“五一”假期即将到来，多地推出丰富的文旅活动，为海内外游客提供更为多元的出行选择。综合多地发布的数据及各大在线旅游平台预订数据，“五一”旅游市场热度有望再创新高。

与此同时，服务品质正成为目的地文旅经济比拼的重要一环。今年以来，贵州、浙江、湖北等地探索旅游大模型。专家认为，地方政府加码布局 AI，或推动文旅发展从“资源驱动”向“技术驱动”转型。未来，随着技术演进与政策完善，AI或将成为目的地经济高质量发展的重要动能。

供给上新“花式”满足多元需求

消费场景推陈出新、演出动态层出不穷、文旅活动丰富多样……多地着力推动商旅文体健等业态融合发展，满足多元消费需求。

近期，天津市文化和旅游局宣布，围绕“天津始‘钟’‘响’你”和“上合文旅嘉年华”品牌，组织策划 300 余项文旅活动，重点推出桥见浪漫游、景区欢乐游、演艺潮流游、文化博览游、乡野休闲游、新潮主题游、购物狂欢游、品质尊享游等八大主题 80项重点活动。

北京统筹全市文旅资源，推出1900 余场活动。聚焦多元供给，北京推出“漫游京郊”微度假产品，打造运河狂欢之旅、艺韵花影之旅、诗画漫行之旅等创新玩法；聚焦业态融合，北京推出百余场“文旅+”品牌活动；聚焦精品演出，北京在“五一”假期将举行营业性演出276台1178场、各类群众文化活动574场。

针对“五一”假期特色文旅供给，黑龙江策划推出五大主题12条精品线路、100 余场演出、300 余项活动。例如，推出“东西南北”四个方向串联出游，策划百场精品剧目、沉浸式演艺、惠民演出、演唱会、艺术展览及线上展播，举办机场飞行体验、城市艺术季、赏花季、风筝节、采摘集福、春服（福）主题活动等文旅活动331场。

四川将针对“五一”假期、端午假期出游需求旺盛的特点，围绕六方面，推出 730余场文旅消费促进活动。例如，聚焦“哪吒”热，推出一批国风国潮新产品、新线路，举办国风嘉年华等180 余场活动：围绕在川拍摄取景的热播影视剧首发一批影视打卡主题线路，举办180场“影视+”活动；聚焦“一老一小”，推出一批银发游、亲子游等特色产品，举办140 余场活动。

“随着人们的消费水平提高、景点（场景）越来越丰富，旅游消费升级加快。”中国消费经济学会副理事长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说。

多措并举释放“五一”文旅消费潜力

同程旅行发布的《2025 年“五一”旅游趋势洞察报告》显示，2025 年“五一”假期旅行热度或达2023 年以来同期峰值，出行高峰预计出现在假期前两日。“五一”假期市场将呈现本地、异地市场供需两旺，品质休闲度假趋势走强的特征。

华住集团数据显示，截至4月23日，该集团“五一”假期酒店预订率较去年同期增加1.3个百分点，且有持续攀升之势。一线城市作为传统旅行目的地，酒店预订率仍保持稳定；二线城市酒店预订率比去年增加1.5个百分点；三线城市酒店预订率比去年增加2个百分点；四线城市酒店预订率比去年增加4个百分点。

美团旅行相关负责人表示，“五一”假期全国5000人以上大型营业性演出预计将超百场，观

众人数将超 200万人次，预计带动酒店旅游消费超20亿元。该平台上，演唱会和音乐节专享景区门票产品订单同比增长近1倍。

为进一步释放文旅消费潜力，多地文旅部门启动促消费活动，推出景区门票优惠、发放消费券和补贴等惠民举措。

例如，重庆宣布有 100 余家景区在“五一”假期或“5·19 中国旅游日”前后推出景区门票及二消产品优惠；北京以“京彩四季”为主题，协同联动相关部门和各区，引导组织商文旅体等领域的经营主体，重磅推出百余项特色消费活动；黑龙江将开展“北国春韵·乐游龙江”文化和旅游消费周活动，计划发放百万文旅消费券，联动百家景区推出优惠，联合携程、飞猪、美团等旅游平台推出系列文旅促消费“大礼包”；四川宣布将通过“财政补贴+市场联动”发放各类文旅专项消费券 6800 余万元。

提升目的地文旅服务品质

除增加文旅产品供给、推出促消费惠民措施外，提升服务品质正成为目的地文旅经济比拼的重要一环。今年以来，多地积极探索旅游大模型，以期借助 AI 发展文旅新质生产力、提升行业服务和治理能力，实现文旅深度融合体制机制创新。

今年1月，首个省级旅游 AI智能体“AI游贵州”正式发布。在4月举办的第十九届贵州旅游产业发展大会开幕式上，贵州发布了“黄小西”贵州文旅数字形象代言人、贵州旅游行业大模型以及“一码游贵州”3.0版本。据悉，“黄小西”数字人采用虚幻引擎驱动模型渲染和动画，讯飞星火大模型支撑人物智能交互。同时，与贵州旅游大模型、“一码游贵州”等深入融合，打造丰富、精准、便捷的贵州特色旅游智能服务体验。

浙江印发的《浙江省智慧旅游创新发展三年行动计划(2025-2027)》提出，建设“入浙游”大模型。该模型以入境游游客为中心，聚焦游客的个性化、品质化、特色化、国际化等服务需求，运用人工智能大模型，整合浙江文旅公共服务、行业治理、旅游线路、旅游产品等数据资源，为入境游客人打造一套多语言、智能化的旅游服务应用，提供包括智能化旅游资讯获取、阅读风景、行程规划、智能问答、服务指南等高效便捷的文旅公共服务。

县域文旅大模型也开始崭露头角。

4月17日，在2025（武陵山）人工智能算力大会上，首个县域文旅大模型——湖北利川文旅大模型 CBG（游客服务、企业运营、政府监管)三端正式发布。该大模型覆盖政府监管、企业运营、游客服务全链条，构建起三端协同的智慧生态。

洪涛表示，文旅是“人工智能+消费”的一个重要领域。AI让旅游主体、旅游客体、旅游景点（旅游场景）、旅游渠道越来越智能化、智慧化、趣味化、沉浸化。同时，AI大模型在文旅行业的应用或有助于交通不便地区的优质旅游资源实现更好传播。

“依托丰富的用户数据与清晰的旅行场景，AI有望推动文旅行业向更加智能化、个性化的方向发展。”网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾表示，多地加码布局 AI，或将推动文旅发展从“资源驱动”向“技术驱动”转型。贵州、浙江、湖北等地的实践表明，AI技术不仅直接拉动消费、提升效率，更能通过产业升级与区域协同重塑经济格局。未来，随着技术演进与政策完善，AI或成为目的地经济高质量发展的重要动能。