



2025年
2月26日，
游客在哈尔滨冰雪大世界园区内游玩。
新华社发

春暖花开，正是出游好时节。

近几年，不少城市因独特魅力脱颖而出，成为热门旅游地。

2023年中，淄博烧烤火遍全网；2023年底，哈尔滨冰雪节吸引大量游客前来玩雪赏灯；2024年初，天水凭借麻辣烫出圈；《黑神话：悟空》的爆火也带动山西文旅多点开花。

2025年，谁会是下一个现象级爆款旅游城市？



2024年4月4日，游客在位于天水市秦州区的一家麻辣烫店吃麻辣烫。
新华社发

2025年，下一个现象级“爆款城市”会是谁？

● “爆款城市”向四五线下沉

2025年哪些城市有望成为新一轮的爆款目的地？借助专家分析、行业数据和AI大模型或可见端倪。

中国旅游研究院院长戴斌撰文认为，2025年应推动旅游市场下沉，引导旅游消费从高线城市向低线城市、从中心城镇向农村市场有序梯度转移，拓展更广阔的文旅发展空间。

从数据来看，2025年，“非遗旅行”正在吸引更多年轻游客走入四五线城市，感受非遗与历史文化古迹，体验不同业态的小店。

美团旅行数据显示，自2025年1月中旬起，国内四五线城市的酒店订单持续增长，逐步显现出成为爆款旅游城市的潜力。其中，景德镇、漳州、运城、崇左、开封、浏阳、黄冈、宜春、潮州、攀枝花，成为春节非遗热门小城前十名。

2025年1月以来，景德镇手工制瓷、广西崇左“壮锦”、广东潮州“英歌舞”等国家级非遗体验搜索量大幅上涨，增幅分别达到524%、291%和582%。与热搜对应的，这些小城的古城老街、花灯和古迹，加上更实惠的旅行成本，也吸引了大量年轻游客。

从DeepSeek预测来看，具备深厚文化IP、年轻化表达以及政策流量扶持的城市，正逐步崭露头角。

DeepSeek列出的潜在“旅游爆款城市”包括：山西的太原和忻州、河南安阳、杭州、西安、云南的临沧和大理、山东东营（黄河口生态旅游区）和江西上饶（篁岭景区）。

这些城市各具特色，文化IP与年轻化表达是共同特征。例如，山西借助《黑神话：悟空》热度推广非遗体验；安阳依托殷墟打造沉浸式考古游；杭州结合生肖文化和夜经济吸引游客；西安通过“非遗+科技”双驱动提升深度游体验；云南、山东、江西等地则有多个小众目的地依靠反向旅游、生态研学和短视频营销崛起。

● AI参与打造“爆款城市”

如今，人工智能（AI）技术迅速融入文旅行业，从智能客服到虚拟导游，从行程规划到沉浸式体验，AI的应用正在悄然改变文旅服务模式。

例如，陕西、甘肃、湖南等地，都采用VR、数字空间再造、人工智能等技术，让游客短暂获得“穿越时空”的超能力，游客不仅可以“走进”宏伟的古代宫殿，与历史人物互动交流，还能踏入千年前的繁华街市，感受古人的市井生活。

此外，借助全息投影和虚拟现实技术，游客还可以身临其境地观看古战场实景复原，或在唐诗宋词的意境中穿梭，沉浸式体验传统文化的魅力。

业内专家认为，2025年的文旅爆款城市虽尚未显现，但可能与AI相关的文化、旅游体验紧密结合。

● 文旅不能只依赖短期流量热点

当前，城市旅游的爆款逻辑正在悄然变化。过去，许多现象级文旅爆款往往是“无心插柳”，一座小城在短时间内爆火，却难以持续。

对此，多位受访专家指出，未来城市文旅需要更加主动地策划和创新亮点，以提升文旅热度的可持续性。

陈少峰指出，要想打造可持续的旅游爆款，城市不能仅依赖短期流量热点，必须注重线上传播与线下体验的深度结合。既要通过热门IP、游戏或影视作品吸引关注——如《黑神话：悟空》带动山西古建筑的热度，也要依靠活动经济的持续创新——如通过特色赛事或全民参与的活动，形成长期稳定的旅游吸引力。

他认为，可以借鉴一些国外成功的案例。例如，日本埼玉县的春日部市，凭借《蜡笔小新》元素的广泛传播，近年来成了热门旅游目的地；而神奈川县则依托《灌篮高手》的巨大影响力，使一个普通的火车道成为全球动漫迷的打卡圣地。

北京大学文化产业研究院学术委员会主任陈少峰接受采访时说，杭州等科技前沿城市未来可能在文旅产业布局上走在前列，依托人工智能技术，打造AI伴游、AI导游等人形机器人，进一步提升沉浸式文旅体验的创新性和互动性。

此外，AI技术在文旅传播中的应用也值得关注。陈少峰预测，未来城市宣传可能不再依赖传统广告，而是通过AI微短剧打造沉浸式体验场景吸引游客。

例如，借助AI短剧塑造特色美食文化、历史故事或旅游场景，让某个城市或景点迅速走红。游客不仅可以在网上观看基于AI生成的互动剧情，还能在现实中按照剧情线路打卡，从而增强代入感，形成“线上种草、线下打卡”的闭环式文旅推广模式。

此外，《名侦探柯南》中的大阪城、清水寺等经典场景，也吸引了大量游客前来模仿剧中角色的动作，掀起了一股全球范围的追随热潮，通过与动漫作品的强关联，激发游客对这些目的地的共鸣和兴趣。

中国未来研究会旅游分会副会长、北京旅游学会理事刘思敏在接受采访时表示，中国文旅市场过于依赖短期流量热点，导致旅游目的地的热度来得快、去得也快，缺乏可持续性。

他举例，欧美的旅游市场更注重通过成熟渠道匹配市场需求，而非制造热点，游客在旅行消费上更具计划性，旅游目的地的特色稳定长久。例如，日本箱根温泉、美国黄石公园、澳大利亚大堡礁等经典目的地，凭借独特特色长期吸引游客。

刘思敏认为，未来国内文旅市场应更注重打造稳定的特色内容，提升游客体验，而非单纯依赖流量驱动。
(据中新社)