



格局重塑

国家级都市圈扩容至19个 全域协调体系基本成型

文/王登海

都市圈是推动区域协调发展、激活经济增长动力的核心载体。国家级都市圈的规划建设,不仅关乎核心城市与周边区域的协同共生,更对全国经济格局优化、城乡融合发展具有深远影响。

2025年,国家级都市圈持续扩容,从年初石家庄都市圈跻身“国家队”,补齐冀中南区域发展短板、纵深推进京津冀协同发展;到年中长春都市圈获批,与沈阳都市圈形成东北双圈并立格局,为老工业基地全面振兴注入新动能;再到2025年末宁波都市圈落地,东部沿海都市圈布局进一步加密,全国国家级都市圈总数正式定格为19个。

一年“三圈”落子

2025年,国家级都市圈持续扩容,从京津冀到东北老工业基地,再到东部沿海地区,新增都市圈有序落地,推动全国都市圈空间布局进一步完善。

年初,石家庄都市圈正式获批跻身“国家队”。石家庄都市圈以石家庄市为中心,与联系紧密的衡水市、邢台市、定州市、辛集市共同

多位业内专家在接受《中国经济报》记者采访时表示,尽管19个国家级都市圈已基本覆盖国内主要经济带,但中西部、东北地区仍有具备潜力的区域尚未纳入,未来扩容进程将持续推进,且更注重质量与实效。

进入年中,东北老工业基地的都市圈建设取得实质性突破。8月22日,《长春都市圈发展规划》获国家发展和改革委员会复函同意,标志着长春都市圈建设从前期规划探索阶段正式迈入落地实施的关键环节;10月,规划全文正式印发实施,明确以长春为核心,联动吉林、四平、辽源、松原部分区域及延边朝鲜族自治州西部区域的发展范围,重点围绕汽车及零部件、轨道交通装备、现代农业、冰雪经济等特色产业打造协同发展链条。

2025年末,东部沿海区域都市圈布局进一步加密。12月5日,宁波市发展和改革委员会在宁波市网络民生服务平台“民生e点通”回复网民时称,2024年1月,宁波都市圈已获得国家发展和改革委员会批复。

不过,宁波市发展和改革委员会还表示,2025年3月,浙江省人民政府印发《宁波都市圈发展规划》,因属于内部文件,其中相关内容不宜公开发布。

随着宁波都市圈的正式获批,国家级都市圈总数正式定格为19个。从空间分布来看,南京、福州、宁波等东部沿海城市悉数入围,形成了东部地区国家级都市圈密集布局的格局;成都、长株潭、西安、重庆、武汉等中西部核心城市牵头的都市圈稳步发展,实现了中西部地区在国家级都市圈布局中的多点突破;长春都市圈的落地则补齐了东北地区国家级都市圈的布局短板。

新增国家级都市圈的落地节奏有序衔接,不仅推动国家级都市圈总量实现突破性增长,更推动全国都市圈空间格局进一步完善,为区域协调发展注入了强劲而持久的动力。

扩容空间犹存

“国家级都市圈仍有扩容潜力,随着城镇化进程持续深入与区域协调发展需求不断增长,符合条件的大城市及周边区域将逐

步被纳入国家级都市圈体系。”北京社会科学院副研究员王鹏如是判断。

科方得智库研究负责人张新原亦持相似观点,他认为,未来国家级都市圈的扩容进程不会停滞,但将更加强调质量与实效。

那么,究竟哪些区域具备晋级国家级都市圈的潜力?

张新原认为,核心城市经济实力与辐射能力强劲、已形成较成熟的跨行政区协同发展机制的区域,将是国家级都市圈遴选与扩容的优先方向。此外,若能精准契合中西部崛起、边境地区开放、流域协同发展等国家层面战略部署,这类都市圈的晋级概率将大幅提升。

在张新原的观察中,中部地区的太原、南昌,西南地区的昆明、南宁,以及乌鲁木齐及其他边疆枢纽城市,均为国家级都市圈的潜在扩容区域。

从地方实践的动态发展来看,多个具备潜力的区域已然开启积极且有序的布局,全力角逐国家级都市圈这一重要发展机遇。

昆明都市圈是国家级都市圈最被看好的“后备军”之一。2025年初,云南省《政府工作报告》明确提出“做强昆明都市圈”的发展目标,同年2月,云南省发展和改革委员会发布的《云南省深入实施以人为本的新型城镇化战略五年实施方案》进一步明确,要转变昆明城市发展方式,加快印发昆明都市圈发展规划。

作为西部的特大城市,2024年昆明地区生产总值8275亿元,高于2025年刚“入围”的长春,同时,常住人口达868.7万,庞大的人口规模为都市圈的发展提供了充足的人力资源保障。

综合经济实力与人口规模来看,昆明都市圈具备较强的人口集聚竞争力。

哈尔滨都市圈的申报呼声同样高涨。该都市圈以哈尔滨为核心,联动大庆、绥化等周边城市构建省级重点发展单元,是支撑东北全面振兴的重要增长极。截至2025年12月,其国家级都市圈认定尚未获得国家发展和改革委员



图为石家庄城貌。 王登海/摄影

会函复,仍处于省级层面重点推进阶段。

此外,乌鲁木齐、南昌等区域也在积极推进都市圈培育工作,成为国家级都市圈的潜在候选区域。

均衡发展可期

都市圈核心城市的“虹吸效应”和“辐射效应”,向来是区域经济发展领域备受瞩目的焦点话题。都市圈的中心城市,特别是超大特大城市,作为都市圈的核心枢纽,肩负着辐射带动周边城市、推动区域协调发展的重任。

然而,多名专家认为,当前我国大部分都市圈的核心城市,在创新驱动和产业升级等方面的引领作用尚未充分发挥,都市圈内部发展失衡问题日益凸显,核心城市与外围城市之间的经济发展差距显著,“虹吸效应”并未得到根本性扭转。

王鹏对此有着深刻的见解。他指出,核心城市过度集聚各类资源,致使区域发展严重失衡。周边中小城市产业空心化问题加剧,人口流失现象愈发严重;产业链断裂风险上升,区域整体抗风险能力随之下降;公共服务压力增大,不仅影响城市的可持续发展,还降低了居民的生活质量。

张新原也关注到“虹吸效应”强于“辐射效应”所带来的负面影响。他表示,人才与资本的持续流失,不仅会引发区域内产业同质化

的恶性竞争,还会大幅降低协同发展效率。从长远来看,这将直接削弱都市圈的整体竞争力。

那么,如何破解这一难题,实现都市圈的均衡发展呢?多位专家认为关键在于通过系统性的制度设计与政策安排,搭建跨区域协同发展框架。借助跨区域税收分成、GDP核算改革等措施,平衡利益分配,让各城市在合作中都能获得合理收益,从而激发参与协同发展积极性。

张新原建议,需以轨道交通为核心推动基础设施一体化,通过缩短时空距离促进要素双向流动;同时要引导核心城市聚焦研发、金融等高端功能,与周边城市的制造、物流等功能协同配合,形成梯度分工体系。此外,还应鼓励都市圈内城市共建产业园区与创新飞地,推动核心城市向周边输出技术、品牌与管理经验,以此实现区域协同发展,破解失衡难题。

王鹏则认为,当前国家级都市圈面临交通一体化滞后、产业协作低效、公共服务不均、跨行政区合作机制不畅等现实问题,这些短板已成为制约都市圈发展的关键因素。

在王鹏看来,“十五五”的核心方向是锚定高质量发展,推动都市圈从规模扩张向质量提升转型,通过构建功能互补、要素流动、产业协同、生态共治的格局,实现区域一体化与共同富裕。



从“卖风景”到“造体验” 文旅行业2026年将重构产品逻辑

文/黄永旭

贵州榕江“村超”成功出海,“散装”梗文化叙事的“苏超”爆火,中卫沙漠星空音乐节万人齐“嗨”……2025年,中国文旅市场热点不断,产业转型与融合发展进一步深化。

据文化和旅游部数据,2025年前三季度,国内居民出游人次49.98亿,比上年同期增长18.0%。出游花费方面,国内居民出游花费4.85万亿元,比上年同期增长11.5%。出游人次和花费增长的背后,文旅行业从“规模扩张”向“价值深耕”转型的脉络逐渐清晰。

面对新形势和新变化,如何将“流量”转化为“留量”,将“观光”升级为“体验”,将“网红爆款”构建为“生态闭环”,成为地方政府和文旅企业的必答题。

“地方政府要打破条块分割,做好‘文旅+百业’的统筹工作,完善政策与资金支持。挖掘地方文化资源,塑造地方特色IP与品牌,避免‘千城一面’。”陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕在接受《中国经济报》记者采访时建议,文旅企业要加快新技术应用,不断创新消费场景,从“卖景点”向“卖场景+服务+商品”的复合供给升级。

市场需求重构

作为腾格里沙漠与黄河相遇的特殊地理单元,宁夏沙坡头旅游

景区是著名的5A级景区,拥有大漠、绿洲、黄河、高山四重景观共生的独特自然资源,是我国沙漠旅游的先行者和佼佼者。

近年来,宁夏沙坡头旅游景区加快转型,将独特的自然资源转化为可持续的消费体验与经济模式,“沙漠星星酒店”“沙漠钻石酒店”“沙漠万人音乐节”等爆款迭出,昔日的“到此一游”式观光,已经逐渐升级为“观光体验+休闲度假”的沉浸式旅游。

2025年以来,宁夏沙坡头旅游景区举办的“青春漠漠搭”主题活动频频“出圈”。6月以“青春漠漠搭·现在就出发”青春漫游文化旅游季为主题,打造了沙漠星空万人音乐节和星空嘉年华等活动,其中,沙漠星空万人音乐节2天吸引了6万余人参与,外地游客占比达45%,创下中卫市单项文旅活动参与人数新纪录。

跳出“老少咸宜”的模糊定位,聚焦Z世代需求。”中卫市旅游和文化体育广电局副局长马娟丹认为,“青春漠漠搭”的成功,是自然景观年轻化转型的成功实践。客群定位决定产品逻辑,锚定Z世代核心客群,用“社交化、娱乐化、个性化”的产品语言重构体验,才能打破传统观光的天花板。

据介绍,2024年,中卫市共接待游客1850.26万人次,同比增长23.1%,其中有30%游客专程为“青春漠漠搭”活动而来。2025年上半年,中卫市共接待游客966.48万人次,旅游花费53.39亿元,同比分别增长6.85%和5.89%,预计全年表现将再创佳绩。

据介绍,中卫市以建设沙坡头国际沙漠度假旅游目的地为引领,以“青春”为主线,以沙漠为核心旅游资源,结合青年群体“万物皆可搭”的社交文化,创新开展“青春漠

漠搭”沙漠营地文化旅游季活动,建设了4大主题帐篷营地,配套了7项创意体验活动,将大漠、黄河、星空等独特资源转化为沉浸式体验场

景,构建起文旅融合新模式,成功将沙漠转化为年轻人的“逐梦之地”。

“现在旅游需求发生转变,游客更追求深层次的体验,情绪消费和疗愈经济的需要更加突出。”中旅(宁夏)沙坡头旅游景区有限公司副总经理朱文军告诉记者,2024年开始推出“青春漠漠搭”主题活动,一方面聚焦生理上的“青春”,主要吸引年轻人,另一方面将“青春”释义为心态年轻,目标客群定位为退休人群。

朱文军表示,通过沙漠民谣集、各类音乐节演唱会、花火大会等特殊场景的夜游活动,构建沙漠“搭子”文化,为Z世代和银发族“提供一个舞台,配合音乐、表演等,消除人与人之间的距离感”,搭建休闲、社交的平台,增进人际关系,从而满足游客情绪价值需求。

据介绍,2024年,中卫市共接待游客1850.26万人次,同比增长23.1%,其中有30%游客专程为“青春漠漠搭”活动而来。2025年上半年,中卫市共接待游客966.48万人次,旅游花费53.39亿元,同比分别增长6.85%和5.89%,预计全年表现将再创佳绩。

事实上,作为以户外游玩为主的旅游项目,冬半年是沙漠旅游的传统淡季,但是随着不断创新游玩场景,这一传统有望改变。

记者了解到,2025年12月至2026年3月,“青春漠漠搭·冬季再出发”冰雪旅游季即将开启。中卫市将依托独特的沙漠、黄河资源,以沙坡头景区沙漠冰雪馆为核心,设置滑雪、雪地摩托、冰壶等趣味项目和竞技比赛,联动县区同步开展冰雪嘉年华活动。

马娟丹表示,资源转化需要场景创新,将沙漠、星空等“原始资源”转化为“治沙研学、星空派对”等“创意场景”,让游客从“看风景”变为“造体验”,提升参与感与传播欲,才能实现“网红”长红。

新技术催生新场景

一般而言,要开启一场旅行,首先要查询游玩攻略,制定出行规划。作为出发前的准备工作,是否充分详细,往往左右着实际的旅行体验。如今,随着大数据、智能AI等新技术的加速应用,出行计划、游玩攻略实现“一键定制”,更有智慧伴游之类的产品充当导游角色,极大地提升了游玩体验。

“出行规划确实非常耗费精力,但是有AI定制之后,不光能准确筛选出心仪景点,还能合理规划游玩路线,出行安排等细节,省事省力。”西安长安十二时辰主题街区内,游客苏先生对AI旅行助手赞赏有加。

陕西文化产业投资控股(集团)有限公司党委宣传部工作人员介绍,上述所言AI旅行助手名叫“小七”,是“游陕西”平台的AI伴游智能体。主要聚焦于智能行程规划、攻略推

荐、订票服务、文化讲解等核心功能,已成为集场景化服务与智能交互于一体的综合性旅游智能助手。

在实际应用中,“小七”的“文旅地图”模块整合了陕西全域旅游资源,精准标注特色美食点位,规划多条城市漫游路线,能够覆盖游客行前至行程中的全流程需求。该模块还支持个性化路线一键生成、多人协作编辑行程、精美长图分享及关联优惠领取等功能。

打开“游陕西”平台,进入“AI定制攻略”模块。记者看到,该模块预设了出发地、目的地、游玩时长、出行人数、预算金额等多个选项。随后,记者以外地游客到西安市5天4晚,2成人1儿童,总预算10000元向智能助手提问。1分钟后,智能助手便成功制定了一份5日旅行计划,其中包括游玩路线、入住酒店推荐、预算分配等详细计划,而且还提供了西安本地人的相关游玩建议和避坑指南。

此外,陕西文化产业投资控股(集团)有限公司还研发上线了“智影相机”文旅个人微短剧AI创作平台。当前,可提供超过50套唐代服饰与热门打卡场景选择,涵盖佳人、才子、孩童等多元形象模板,支持静态写真与动态视频两大核心服务。

据了解,在长安十二时辰主题街区、陕西文化馆、西安国家版本馆等省内热门景区,游客只需通过微信小程序扫码进入服务界面,上传个人正面照片即可一键完成“穿越”。游客可化身胡姬、杜甫等唐

代名人,在上元安康踏歌台、福街等特色场景中定格专属画面,或通过AI换脸与视频合成技术生成30秒高清“古装微短剧”,实现从“静态摆拍”到“沉浸式体验”的升级。

转型与融合发展

2025年初,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,明确将文旅业培育为支柱产业,核心路径聚焦“文旅+百业”融合、新消费场景培育等方向。

随后《提振消费专项行动方案》《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》等政策相继出台,形成了支持“文旅文体健融合消费新场景IP跨界联名”沉浸式体验的系统化政策框架。

在政策导向下,行业逻辑发生根本性转变。文旅的主角不再是孤立的景点,而是更侧重情绪价值与社交属性。

张燕指出,相较往年以“门票+观光”为主,2025年文旅市场转向“无门票引流+全域消费”,比如“村超”“苏超”,从“走马观花”升级为“情绪价值+深度参与”,情绪价值与在地文化成为核心竞争力。

前瞻2026年文旅市场发展和趋势,张燕认为,深度融合是大势所趋,业态边界进一步拓宽。而且,场景驱动消费将成为主流,从“卖风景”向“造场景”的转变加速,以“文化为魂、科技为翼”打造沉浸叙事场景将是各方重点任务。