

◆开局起步 “十五五”

从“游”到“居”： 15分钟旅居生活服务圈的逻辑转换

韩飞 蒋红霞

2025年3月，习近平总书记在贵州考察时强调，要深化文旅体融合，丰富旅游业态，打造“多彩贵州”文旅新品牌。贵州出台《加快推进贵州旅居产业发展总体方案》，提出打造“15分钟旅居生活服务圈”。所谓“15分钟旅居生活服务圈”，是完善旅居配套，让旅居者在15分钟可达范围内，基本完成买菜就医、用餐休闲、健身社交、托管照护、共享办公等日常需求，形成相对稳定的生活秩序。它所回应的不是“来了看什么”的问题，而是“留下来怎么生活”的问题。对贵州来说，这既是文旅发展阶段变化的现实要求，也是把资源优势转化为持久优势的重要抓手。

横向转换：从景区配套转向生活支持系统

“游”转化为“居”的关键在于生活配套，要围绕“吃住医购养康文体”重组功能。游客到一个地方，重点是住一晚、看几处景点、吃几顿特色餐。旅居者面对的是买菜拿药、餐饮消费、散步健身等高频重复的日常需求，这些往往比多一个打卡点更重要。因此，“15分钟旅居生活服务圈”不单是景点服务圈，更是日常生活圈。

《2026贵州旅居研究报告》显示，2025年，到贵州旅居15天以上的达238万人次，其中省外购房旅居占比18%。途家民宿数据显示，贵州连住7天及以上的旅居订单同比增长四成，增速位列全国第二；连住15天、30天的长居订单增速均超40%。当前，贵州承接的并不主要是高奢度假型旅居，而是停留时间较长、消费更务实的避暑康养型、休闲度假型和体验型旅居。省级部署打造清凉避暑、贵南阳光、康养疗愈三大旅居带，推出候鸟式养老、研学、康养、运动等多元产品。这意味着，不同类型旅居场景需要不同的横向配置重点。对候鸟式养老型和避暑康养型旅居，重点应放在基层医疗、异地结算、慢病管理、社区食堂、适老化改造上。对休闲度假型旅居，重点应放在共享厨房、共享办公、文娱健身、亲子休闲

和在地体验上。对体验型旅居，则要把非遗体验、趣味农事、城市漫步、社群活动嵌入日常生活空间。

因此，横向转换的关键是把零散旅游配套转化为生活支持系统。基础消费要从游客型零售转向居民型供应，依托县城商业和重点旅居节点，保障生鲜、日用品等生活物资的稳定供给。住宿产品要从过夜空间转向居住单元，推动民宿、闲置农房、小型酒店向月租型、季租型产品转变，完善厨房、洗衣、储物、公共活动等配套。公共空间要从节庆性热闹转向常态化使用，把阅读、健身、康养、手作、邻里交流等嵌入社区和村寨。只有先把“住得下”的问题解决好，旅居才会从短暂停留变成长期生活。

纵向演进：从短时停留转向持续消费

如果说横向转换解决的是“住得下”，那么纵向演进解决的就是“留得住”。过去一些地方发展旅游，主要依靠景区引流，活动造势将客流转成消费。这套模式适配观光旅游，却难以支撑旅居发展。旅游是短时停留，依赖的是流量；旅居是中长期在地生活，依赖的是停留。流量是波动的，来得快，走得也快。流量一降，商户收缩、服务减配、设施闲置，旅居就难以稳定。

因此，“15分钟旅居生活服务圈”的提出，实质上要求发展逻辑从“短时消费”进一步转向“持续消费”。对贵州来说，这一步尤其关键。贵州的优势不只在凉爽气候，更在于山水治愈、文化浸润、烟火日常和成本可控。这里既有避暑康养的比较优势，也有“村超”“村BA”“村晚”等文旅融合场景，还有红色文化、阳明文化、民族文化、屯堡文化等历史文化的人文支撑。真正把资源优势进一步转化为宜居环境，推进宜游宜居宜养协同发展，把游客变成旅居者，把流量变成留量。

贵州旅居经历了从早期避暑短居到政策规

范化推进，再到“旅居+”提质增效的发展阶段。建设“15分钟旅居生活服务圈”，不是另起炉灶，而是顺应旅居业态升级的内在趋势，推动其从观光逻辑走向生活逻辑，延长停留时间，撬动延伸消费。只有把短时停留转化为持续消费，生活配套才能真正运转起来，旅居产业才会形成更稳的基本盘。

纵横耦合：从空间可达转向治理协同

横向转换补的是条件，纵向演进改的是逻辑，但二者能否真正落地，关键还在纵横耦合。所谓纵横耦合，就是把生活配套和特异性资源通过稳定的治理与运营体系连接起来，转化为持续的旅居承载能力。打造“15分钟旅居生活服务圈”，关键在不同主体协同治理和运营。

政府要筑牢规则、基础设施和公共服务的底座；村集体和社区盘活闲置资源、完善利益联结和公共空间组织；景区运营商和社区服务商负责场景营造、服务供给和日常运营。基层医疗养老机构、社会组织提供医养照护、社群活动和生活支持；数字平台做好客群匹配、信息整合、订单导流和反馈协同。

对贵州而言，纵横耦合的着力点应放在规模化、标准化、可持续的生活服务体系建设上。特别是在旅居社区、乡村旅居村寨和城市嵌入式旅居空间中，统筹布局综合医养服务中心、社区食堂、共享办公、文娱健身空间、快递驿站、旅居综合服务中心等配套。同时还要处理好旅居者与在地社会的关系。旅居不是简单住进来，而是慢慢融进去，能否形成熟人关系，能否参与公共生活，能否获得归属感，往往比风景更能决定一个人愿不愿意长期停留。因此，“15分钟旅居生活服务圈”不仅是生活服务圈，也是社区共建圈和归属感生成圈。只有把空间可达性、服务便利性和治理协同性真正统一起来，旅居才会从看风景走向过日子。

（作者单位：贵州大学。本文系国家社会科学基金重大招标项目〔25&ZD242〕研究成果）



遵义市赤水市葫市镇天鹅堡社区吸引了众多游客前来旅居。

张浪 摄（影像贵州）

高质量供给是满足人民日益增长的美好生活需要的基本前提和重要基础。“十五五”规划纲要明确提出，深入实施提振消费专项行动，增强居民消费能力，改善消费意愿，适应不同群体消费需求扩大优质供给，促进全社会商品和服务消费较快增长。这不仅是扩大内需、提振消费的重要抓手，也是建设强大国内市场、加快构建新发展格局的内在需求。

扩大优质消费品和服务供给是提振消费的内生动力 引导消费趋势。优质消费品和服务供给，是通过技术创新、文化融合与品牌培育，不断拓展消费领域，增强供需适配性、释放消费潜力，畅通经济循环的有效举措。因此，优质消费品和服务供给要紧跟市场需求变化，倡导新型生活方式，驱动产业转型升级。它带来的不仅是消费市场的结构优化，也为相关产业迈向高端化、高附加值发展提供清晰的路径，使得供给与消费之间形成良性互动，共同推动经济实现更高质量、更可持续的内生增长。

增强消费动能。优质消费品和服务供给通过引领和创造新的需求，以更优的产品和服务满足消费者的现有需求，从而持续为消费市场注入新鲜动力，促进消费需求的增长。扩大优质消费品和服务供给能够从根本上提升消费的吸引力和附加值，满足消费者的消费意愿，增强消费者的消费动能。抓实扩大优质消费品和服务供给，就抓住了驱动消费增长、促进内需扩大的核心引擎，能够实现提振消费、扩大内需的目的，为经济持续健康发展提供了坚实支撑。

释放内需潜力。内需的真正释放不仅依赖于消费者的购买能力，更取决于市场上是否存在能够激发其购买意愿的优质消费品和服务供给。优质消费品和服务供给通过提升产品与服务价值内涵，直接回应人民对美好生活的向往，满足消费者的现有需求、创造消费新需求、引领消费新趋势，从而打破低层次供需循环。抓住扩大优质消费品和服务供给，就抓住了激活内需、提升内需层次与内需可持续性的关键枢纽，为经济内生增长提供了不竭动力。

激活消费市场。消费既是经济增长的最终目的，也是经济增长的根本动力。扩大优质消费品和服务供给，需要不断优化消费品与服务的内涵与质量，提升消费品与服务的综合价值，降低消费者的选择成本和感知风险，增强消费者的信心与获得感，带动消费意愿，推动潜在消费需求转化为实际消费行动，为激活消费市场、畅通国内大循环、夯实经济发展内生动力提供有力支撑。

扩大优质消费品和服务供给要聚焦消费需求的变化

以个性化需求为引领。消费者在满足基本需求后追求差异化的心理需求，优质消费品和服务供给有利于强化身份认同、个性特征。以个性化需求为引领，将驱动企业利用大数据、人工智能等技术精准描摹用户需求，创造出让消费者产生强烈归属感与认同感的独特价值消费品，开辟个性化消费大市场。贵州要充分发挥大数据产业优势，着力推动个性化需求与地方特色资源深度融合。通过数据赋能精准识别消费趋势，积极发展柔性生产与定制化服务，在特色文旅、生态农业等领域持续创新，打造具有鲜明标识和独特吸引力的个性化消费体验，将数字优势切实转化为供给侧的创新动力与发展实效。

以多样化需求为引领。多样化优质消费品和服务供给需立足消费选择差异，要求供给端提供更为丰富、跨界融合的优质消费品与服务，以满足不同年龄、不同圈层、不同场景和不同生活习惯消费者的特定诉求。以多样化需求为引领，激励企业进行品类创新、业态融合和生态化布局，推动企业适应个性化新需求变化，极大丰富消费市场的层次与内涵。要将乡村体育与民族文化、地方特产、旅游消费深度融合，贵州的成功实践正是以多样化场景创造新需求、引领新消费的生动物证，展现了供给生态化创新对释放内需潜力的强大带动作用。

以品质化需求为引领。品质化新需求是消费升级的核心内涵，表现为消费者对消费品与服务的质量和安全性等提出了前所未有的新要求。以品质化需求为引领，倒逼供给端推进“质量革命”，推动企业深耕核心技术、践行绿色发展理念，提升整个供给体系的质量基准与信誉水平，构筑长期可持续发展的竞争力。对贵州而言，必须把品质化作为产业升级的关键支撑，依托生态与资源禀赋，推动产业高标准质量体系建设，将自然优势转化为品牌优势，在追求品质的发展道路上持续增强内生动力与市场认同。

在打造消费新场景中扩大优质消费品和服务供给

打造带动面广的消费新场景。基于强大的辐射力与产业链协同效应，整合城乡资源，联动上下游产业，形成带动面广的消费新场景，创造大量就业机会，实现集群效应。结合贵州实践，应紧扣其生态文明建设先行区与数字经济创新发展创新区的定位，推动特色模式向生态化消费场景转化，改造升级一批商圈、商业步行街、夜间消费集聚区。在中心城市建设智慧商圈，通过大数据分析动态优化业态组合与消费动线；在民族地区，推动“村超”“村BA”等群众性文体活动向多元化的消费场景融合，建设特色集市、非遗工坊、精品民宿等集群，形成可持续的消费生态圈，使消费热潮转化为长期就业与居民收入增长，真正让消费覆盖城乡、惠及多方。

打造显示度高的消费新场景。显示度高的消费新场景指带动性强、社会关注度高、易于识别和传播的新型消费场景，其核心特征是强烈的标志性、话题性与示范引领性。显示度高的消费新场景能够迅速形成品牌效应与辐射带动能力，将流量转化为消费增量。贵州应充分利用其独特的生态与文化IP，打造具有全国乃至国际吸引力的消费“闪光点”。如，依托“中国天眼”打造集科普研学、星际主题娱乐、科幻衍生品开发于一体的天文科技旅游目的地；在西江千户苗寨等民族文化景区，通过光影科技、场景演艺，开发民族美学度假产品，实现民族文化资源的现代表达。通过这些显示度高的消费新场景，将生态优势、文化特色切实转化为强大的消费吸引力和发展动能，生动诠释高质量发展的实践路径。

强化系统性支撑，确保场景可持续、供给高品质。消费新场景的成功打造与持续运营，离不开系统性的支撑体系。强化规划与政策引导，将消费新场景建设纳入国土空间与产业发展规划，在项目审批、土地利用、资金扶持上给予倾斜，鼓励社会资本创新参与。夯实数字基础设施，推动5G、物联网、人工智能在重点消费场景的覆盖与应用，赋能智慧管理、沉浸式体验和精准营销。坚持品质化与标准化建设，建立严格的质量标准与诚信体系，维护“多彩贵州”文旅新品牌声誉。注重人才培养与内容创新，培育一批懂运营、懂文化、懂技术的复合型场景营造师，鼓励创作与贵州元素结合的影视、游戏、文创内容，以内容传播持续吸引消费流量。

（作者单位：四川外国语学院）

乡村旅居撬动“两山”转化新通道

吴毅 郑意

2026年贵州省《政府工作报告》明确提出，乘势而上发展壮大旅居产业。贵州被誉为“山地公园省”，是国家生态文明试验区，拥有国家级文化生态保护区。如何发挥比较优势，将生态“颜值”转化为经济“价值”，将旅游“流量”转化为发展“留量”，是当前工作的重中之重。乡村旅居产业，以其“强关联、广覆盖、轻资产、大市场”的特点，可成为关键战略支点。

坚守“一条底线”，确立产业发展的基本原则。我省乡村旅居产业发展必须坚守“生态优先、农民为本”的核心底线，制定出台相关规划标准和政策措施。严守生态红线。科学核定环境承载力，严禁“大拆大建”破坏乡村风貌。保障农民权益。坚持共建共享、共同富裕，探索“村集体+专业运营商+农户”模式，保障农民在乡村资产盘活、民宿经营参与、市场劳动就业中的主体地位和权益。

聚焦“三大抓手”，明确当前阶段的主攻方向。应将标准化建设、示范区引领、全要素保障作为当前主攻方向，集中资源在关键环节实现突破。以标准化建设为牵引，倒逼产

业整体升级。尽快研究出台乡村旅居服务标准体系。既要涵盖住宿、餐饮、安全等基础性规范，更要聚焦适老化改造、康养护理、应急救援、文化体验等关键领域，形成一套有别于传统酒店和景区、具有贵州特色的地方标准。通过标准认证、评级授牌等方式，推动经营主体从“价格战”转向“价值战”。以示范区建设为载体，打造可复制的样板。统筹相关涉农和文旅资金，遴选3-5个基础条件优越区域，建设省级乡村旅居高质量发展示范区。在示范区内试点创新政策，集中资源破解基础设施瓶颈，探索“旅居+康养度假”“旅居+民俗文化”“旅居+体育赛事”等新业态。打造出全国知名旅居村寨，以点带面形成示范效应。以全要素保障为基础，破解核心发展瓶颈。资金方面，鼓励金融机构创新“民宿收益权质押贷款”等产品。在示范区探索生态导向开发模式，将生态治理与产业项目相结合，实现收益平衡。土地方面，盘活村集体闲置农房资产，在示范区探索点状供地、复合用地等新型供地方式，优先保障高端旅居项目落地。人才方面，培育

“贵州旅居新农人”，将民宿管家、康养护理员、活动策划师等纳入职业技能培训体系。

实施“专项工程”，形成多部门协同的工作合力。建议启动若干配套支撑，形成全方位的工作矩阵。品牌塑造，整合宣传资源，提炼“贵州旅居IP”核心内涵，构建统一品牌形象。运用新媒体矩阵，精准对接目标客群，策划系列具有话题性、共鸣感的现象级营销热点。产品创新，深挖温泉、苗药、民族节庆、红色文化等特色资源，大力发展“温泉康养”“非遗体验”“主题研学”等全季候、高附加值的旅居产品。公共服务提升，在重点旅居区域，提升“医、食、住、行”服务。推动优质医疗资源下沉县城，推广远程诊疗；加强冷链物流和食材溯源体系建设；完善水电网路等基础设施；加密旺季旅游公安专线。数字化赋能，建设“旅居贵州”智慧服务平台，整合房源、交通、活动、康养等信息，实现“一码游贵州”的旅居版升级。利用大数据分析游客画像，实现精准服务与营销。

（作者单位分别为：贵州师范大学、中共贵州委办公厅）

◆新知新说

因地制宜发展新兴产业和未来产业

杨再强 简春艳

“十五五”规划纲要对培育壮大新兴产业和未来产业作出专门部署。由中央宣传部理论局组织编写的2026年“理论热点面对面”通俗理论读物《科学规划促发展》，着眼“十五五”时期国内外发展形势，深入回答了如何建设现代化产业体系等10个重大理论和实践热点问题，就“怎样抓住新兴产业和未来产业的风口”，进行了学理性 and 普及性相统一的阐释。认真研读此书，有助于广大读者加深对党中央决策部署的理解，对后发地区抢抓机遇、培育新质生产力也有启发。

厘清科学内涵，把握产业演进逻辑。新兴产业技术和市场条件相对成熟，具有知识技术密集、物质资源消耗少、成长潜力大等特点，对经济社会长远发展具有重大引领和带动作用。未来产业则处于更前沿的孕育萌发阶段或产业化初期，具有前瞻性、战略性、颠覆性等特点，蕴藏着未来的产业增长点、爆发点。当前，我国战略性新兴产业增加值占GDP比重已超13%，集成电路、航空航天、生物医药、低空经济、新型储能、具身机器人等6个新兴支柱产业产值有望在2030年突破10万亿元。但风口背后是高风险，不顾条件一哄而上只会造成同质化竞争和产能过剩，必须根据资源条件和产业基础因地制宜，杜绝同质化、“内卷式”竞争，通过前瞻性布局、多元化探

索，供需两端协同发力，构建起产业创新发展生态，才能抓住风口。

找准比较优势，有所为有所不为。我国在人工智能大模型、量子计算、人形机器人等领域已进入第一梯队。国发〔2022〕2号文件明确支持贵州建设全国一体化算力网络国家枢纽节点，“东数西算”工程让贵安数据中心集群成为国家算力底座的重要组成，贵州数字产业规模已突破2800亿元；贵州磷、铝、锰等能矿富集，已形成“磷系正极材料+电解液”的新能源新材料产业集群，依托“富矿精开”战略，“资源高地”到“产业高地”的路径已走通；同时，92.5%的山地丘陵地形恰是低空经济的天然试验场。这三张牌既是贵州独特的资源禀赋，也是布局新兴产业和未来产业的起点。我们要把思想和行动统一到党中央决策部署上来，坚持从实际出发、扬长补短，不贪大求全、不盲目跟风，把三张牌一张一张打实，才能在全国新兴产业和未来产业版图争得一席之地。

开辟新领域新赛道，塑造发展新动能新优势。其一，以算力优势切入数据要素产业链。进一步用好中国国际大数据产业博览会平台，持续开拓算力市场，积极扩大贵州大数据产业发展的“朋友圈”；全力壮大词元经济产业集群，为智能服务建立可计量、可交易、可分配

扩大优质消费品和服务供给

肖红 冉诗洋