷水洞矿坑遗址改造而来的“瀑布咖啡”吸引游客。图据新华社客户端

极致审美却又与众不同。如年轻人对于一个目的地评价的重要维度是“能出片”，没有什么大道理，就是这个时代的消费传播逻辑。审美是低成本的流量入口，却又是高壁垒的差异化。在这种语境下，保留在地的原生模样，不用大拆大建，因地制宜融合极简、侘寂、新国风等元素，“修旧如旧”却又“旧中有新”，不抢镜，却入画，不言语，却有故事。一杯咖啡就能让人待着舒心，拍出来养眼，不焦虑的旅程大抵如此。

不再单纯造宏大的景，而是造故事、提供情绪价值。佛山千灯湖青年戏剧节走进有百年历史的旧粮仓和水乡街巷，成都东

郊记忆的音乐节和艺术展，还有各种在地非遗代表性项目融入参观动线，让游客不再是参观者，而是参与者。“小而美”成为装下大世界的容器，随节气日头而变，随天南海北的人文温度而变，于是，游客来体验的不是一个固定不变“被设计的景”，而是可以参与其中，沉浸式体验，常来常新，便会常常来。

“小而美”的文旅项目，不是退而求其次，而是另一种层面的抵达。它不用“猜你喜欢”给你纷繁的选择，而是静静做好自己独有的，等你来时，确定自己没来错地方就好。

据“天府新视界”微信公众号



在广东佛山举行的2025-2026千灯湖青年戏剧节，累计吸引近万人次参与。图据广东佛山南海区区政府网