



唐晓云

段强

刘振飞

刘克智

蒋依依

胡阳

王舒

中国旅游研究院副院长唐晓云：

贵州已成为避暑旅居标杆

贵州日报天眼新闻记者 黄若枫

“贵州具有气候、生态、文化、政策多重优势，已成为全国避暑旅居标杆。”3月31日，在第二十届贵州旅游产业发展大会主体活动之一的2026年贵州旅居产业招商推介会上，中国旅游研究院副院长唐晓云表示。

唐晓云分析说，旅居是市场发展的必然，也是国家战略的组成。其源起于工业革命后欧洲的度假需求，而在我国，随着城市化、后现代消费主义发展及社会治理体系完善，旅居逐步走入大众视野。如今旅居已纳入国家战略，2021年旅居养老被纳入国家规划，国办发〔2026〕2号文件更将旅居列为六大重点培育领域之一，贵州、云南等多省区推进产业发展成效显著。

在唐晓云看来，旅居不仅是一种新兴生活方式，也是旅居者对理想生活的集体表达和产业创新的新增长极。它催生地产、本地化生活消费，拉动地方经济与农民增收；带来信息、智力资源，促进文化交流融合。“旅居是旅游生活化和生活旅游化的统一，旅居者多追求1至3个月的短期居住，渴望沉浸式‘在

地生活’，既有便捷设施的硬需求，也有治愈心灵、文化体验的精神诉求。”唐晓云谈道，旅居并非老年人专属，是旅游向深度体验的转型，20至40岁群体占比约60%，老年群体追求康养延年、年轻群体和数字游民向往工作生活平衡，对美好生活的向往是共同内核。同时，旅居具有社群联结与高黏性的市场特征，依托互联网形成的社群文化，让旅居从个体选择演变为一种具有社会互动特征的群体文化现象。

针对旅居目的地发展，唐晓云提出三大路径：构建“主客共享”文化空间，保障本地社区权益，践行责任的旅居伦理；推进“旅居+”业态融合，以康养旅居带动房产租赁、医疗、农业、保险等跨界融合，平衡好本地居民与旅居者利益，通过签证、保险、土地等政策降低旅居门槛；实施包容性治理，超越单纯的经济视角，让旅居红利惠及城乡居民。

“相信在贵州各级政府和经营主体的共同努力下，贵州将建设成为全国旅居样板，为中国旅居产业提供不可替代的贵州方案。”唐晓云说。

中国旅游协会会长段强：

文旅体融合发展之路越走越宽

贵州日报天眼新闻记者 赵相康

3月30日晚，以“促文旅体融合 乐享旅居生活”为主题的第二十届贵州旅游产业发展大会开幕式在贵阳举行，中国旅游协会会长段强在主旨发言中表示，贵州文旅体融合发展之路必将越走越宽。

2026年，是“十五五”开局之年，“推进旅游强国建设”写入“十五五”规划纲要，开启旅游业高质量发展新征程。同时，全国两会《政府工作报告》首次提出“培育‘中国服务’品牌”，推动服务品质与服务标准全面提升。文旅产业作为“中国服务”的核心支撑，将更加释放支柱产业、民生产业、幸福产业的综合价值，在促消费、促就业方面发挥独特作用。

“旅游产业发展大会已成为全国各省市推动文旅产业发展的重要抓手，贵州连续举办二十届旅发大会，走出了一条独具特色的文旅发展之路。”在段强看来，贵州是其中的佼佼者。在段强看来，贵州连续举办二十届旅发大会，走出了一条独具特色的文旅发展之路。

段强表示，贵州依托得天独厚的生态、气候与民族文化资源，紧抓文旅体融合发展大势，以“村超”“村BA”等特色赛事引爆文旅流量，以非遗传承、红色文化、山地运动、跨界融合丰富旅游业态，以特色旅居产品

满足大众休闲需求，让“山地公园省·多彩贵州风”品牌享誉全国乃至世界，不少项目成为全国文旅融合发展的典范，为各地借助旅发大会推动产业发展树立了榜样。

当前，文旅产业正发生着深刻变化，行业整体向好、前景广阔，但也需要我们保持清醒认知，把握好发展节奏。段强认为，要警惕投资热后的存量资产盘活问题，避免盲目投资、资源闲置，着力提升现有旅游项目运营效能，让存量资产释放更大价值；要破解网红变长红的难题，不单纯依赖短期流量热度，要深耕产品品质、优化服务体验、沉淀文化内涵，让临时流量转化为长久吸引力，实现文旅产业可持续发展。

“本次大会必将成为凝聚共识、共谋发展的盛会。”段强表示，文旅产业承载着人民群众对美好生活的向往，中国旅游协会将一如既往地支持贵州文旅产业发展，愿继续携手贵州及全国各兄弟省市，深化交流合作，凝聚行业合力，共同破解发展难题，推动文旅产业行稳致远，不断擦亮“中国服务”品牌，为建设旅游强国贡献力量。

高德董事长刘振飞：

AI赋能激活文旅新动能

贵州日报天眼新闻记者 曹雯

“过去一段时间，高德持续助力贵州文旅发展。数据显示，高德在贵州服务的人群中，游客占比高达72.6%，远超全国平均水平，印证了贵州作为高品质旅游目的地的强大吸引力。”在第二十届贵州旅游产业发展大会开幕式上，阿里巴巴合伙人、高德董事长刘振飞介绍。

刘振飞指出，贵州以丰富的文化资源和优越的生态环境著称，在文旅高质量发展方面已是佼佼者。同时，作为全国首个国家级大数据综合试验区，贵州在数字经济与实体经济融合方面也走在前列，成绩斐然。刘振飞说，“这让我们看到了数字技术与实体经济进一步深度融合的广阔空间。”

目前，高德在贵州布局的数据点位已超过200万个。前不久，高德与贵州文旅数字形象代言人“黄小西”达成战略合作，通过IP与高德AI的有机融合，

上线“跟着黄小西游贵州”一键智慧游门户，打造“山水人文·智慧出游”的独特体验。该服务上线后，访问量迅速提升20倍以上。

刘振飞认为，AI的终点不是对话，而是服务；文旅的终点也不是流量，而是体验。传统的互联网解决了信息不对称，未来的“空间智能”将解决服务体验的不对称。高德愿继续做好贵州文旅发展的“AI助手”，重点探索两个方向：一是深化AI在文旅场景的深度应用，推动智能交互、沉浸式体验、文化IP等方面的服务创新，既提升游客体验，也助力管理者高效调配资源；二是推动生活服务、大交通出行与文旅产业深度融合，打通“吃、住、行、游、购、娱”全链路，释放文旅消费潜力，让游客来得舒心、玩得开心、消费得放心。

旅居到贵州 生活更多彩

3月29日至31日，以“促文旅体融合 乐享旅居生活”为主题的第二十届贵州旅游产业发展大会在贵阳举行。

习近平总书记对贵州旅游业发展寄予厚望，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。贵州认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神，围绕资源、客源、服务“三大要素”，实施旅游产业化“四大行动”，旅游业发展实现深刻转变，重点景区持续提升升级，旅游业态更加丰富多元，旅游服务不断优化提升。当前，旅居已成为新的旅游和生活方式，贵州顺应产业发展趋势，持续打响“旅居到贵州，生活更多彩”品牌。

本届旅发大会构建了“1+4+N”的活动体系，包括1场开幕式、4个专项领域主题活动和多项文旅体配套体验活动，全方位展现贵州文旅体新魅力。大会邀请国内文旅头部企业、头部协会研究机构、国际旅游组织代表，以及文旅体领域的投融资商、运营商、服务商、文旅科技、娱乐传媒、旅游出行等领域代表600余人，共同见证和参与贵州文旅体融合与旅居产业发展。

本版图片/贵州日报天眼新闻记者 李森 林民 贾智 刘杨 张丽 摄

本版责编：高艳 版式设计：侯刚 张睿

中国演出行业协会会长刘克智：

抢抓机遇打造西部演艺新高地

贵州日报天眼新闻记者 赵相康

“国家高度重视演艺在促进消费中的重要作用，行业迎来前所未有的发展机遇。”3月30日，在贵阳举办的第二十届贵州旅游产业发展大会主体活动之一——2026年演艺经济洽谈会上，中国演出行业协会会长刘克智表示，贵州正凭借政策优势、资源优势和市场活力，快速成长为我国西部富有活力与潜力的演艺新高地。

近年来，贵州省委、省政府将演艺经济摆在突出位置，高位统筹、系统谋划、精准施策，先后出台《贵州省打造全国重要演艺市场三年行动方案(2025—2027)》《贵州省推进文旅体融合工作方案(2025—2027年)》等政策文件，推出财政奖励、审批提速、一站式服务、品牌培育等务实举措，以顶层设计为市场发展保驾护航，为演艺产业快速崛起提供了坚实的制度保障和强劲动力。

据中国演出行业协会票务信息采集平台监测和调研测算，2025年贵州省营业性演出共1.33万场。大型演出呈现“少而精、强带动”的高质量特征，全年举办47

场，吸引观众127.55万人次，演艺经济已成为激活文旅、拉动消费的重要引擎。

与此同时，贵州剧场演出和演艺新空间等业态同步快速发展，有效激活了本地文化消费微循环。2025年全省剧场类演出5800场，同比增长约18%，增速在各板块中领跑。沉浸式戏剧、脱口秀、Livehouse、小剧场喜剧等演艺新空间加速向商圈和街区延伸，开心麻花、春野社、原气喜剧等品牌多点布局，形成了“小而美、多频次、高互动”的消费新场景，与大型演出、旅游演艺形成互补，全面满足不同年龄、不同圈层的品质化、差异化文化需求。

刘克智认为，贵州立足推动演艺内容创新与场景拓展双向发力，已形成多层次、多元化、全场景的演艺供给体系，中国演出行业协会将继续发挥行业桥梁与平台作用，在项目对接、资源导入、品牌推广等方面支持贵州演艺产业发展。

北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依：

发挥核心优势 促进体旅融合

贵州日报天眼新闻记者 赵相康

3月31日，在贵阳举行的2026年文旅体融合发展洽谈会上，北京体育大学教授、体育休闲与旅游学院院长蒋依依表示，神奇秀美的自然山水资源是贵州体育旅游发展的核心优势，四山八水的独特格局构建出贵州体育旅游布局的核心骨架。

近年来，贵州通过打造“一核、六带”体育旅游产业布局，将户外产业与旅游产业相结合，塑造贵州省全国户外运动城市品牌。

“截至2025年底，全省共有户外运动相关商户675家，全年新增商户288家。2025年，贵州新增率约为44.44%，净增率约为4.17%。”蒋依依认为，从户外运动商户的新增率和净增率来看，反映出当前贵州户外运动市场正处于扩张与调整并行、数量增长与结构优化同步推进的发展阶段。

从月度数据看，贵州省户外运动商户数量呈现出明显的季节性波动特征，整体表现为“年初低位运行、年中快速增长、三季度达到高峰、四季度回落调整”的发展态势；从户外运动商户分布来看，呈现出高度集中型

结构，陆地与山地运动商户占比达87.70%，市场呈现“陆地与山地运动高度集中”的结构格局。

从户外运动商户进入与新增率来看，贵州户外运动市场呈现出“主体业态高流动、新兴业态快增长”的发展格局。陆地与山地运动市场竞争较为激烈；冰雪、水上和航空等新兴业态新增明显，发展潜力较大。从区域类型分布来看，各地户外运动参与以陆地与山地运动为主体，多数地区占比在85%至95%之间；黔东南州水上运动表现突出，呈现出资源禀赋驱动的差异化特征。

2025年，美团统计贵州省户外运动线上消费金额约6000万元，消费单量超31万，消费人数超16万人。蒋依依认为，从不同类型户外运动在消费金额、消费单量与消费人数3个维度的分布来看，贵州水上运动均占据绝对主导地位，占比均超过80%；从客源地结构来看，户外运动消费呈现明显的“外向型”特征，省外消费者占比高达89.47%，贵州户外运动对外部市场具有较强吸引力；中青年群体是户外运动消费的核心力量，整体呈现“年轻化”特征。

途家民宿高级副总裁胡阳：

贵州旅居订单增速领跑全国

贵州日报天眼新闻记者 曹雯

3月31日，在第二十届贵州旅发大会主体活动之一的2026年贵州旅居产业招商推介会上，途家民宿高级副总裁、途家旅居CEO胡阳表示，贵州凭借气候生态、饮食文化及独特的康养资源，正成为旅居产业发展的重要目的地。

胡阳介绍，过去一年，途家平台旅居订单增速明显高于大盘：连住3天订单增速超80%，连住7天及以上增速超150%。在他看来，贵州发展旅居产业具备3大优势：一是夏季凉爽，生态环境优良；二是饮食与文化优势，为旅居提供高辨识度内容；三是非遗民族医药富集，构成独特的民族康养体系。数据印证了贵州旅居的潜力。自去年7月途家上线

旅居频道以来，贵州连住7天及以上旅居订单同比增长四成，增速全国第二；连住15天、30天订单增速均超40%。2025年7月，贵州旅居订单同比大幅增长超76%。

从区域看，连住7天及以上订单量前五的城市为贵阳、六盘水、安顺、黔东南和毕节。客源地主要来自北京、四川、重庆、湖南、广东和上海。值得注意的是，30至45岁中青年群体占比超四成，“00后”占比达21%，显示旅居市场正呈现年轻化、家庭化趋势。

胡阳表示，未来贵州可围绕避暑、康养、亲子和在地文化体验，进一步丰富旅居产品供给。途家也将继续发挥平台优势，助力贵州将资源优势转化为产业优势。

北京大麦文化发展有限公司灯塔专业版运营总经理王舒：

为了一场演唱会，六成观众跨省而来

贵州日报天眼新闻记者 姜雨熙

在3月30日举行的第二十届贵州旅游产业发展大会主体活动之一——2026年演艺经济洽谈会上，北京大麦文化发展有限公司灯塔专业版运营总经理王舒，围绕演唱会、音乐节、Livehouse、剧场演出四大板块，以平台数据解读了贵州演艺市场的规模、客群特征及消费带动效应。

王舒表示，根据大麦网灯塔专业版数据，贵州演出市场增长迅猛，省份票房排名明显提升，场次与观众人次持续增长，票房接近翻倍。与川渝地区形成合力，与京津冀、长三角、珠三角共同构成驱动全国演出市场的四核力量。

2025年，贵州省全国省份票房排名同比提升8位。贵阳一城贡献全省九成票房，其全国城市票房排名同比提升14位，连续两年增速超过120%。演唱会票房占比超八成，强势领跑增长。

王舒指出：“贵州演出市场形成了以演唱会为龙头、音乐节为支撑、其他品类为补充的稳定格局。头部艺人

有效激活市场，贵阳演唱会已跻身全国十强，场次、人次和票房逐年上涨。贵州演唱会全国排名大幅提升，越来越多头部艺人选择贵阳作为巡演地。六成观众跨省而来，跨省观演比例远超全国均值。”

贵州立足自身区位特点，以演出带动文旅产业发展。“贵州正成为音乐狂欢目的地。乌鲁木齐、喀什、阿勒泰的用户跨越2700公里直线距离，来贵阳观演。”王舒结合图表数据分析，贵州跨省观演比例高、观众来源遍布全国；音乐节使贵州成为西南地区的狂欢集散地，融入成渝地区双城经济圈，形成周末微度假黄金三角，塑造西南文旅共同体。

此外，“00后”正成为Livehouse的主力观众，新锐艺人为市场带来增量，跨省观众中“00后”占主流，构建起兼具流量活力与多元层次的市场生态。脱口秀则有效盘活贵州夜经济，小剧场表现亮眼，“回头客”不断增加。在贵州剧场演出各品类中，脱口秀场次占比达60%，位列第一。