

「非遗游」走出文旅融合新路径

周凌燕

近日,2026上海沪剧艺术节开幕,吸引逾万观众在线上、线下收看。这场艺术节不仅为人们带来一场融汇古今、科技光影与春日盛景的文化盛宴,还首次与上海桃花节深度联动,推进文旅深度融合,以文化赋能旅游、旅游激活非遗的双向之力,实现文化传承与经济发展的双赢。

当前,随着游客群体代际更迭和消费心理变化,旅游早已跳出“走马观花”的简单观光模式,升级为融合文化认知、情感共鸣与价值认同的复合型体验。依托非遗等优质文化资源构建沉浸式体验空间,通过“可观赏、可品尝、可触摸、可参与”的全维度互动模式,彰显出文化旅游的魅力。

一方面,在文旅消费场景中,非遗正从博物馆展柜走进大众视野,借助数字化展示、手作互动体验、民俗沉浸式演艺、实景沉浸剧场等鲜活形式,让游客亲手触摸、亲身参与、真切感受,在互动体验中实现非遗文化的活态传承;另一方面,非遗元素为文旅产业注入了深厚文化底蕴与独特精神内核,承载着地域文脉、民俗风情与历史记忆,使游客在饱览自然美景的同时,深度感悟中华优秀传统文化的独特魅力,让旅游出行更有温度、更具质感。

近年来,各地“非遗游”持续走红。相关数据显示,2026年春节期间,“非遗+市集”团购销售额和“非遗+演艺”团购销售额同比分别增长764%和117%。不仅如此,“非遗游”更走出了文旅融合的新路径,不断丰富沉浸式、体验式消费新场景,有效带动各地特色产业提质增效。例如,在湖南湘西十八洞村,苗绣、苗族鼓舞等非遗形成了“可看、可学、可做、可带”的产品链;在福建泉州蟳埔村,簪花围习俗走向精致化、品牌化,培育出消费达数十亿元的大产业;在陕西安康,非遗工坊让留守妇女将“指尖技艺”变成“指尖经济”,带动当地妇女居家就业。非遗资源与乡村旅游深度绑定,既盘活了乡村闲置资源,又促进了当地群众就业增收,让传统技艺转化为实实在在的经济收益,为乡村全面振兴注入了持久而鲜活的内生动力。

今年,国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》,情绪体验式服务被列为重点培育领域之一。从看景到入情,沉浸式体验的真正魅力,在于让游客在身临其境的参与和互动中触摸文化肌理、感受精神内涵。在江西景德镇古窑制作手工瓷、去贵州瑞山古寨编个竹编……沉浸式体验让非遗从“静态观赏品”变成“可参与、可带走”的亲身经历与珍贵记忆,让非遗文化可感可及、直抵人心。随着人工智能、虚拟现实、增强现实、数字交互等先进技术加速场景化落地,传统非遗文化的体验边界不断拓宽,“非遗游”也衍生出更多打开方式,让科技感与文化味十足。从VR全景复原古老非遗场景、AI数字人活态演绎传统技艺,到沉浸式光影秀再现民俗史诗、智能交互装置让手工艺可触可玩,科技为非遗插上数字化翅膀,让原本静态的文化遗产更加生动可感、鲜活动人。

“非遗游”的长久生命力,从来不是短暂的流量追捧,而是文化根脉与生活场景、现代技术与民生需求的同频共振,唯有烟火气、科技感与民生温度兼具,才能让非遗旅行稳致远。面向未来,应持续健全政策保障体系、完善产业发展机制,不断优化文旅服务供给、升级消费体验场景,推动公共文化艺术资源更广广度、更深层次惠及人民群众生活。通过深化文旅融合发展,让非遗文化走出展馆、贴近生活、扎根民间,在活态传承与创新发展中焕发时代活力。

作者:周凌燕,系北京戏曲艺术职业学院副教授 据光明日报

提升强农惠农富农政策效能

宋洋

金融监管总局发文部署2026年金融支持乡村全面振兴工作,明确引导银行及保险机构聚焦农业农村现代化重点领域,合理倾斜政策资源;天津助力京津冀农业产业链深度融合……一段时间以来,各地区各部门打出硬招实招,从多个角度推出一系列强农惠农富农政策,效果显著。

近年来,我国坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重,坚持农业农村优先发展,着力破除制约“三农”发展的体制机制障碍,推动农业农村取得历史性成就。强农惠农富农政策体系“立柱架梁”,建立起一套涵盖农业全链条、兼顾传统小农户与新型农业经营主体、有效衔接脱贫攻坚与乡村全面振兴、城乡互融互促共同繁荣、政府市场协同发力的政策体系,政策的系统性、整体性、协同性显著增强,我国农业综合竞争力显著提升。数据显示,2025年,农业科技进步贡献率超过64%,农业科技创新整体水平进入世界第一方阵,高质量发展态势更加牢固。惠农政策覆盖面越来越广,织密发展“防护网”。以种粮保险政策为例,2018年在24个产粮大县,开展了三大粮食作物完全成本保险和收入保险试点,2024年全国全面实施,让亿万农民有了实实在在的安全感。

不过,一些短板弱项仍然存在。例如,农业综合竞争力有待进一步提升。我国小农户数量占到农业经营主体98%以上,户均经营规模约7.8亩,生产端分散导致农产品上下游衔接不畅,影响产品适销性。又如,政策落地速度仍须加快。农业保险与托市收购尚未形成政策合力,种植收入保险启动赔付标准低,影响政策效能发挥。针对此,应多措并举,全面提高强农惠农富农政策效能。

增强科技创新引领力。聚焦生物育种、智慧农机等领域,强化战略科技力量布局。加快农业新质生产力场景赋能,拓展低空经济、人工智能在农业生产领域的应用,精准靶向实现农业资源集约节约利用。构建政产学研用各类主体协同攻关模式,鼓励科研单位与企业合作,探索企业根据需求向科研单位“发榜”立项、科研单位“揭榜”攻关模式。完善科研人员激励政策,赋予科研人员职务科技成果所有权或长期使用权,让农业科技创新成果走向田间地头。

强化政策落地保障。强化保险、价格、补贴等政策的协同效能,保护和调动农民积极性。将涉农专项资金纳入“大专项+任务清单”管理,支持地方结合实际情况从“工具箱”中灵活组合,形成片区化方案。推行“一窗受理、一站办结”模式,简化政策落实流程,把政策落在田

间、落到经营主体、落于农民收益。

激活产业发展内生动力。推动农业与现代服务业深度融合,进一步挖掘“农业+N”多种功能和多元价值,促进农业与休闲观光、农村电商等业态联动。重点挖掘传统文化价值,通过农业与文化、创意、体验等要素重组,培育富有文化内涵的农产品,形成多业态集聚的现代农业产业体系。优化财税金融支持政策,统筹利用政策补贴、专项债券,鼓励金融机构开发服务贷、服务保险、服务链金融等新型金融产品,提升产业融合发展便利化水平,推动农业基础更加稳固、农村发展更加繁荣、农民生活更加红火。破除要素流动壁垒,引导资本、技术、人才等优质要素向乡村聚集,实现城乡产业协同发展,全面提升农业产业整体效益与综合竞争力。

据经济日报



王鹏作 新华社发

扩围二次号码焕新服务

“你名下贷款逾期2300天”“尽早处理避免风险升级”……近期,有用户反映,自己新办的号码,却频频遭遇催债、垃圾信息骚扰等问题,一些用户在注册互联网应用时发现号码已被占用。这一情况主要是由手机号“二次放号”导致,去年以来,工业和信息化部推动“二次号码焕新”服务,应用解绑难题得到一定程度缓解,但前任机主遗留的催债、营销等骚扰信息“轰炸”仍无法根除。进一步降低二次放号对用户的负面影响,应扩大焕新服务应用范围,推动更多互联网平台接入解绑平台。运营商应在分配号码时以显著方式告知新用户该号码是否属于二次号码。新用户可通过焕新服务申请解绑,如遇违法催收或骚扰,可向相关部门投诉举报。

时锋

体验经济是一场零售业重构

张林山 陈怀锦

零售业体验化转型需避免同质化。鼓励企业结合地域文化特色开发体验场景,支持老字号、非遗技艺与零售场景融合创新,以文化深度对抗体验疲劳。

体验经济正在成为消费新趋势,目前已广泛覆盖文化旅游、商业零售、教育培训、健康娱乐等多个领域。作为一种以消费者体验为核心的经济形态,体验经济正驱动零售业在价值主张、商业模式与组织能力等方面变革。

一是重新定义零售行业的存在价值,驱动零售行业由单纯的“卖产品”向“卖服务”转变。传统零售的核心理念是通过高效的供应链管理,将标准化产品以尽可能低的成本交付至消费者手中。体验经济的兴起改变了这一逻辑,消费者不再满足于买到商品,而是期待在消费过程中获得审美愉悦、社交互动、情感共鸣乃至身份认同。这促使零售空间的功能定位发生变化——零售场所不再是简单的商品交易物理空间,而是通过主题化场景营造、艺术展览植入、互动装置设置等手段,转化为消费者可停留、可参与、可传播的体验场所,让消费者在“沉浸式”参与中自然感知并认同品牌所传递的价值理念与生活方式。

二是重新设计零售行业的盈利方式,驱动商业模式从经营产品向经营用户转型。传统零售业的盈利逻辑大多建立在流量变现的基础上——通过位置优势、促销活动或平台引流获取客流,再通过商品差价或广告收入实现变现。体验经济则是对零售业商业模式的重构,从一次性交易转向全流程、全生命周期运营,通过持续的内容输出、情感互动和服务创新,构建与消费者的深度关系,将消费者从“购买者”转化为“参与者”“共创者”,由此带来盈利结构的多元化,让消费者不仅在线下,也在线上购物。线下门店、线上渠道、社交媒体、私域社群等不同渠道有机协同,贯穿消费者从了解到购买再到分享的全过程。通过与消费者的持续互动,企业获得重复购买、会员订阅、增值服务等多元收入。比如,通过免费课程、兴趣社群与线下活动等

方式,企业将实体空间转化为特定用户社群的聚集地,强化了消费者对品牌的忠诚度,带动了口碑传播。

三是重新构建零售行业的竞争优势,驱动零售企业从更加注重效率向更加注重体验升级。传统零售业的竞争焦点在于供应链效率、库存周转与成本控制。而对于体验经济,企业需要在提升效率的基础上,提高场景营造、情感连接、社群运营、文化叙事等复合能力,这离不开对组织结构、人才、数据与文化的重新调整。比如,在大型企业中增设小微运营单元,强化对消费者需求的实时感知与响应能力;将门店导购由销售员的单一角色转型为体验设计师、社群运营者,强化其审美素养、沟通技巧与数字工具应用能力;企业的智能化能力也成为必需品,构建起从行为数据采集、需求预测、偏好洞察到个性化体验与交付的完整闭环;决策准则从“以货为中心”转向“以人为中心”,当效率与用户体验发生冲突时,企业需建立清晰的取舍原则。

不过,零售业体验化转型仍面临两大挑战。一是成本结构的抬升。沉浸式空间设计、技术部署与专业人员培训推高运营成本,而体验投资的回报率往往难以量化评估,企业决策风险增加。二是体验疲劳现象逐渐显现。部分零售商家追逐网红打卡点、限定快闪店,差异化优势被稀释,消费者注意力持续碎片化。

对此,零售业体验化转型需避免同质化。鼓励企业结合地域文化特色开发具有辨识度的体验场景,支持老字号、非遗技艺与零售场景融合创新,以文化深度对抗体验疲劳。针对中小零售企业技术部署成本高的问题,建议地方政府或行业协会建设公共服务平台,提供数据中台服务、供应链柔性改造咨询等服务。此外,体验经济依赖大量消费者行为数据,应强化数据安全法规建设,明确数据采集边界与使用规范,切实保障消费者隐私权益。

作者分别系国家发展改革委宏观经济研究院研究员、副研究员 据经济日报

惠民政策应兼顾智能与适老

徐永辉

最新数据显示,我国有4500多万失能失智老年人需要家人或养老医疗机构给予长期照护。民政部、财政部此前印发通知,自2026年1月1日起,在全国范围内组织实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目。截至目前,这一政策已实施了一段时间,效果显著。然而,在这一过程中也出现了一些问题。

比如,不少老年人及其家属不太熟悉线上申领流程,在注册、人脸识别、信息录入等环节遇到了困难。这表明,目前仍有相当比例的老年人在享受政策上面临“数字困境”。如何让惠民政策兼具“智能”与“适老”,在利用数据共享实现“政策找人”的同时,也为“人找政策”保留好传统的通道,值得研究。

惠民政策的“智能”,在于“找人”的精准。依托大数据共享和算法模型,有关部门能够主动识别潜在困难群体,变“大水漫灌”为“政策找人”。例如,内蒙古自治区依托整合22个部门的数据共享平台,在系统自动对比后,迅速提醒工作人员主动为身患重病产生大额医疗支出的人员申请了低

保,从而让惠民资金实现精准滴灌。

惠民政策的“适老”,在于“公平”的兜底。这类政策的核心,是惠及全体符合享受条件的人民群众。若因技术形成的“数字壁垒”阻碍部分群体无法获取惠民待遇,便与政策初衷背道而驰。因此,在对“政策找人”进行技术创新时,应保留线下窗口、人工帮办、“长辈模式”或“一键操作模式”等“人找政策”的通道。比如,湖北鄂州政务服务中心除保留服务区传统渠道上的“关爱专窗”,还提供“容缺受理、告知承诺、电子证照提交”等简化服务,使老年人办事更便利。

智能与适老的兼顾,要求惠民政策施行需具备“一体两面”的思维。线上,大力优化界面,简化流程,推行“免申即享”服务;线下,通过培训“数字专员”等方式,提升社区服务中心、政务服务中心等实体渠道的办事功能。例如,上海市在推行“一网通办”的同时保留线下专窗;还有一些地方为老年人制作“身份证”实体卡;等等。这些有益探索的关键,在于以人的体验为核心,提供多元化、可选择的服务。

据经济日报

新消费点亮新生活

王赛芝 俞云峰

以智能眼镜、服务机器人等为代表的智能产品销售表现亮眼;IP赋能实体店,商业新模式渐成潮流……一段时间以来,一些新消费模式蓬勃兴起,成为培育新质生产力、激发经济活力的重要力量。

新消费新在哪里?这些消费并非传统消费的简单延伸,而是一场以数字化为底色,以体验感为核心,以品质化为导向的系统性升级。从智能家电普及、新能源汽车下乡,到即时零售“半小时达”、沉浸式文旅“穿越千年”,新消费体现出技术、文化与需求的深度耦合,推动消费升级与产业升级的同频共振。新消费推动“以新供给引领新需求,以新需求牵引新供给”的高水平动态平衡,带动汽车、智能终端等大宗消费,孵化康养旅居、情绪消费等新兴业态。

不过,新消费要真正成为高质量

发展的加速器,仍面临不少现实问题。例如,供给端难以匹配多元化、个性化需求;城乡区域间数字鸿沟、算力调度、物联网终端渗透及边缘计算等环节仍制约着消费潜能释放。面向“十五五”,须系统施策,让新消费点亮新生活。

激活消费场景。加快构建“云—边—端”协同的数字基础设施体系,在商圈、景区、社区等高频场景部署低时延高可靠网络,支撑沉浸式体验;打通科技成果转化“最后一公里”,推动产学研协同攻关柔性显示、人机交互等关键技术,加速智能穿戴、家庭机器人等新品落地。鼓励龙头企业制定智能“家居互联互通标准,推动全屋智能由“单品智能”迈向“系统智能”;实施“国货潮品精品工程”,遴选一批兼具科技含量、文化内涵与设计美学的国货精品,加强国内外推介,提升“中国智造”

影响力。

融通多元体验。单一业态难有持久吸引力,跨界融合才能催生“化学反应”。深耕“文化+科技+消费”路径,运用AR/VR等技术开发数字藏品、虚拟导览等可互动产品,让博物馆文物“活起来”,让非遗手艺“传下去”,让地方故事“走出去”。推广“演艺+旅游”模式,在古城街巷、田园村落嵌入行进式演艺,提升游客体验。围绕重大赛事、节会、展览,打造“跟着赛事游中国”等主题线路,整合交通住宿餐饮资源,形成“票根经济”闭环。推动城市群共建消费协作机制,如长三角打造数字消费一体化示范区,成渝共建巴蜀文旅消费走廊,促进政策互认、标准互通、主体互融,释放区域协同红利。

规范发展赛道。坚持鼓励创新与防范风险并重,对直播电商、AI服务

据经济日报

小小充电宝 事关大安全

陈城

由工业和信息化部组织制定的强制性国家标准《移动电源安全技术规范》近日正式发布。新国标设置了12个月过渡期,将于2027年4月1日实施。

自2025年部分品牌充电宝宣布大面积召回以来,以充电宝为代表的移动电源产品的质量一直备受关注。中国民航局曾下发通知,禁止旅客携带没有3C标识、3C标识不清晰、被召回型号或批次的充电宝乘坐境内航班。由此,是否通过3C认证成了评判充电宝质量的重要标准。直至此次充电宝新国标发布之前,充电宝虽需

要经过3C强制认证,但生产标准仍是原有的两项通用强制性国家标准。这两项通用国标所涉及的电子产品是笔记本电脑、手机、电动牙刷等,显然与移动电源产品的质量标准还有一定差别。

在移动互联网时代,充电宝是人们高频使用的产品之一。人们常常随身携带充电宝出现在不同场合,其产品安全直接关系到消费者的人身安全。此次新国标对充电宝提出了多项新的强制性检测要求。例如,过往针对汽车动力电池的针刺试验成为充电宝的必须测试项目。针刺试验的意义

在于通过细针刺穿充电宝电芯,要求充电宝不起火、不爆炸、不漏液。对标车规级动力电池的严苛测试,将有效提升充电宝的安全性,同时也能将过往消费者所遭遇的充电宝使用中因劣质电芯导致的发热起火乃至爆炸风险降到了最低。

除此之外,新国标的挤压试验条件也更加严格,将平面挤压改为圆棒挤压,同时将最大压力由13kN统一提高到了20kN;新引入300次充放电循环后的析锂检测,从源头提高移动电源的产品安全;规定了正极、负极等关键材料的杂质含量要求,以及工厂生

据光明日报