

山海有约 热力四射

——“花样”文旅点亮暑期生活

新华社记者 徐壮 杨湛菲 邢拓

出发，不负美好时光；旅行，共赴心中山海。这个暑期，游客热情高涨，文旅热力十足。从奔赴“宝藏小城”的“小确幸”，到流连忘返沉浸式体验的氛围感；从上山下海避暑，到漫游栖居度假……人们饱览大好河山，“花样”文旅点亮夏日经济。

习近平总书记指出，文旅融合促进了经济发展，文旅产业要走一条持续、健康的发展之路。

细观今夏文旅图景，旅游向多样化、个性化、品质化发展趋势愈加明晰。在融合发展、守正创新中，旅游不断丰富人民美好生活的成色，绘就高质量发展的诗和远方。

“奔县游”受到青睐

夏日风情好，伺寨引客来。寨门迎宾、鼓楼传歌、蓝靛染体验、稻田音乐会……贵州黎平县肇兴侗寨，游客穿梭在鳞次栉比的青瓦木屋间，用心感受侗族文化的独特魅力。

肇兴村党委书记陆卫敏始终牢记习近平总书记的嘱托——2025年3月，习近平总书记来到这里看望乡亲们，殷切寄语：“现在旅游是一个很大的产业，乡村旅游如火如荼。怎么抓好旅游呢？就是要保留自己的特色，抓好人无我有的东西。”

人无我有，故向往之。这个位于贵州省黔东南州的小县城，近年来因地制宜打造侗寨文化旅游、茶园生态旅居、田园休闲旅居三大特色业态，吸引游客纷纷“奔县”。2025年3月到2026年7月中旬，全县累计接待游客1014.33万人次，同比增长19.81%。

感受着暑期游客的热情，黎平县委文体广电旅游局局长唐大才感慨地说：“小而美、小而精，把产品的价值做高，是乡村文旅该走的路。”

一个个“宝藏”县城，正以独好的风景，造就今夏文旅新“县”象。

安徽泾县，中国宣纸小镇内暑热渐消。游客们挽起衣袖、屏气凝神，体验宣纸制作古法工序。

依托优质山水与古村资源，泾县着力培育氛围感文旅，在暑期推出系列惠民举措。据统计，6月23日至7月底，泾县累计接待游客320.72万人次，同比增长84.6%；实现文旅综合收入

16.57亿元，同比增长38.3%。

在地的体验、悠闲的节奏，令“奔县”蔚然成风。去哪儿旅行数据显示，今年暑假，酒店和民宿预订遍布全国千余个县城，连住3天以上游客同比增长两成。

山东青州，“一座博物馆带火一座城”。7月，青州博物馆接待游客超20万人次，其中外地游客占比过半。博物馆热度辐射全城，带动周边民宿、非遗工坊、特色餐饮。

文博游、非遗游、古建游，骑行、徒步、研学……县城正成为承载新消费的重要场景。近日发布的《商务部等9部门关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》提出，培育“康养+、文旅+、农业+、民俗+、历史经典+”等特色消费场景，支持相邻县域连片打造跨区域消费经典路线。

“旅游消费的基础支撑正在向下沉市场延伸，推动旅游经济稳步进入宽基扩容的市场新格局。”中国旅游研究院院长戴斌分析，如今，游客更愿意体验美丽风景之上的美好生活，更加追求基于情绪价值的场景体验感。

江西资溪的清凉山风、山西应县的千年木塔、云南腾冲的火山热海……“奔县游”的千般变化，正是旅游更亲民、更有内涵的鲜活注脚。

消夏游火热出圈

八月的新疆那拉提旅游风景区，碧草连天，清风徐徐。

走进那拉提拈花湾·哈茵赛民俗风情度假村，非遗染布体验、民俗歌舞演绎、草原下午茶等轮番开展，处处升腾着游客的欢笑。

“早就听说那拉提暑期清爽宜人，这次专门过来住几天，欣赏北疆风光，感受‘慢生活’。”带着全家来度假的上海游客陈女士连连赞道。

暑期“经典项目”——避暑游在这个夏天热度不减。不少家庭选择用“草原旅居”的方式享受清凉暑假。

草原漫游，高山徒步，森林听风。游客将自然之旅视为暑期的“精神快充”，“China Cool”圈粉全球；绿水青山的浙江安吉7月游客接待量达346.5万人次；九寨沟景区8月12日至14日连续三天游客接待量达峰值；湖南张家界国家森林公园7月接待境外游客10.41万人次，同比增长

46.78%……

7月初，文化和旅游部启动2026年全国暑期文化和旅游消费季。消费季期间，各地围绕消暑避暑、滨海度假、夜间经济、游轮游艇、亲子游乐、研学旅行、非遗美食、博物馆游等热点需求，增加优质文旅产品供给，举办3万场次文旅消费活动，发放超4.5亿元消费券等消费补贴。

夜幕降临，厦门鹭江两岸华灯璀璨，不少游客此时开启浪漫之旅。他们结伴登上音乐餐船“屿见77”，在这里听音乐、吹海风，品韵味晚餐、看鼓浪屿夜景。

“7月以来，‘屿见·厦门海上游’项目累计接待游客约20万人次。”厦门湾海上旅游客运有限公司总经理沈家骏介绍，深耕当地文旅特色，项目旨在推动厦门滨海旅游从“观光看海”进阶“体验玩海”。

“夜游、夜演、夜市、灯光秀、音乐节和特色餐饮的发展，将游客活动时间由白天延伸至夜间，提升了住宿率和综合消费水平。低空光影秀、水上夜游、国风市集和沉浸式演艺等新场景，使夜间消费由简单餐饮购物向文化体验和社交休闲升级。”中国社会科学院旅游研究中心主任宋瑞说。

文化游涤荡心灵

今年是红军长征胜利90周年，不少人选择暑期来到江西于都、贵州遵义、陕西延安等地，在红色热土感悟初心。

“游客们白天访旧址、听宣讲，晚上看红色演艺。”延安文旅集团宝塔山景区宣教品牌部工作人员李惠楠说，暑期红色研学市场持续升温。截至目前，宝塔山景区游客接待量同比增长80%。

国风浸润、国潮奔涌。这个暑期，文化和旅游进一步融合，令游客不仅观景，更令人景。

湖南常德河街，实景演出《常德往事》以河道为舞台，水运历史与非遗故事在两岸光影间流转。看完演出，武汉游客李子维立马决定多待两天，“在这样的烟火气里多沉浸些时间”。

四川泸州，“泸县宋宴”将宋韵文化与餐饮、演艺、民俗体验融合，重现宋时风雅；辽宁沈阳，“东北有戏”日均上演200余场实景演艺，关东风情扑面而来；宁夏永宁，“看见闽宁·戏剧村落”汇聚36部剧目，串联起闽宁协作30年变迁……

从南到北，游客在一场场文化盛宴中入景入情、厚植底蕴。

越中国，越潮流。暑期中，“景德镇手工瓷业遗产”成为我国第61项世界遗产，到景德镇体验手工制瓷迅速成为中外游客出游新选择。

“从早到晚，拉坯机没停过，游客一拨又一拨，甚至有外国游客专程来体验。”景德镇商户“言予窑陶艺”店主杨志江笑道。

平台数据显示，7月景德镇文旅预订量同比增长17%，“景德镇DIY 陶艺体验”搜索量同比上涨31%。

行沧海之上，看蓬莱夜色。暑期档动画电影《八仙！》热映，带动故事取景地“热游”。八仙过海的传说，在山东烟台化作新奇可感的文旅场景。

“我们把游船变成了海上‘仙市’，增强八仙传统神话故事的体验感。”长岛海上旅游有限公司总经理孙钰杰说，他们推出的蓬莱湾“海上寻仙”夜航项目7月首航，已接待游客近6000人次。

“从关注知名景区、走遍名山大川，到钟情民俗游、非遗游、古建游，游客越来越想深度体验富有中国味的文化旅游。”中国游艺机游乐园协会顾问姚军说，消费需求的转变，推动行业摆脱粗放流量思维，深耕产品内容，打磨服务品质。

越来越“有品”的中国旅游，吸引着海外游客。

在江苏无锡惠山映月里街区，街巷灯火次第点亮，主题市集人声鼎沸。参加中欧青年夏令营的外国学员，被这条以《二泉映月》为灵感的江南街区深深打动。来自意大利的马泰奥惊叹：“这里的氛围古老又新潮，这真是了解中国文化的绝佳机会！”

人们发现，各大景区的外国面孔越来越多了。携程数据显示，暑期欧洲总体来华订单同比增长275%，门票订单增长超20倍。

从“China Travel”到“Chinamaxxing”，外国游客将对中式生活的期待拉满，传递着跨越国界的共情与认同。

绿树阴浓夏日长。生机盎然的时节里，“宝藏小城”更精彩、青山绿水更可亲、文化之旅更动人……市场热力四射，人们以竞相出游作答。

从暑期出发，山海抚慰人心，下一站风景更美。（据新华社北京8月23日电）

机器人“攻城略地”，更需珍视“人的领地”

持续为“帽子热”降温

郭光文

百米冲刺9秒39、原地跳高2.88米——正在北京举行的第二届世界人形机器人运动会上，2000多台机器人同台竞技，51个项目、1301场比赛密集上演，中国机器人接连超越人类短跑和跳高的最好成绩。市场关注点也逐步转向其能否真实应用于物流、制造、服务等场景，稳定、重复地完成实际任务。

人形机器人不断突破人类运动极限，意味着机器正以肉眼可见的速度不断拓展其“领地”。这既是科技荣光，也是一记警醒：在人类追逐技术前沿的同时，必须高度重视那些难以被机器替代的工

作——“手搓劳动”、艺术创作、情感照护、战略决策……它们既承载着恒久的人文温度，更将在未来绽放独特价值。

人形机器人能够替代的岗位多是标准化、可编码的工作，而需要复杂人际互动、同理心与情感沟通的岗位，依然独特创造力与体验的领域，以及场景多变、非标准化的手工岗位，将长期牢牢掌握在人类手中。

例如，理发、足浴等高度依赖人的手法的服务，其满意度往往取决于与顾客实时互动中的微妙感知——这种非标准化的手工操作和情感交流，机器人

难以复制。艺术创作、新闻采访更是如此：AI能生成图像、谱写旋律，却无法注入源于生命体验的独特视角与情感深度。心理治疗师、教师、护士等需要情感连接与道德判断的职业，机器人同样无法替代。而公务员、企业管理者等职业角色面临的复杂战略决策，没有精确、标准答案可循，机器人也难以胜任。

这些“难以替代”的工作，恰恰构成社会运转的韧性底座。机器承担了重复劳动，人类则释放更多精力投入创造、关怀与决策——这正是未来最具魅力的工作岗位。人形机器人无论怎样“类人”或“超

人”，都不可能取代需要人“亲自参与”的劳动。因此，着眼于未来的社会发展格局，我们绝不能低估这类行业——如理发师被视为简单“手艺活”，足浴师被归为低端“服务业”，艺术创作被贴上“不实用”标签。这是认知的偏差，更是战略上的短视。

重视“难以替代”，不是抗拒科技进步，而是让人各安其位、“机”各展其长。我们欢呼技术的不断进步，推动生产力向前发展，同时也应把目光投向那些无法被算法量化的领域——那里蕴藏着人类不可替代的独特价值，也是未来社会最坚实的根基。

从中小学校本课程堂到大学通识课程，人工智能正加速嵌入各学段教育体系。但当课程以课时量化进入课表，我们必须思考：在答案近乎零成本获取的时代，教育究竟该传递什么？

当前，各地以课时、课程、师资为抓手，推进人工智能教育。但隐性风险在于，教育目标易被窄化为工具操作训练。若学生仅学会调用智能体生成答案，这类“技能培训”便与育人初心背道而驰。人工智能能给出最优解，却无法替代人提出真问题；能模拟创作，却不能赋予意义。教育的不可替代性，正在于培养超越工具理性的思维能力。

全学段贯通更需警惕同质化。基础教育重在感知技术边界，高等教育重在理解技术如何嵌入知识生产，职业教育重在应用创新，逻辑各有不同。若各学段仅靠课时堆砌、内容雷同推进，易造成资源浪费。真正的贯通，是思维能力从“认知技术”到“驾驭技术”再到“反思技术”的循序渐进。

教师角色转型是关键变量。师范改革将人工智能纳入教师资格考试，夯实了技术基础。但比技术素养更紧迫的，是教育理念更新。当AI承担大部分知识传授功能，教师的核心价值应从“答案持有者”转向“问题引导者”。课堂上讨论数据隐私与算法偏见，意味着教育开始触及技术的社会维度，回应“技术向善”命题。唯有教师完成这种蜕变，课堂才能避免沦为灌输现场。

归根结底，人工智能进课堂，应该借技术倒逼教育回归本质。当智能体瞬间绘出未来学校图景时，学生想象“云朵上的学校”这一行为本身，比任何图像都珍贵——那是原初的好奇心，是不可算法化的生命体验。

人工智能全学段教育的最终检验标准，不在于学生掌握多少工具，而在于他们是否更善于提出机器无法提出的问题，是否更清醒地反思技术边界，更坚定地守护人之为人的思维主权。如此，它才能真正成为“人的基础课”，而非“人人被技术规训的必修课”。

（作者系自由撰稿人）

人工智能进课堂尤须以提问能力为锚

王志高



莫让“甲醛白菜”侵蚀餐桌安全

近日河北部分收购商为延长白菜保鲜期，违规用甲醛浸泡蔬菜，触碰食品安全红线。甲醛属有毒致癌物，此类行为漠视群众健康，违反法律规定。监管部门需从严查溯

问题菜品流向，加大违法惩戒力度，同时完善农产品保鲜规范，从田间到餐桌筑牢防线，守护百姓“菜篮子”安全。

图/文 吴希

习近平总书记在前不久召开的

国家科学技术奖励大会、两院院士大会、中国科协第十一次全国代表大会上发表重要讲话，强调“要持续深化科教界‘帽子’治理，防止简单以称号头衔确定薪酬待遇、配置创新资源”，并且要求“项目评审、机构评估、人才评价都要强化创新能力、质量、实效、贡献导向”。我们要贯彻落实习近平总书记重要讲话精神，持续为“帽子热”降温。

所谓“帽子”，是学界对各类人才称号的俗称。这些称号的设立，本意是激励创新、支持高层次人才发展。但后来一些地方逐渐异化为与资源分配、薪酬待遇等深度绑定，进而导致“帽子满天飞”和“以帽子论英雄”的乱象频出。有调查显示，“帽子”人才平均年度总工资水平是普通科研人员的约三倍，部分溢价直接来自称号本身而非实际贡献，部分科研人员将精力从“做研究”转为“跑帽子”，更有甚者利用“帽子”带来的行

政权力和学术话语权进行违规操作。

片面“以帽子论英雄”的做派，不仅误读了科研称号的设置初衷，而且制约了科研人员的创新热情，尤其破坏了科研领域的生态环境。对此，必须加强治理。

一是坚决克服“四唯”顽疾，突出实际贡献导向。不简单以头衔和奖项定资源，推行“揭榜挂帅”“赛马制”等制度、举措，建立以创新价值、能力和贡献为导向的评价体系，引导科研人员从“争帽子”回归“干实事”。二是优化整合人才计划，防止重复支持。建立同层互斥机制，杜绝对一人重复资助；取消同质化地方“帽子”，清理五花八门名目；明定支持期限，破“一帽定终身”式静态评价。三是完善经费包干制，赋予科研人员技术路线决定权、经费支配权，令其心无旁骛钻研业务，激发科技是第一生产力的潜能，为“十五五”时期科技强国建设贡献力量。

消费品以旧换新 农村市场不能“掉队”

舒爱民

财政部数据显示，今年以来下达消费品以旧换新资金1875亿元，带动销售额约1.32万亿元，惠及1.78亿人次。政策效能持续释放，城市消费回暖向好的同时，县城和乡村的响应热度仍有提升空间。在关注总量的基础上，更需检视政策触达的均衡性：如何让这场惠民工程更好地覆盖广大农村，让城乡群众共享政策红利？

随着乡村振兴战略推进，农村消费正从“有没有”向“好不好”加速转变，绿色智能家电、新能源汽车等升级类需求较为迫切。目前，政策在县城乡村落地仍面临三重“梗阻”。一是回收网络不健全，废旧家电、汽车“收不上来、折价偏低”，影响农民换新意愿；二是申领流程不够友好，繁琐的App认证、资料上传，让不熟悉智能终端的农村老年群体望而却步；三是产品供给适配性不强，部分产品未充分考虑农村实际场景，导致耐用性与体验不佳。

破题须对症下药。首要任务是织密回收网络，依托乡镇商贸中心、快递网点等现有资源，构建“村收集、镇转运、县处理”链条，推广“互联网+回收”与电话预约上门，打通“最后一公里”。其次要优化补贴机制，简化流程，大力推行“支付立减”，将后台审核环节前置，让农民在交易现场直接享受实惠，同时强化资金监管，严防骗补套补。再次，引导企业研发“适农化”产品——宽电压、易操作的耐用家电，底盘高、空间大、性价比优的新能源车型。只有产品对路、服务贴心，才能真正激发农村消费者的购买热情。

消费品以旧换新，既是促消费的务实举措，也是推动城乡协调发展的有力抓手。避免农村市场“掉队”，核心在于补齐短板、疏通堵点，实现城乡消费双向赋能、同步提质。唯有精准施策，才能让政策红利惠及更多农民，让农村消费“蓝海”充分涌流，为构建新发展格局提供坚实支撑。

（作者单位：湖北省咸宁市嘉鱼县委宣传部）