



上海市律师协会

会展与旅游专业委员会



总第一百二十七期
二〇二六年第七期

本期热点：

国务院关于《旅游强国建设“十五五”规划》的批复

法律资讯

目 录

一、本期热点：国务院关于《旅游强国建设“十五五”规划》的批复	1-2
二、专题解读：从旅游大国迈向旅游强国：《旅游强国建设“十五五”规划》深度解读	3-9
三、专题解读：从“路线图”到“施工图”：各方热议《旅游强国建设“十五五”规划》	10-12
四、专题解读：旅游强国新阶段，文旅行业要抓住哪些变化？——《旅游强国建设“十五五” 规划》系列解读	13-18
五、政策法规：文化和旅游领域、体育行业、文物行业的重大隐患判定标准及重点检查事项清 单	19-25
六、维权指引：暑假出游遇到意外怎么办？景区安全事故维权指南	26-30
七、案例分析：旅游市场强制消费问题典型案例（2026 年第四批）	31-35
八、案例分析：赛里木湖景区工作人员殴打旅游车司机处理情况：7 人被行政拘留，优化自驾 服务费→	36-37



 本期热点

国务院关于《旅游强国建设“十五五”规划》的批复

国函〔2026〕61 号

文化和旅游部：

你部《关于呈报〈旅游强国建设“十五五”规划（送审稿）〉的请示》（文旅资源报〔2026〕38 号）收悉。现批复如下：

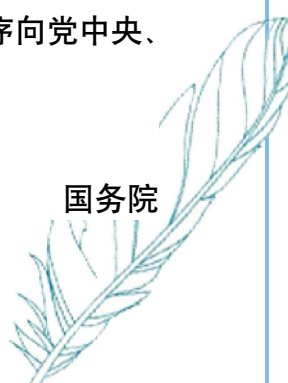
一、原则同意《旅游强国建设“十五五”规划》（以下简称《规划》），请认真组织实施。

二、《规划》实施要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，认真落实四中全会部署，全面贯彻习近平文化思想，完整准确全面贯彻新发展理念，坚持旅游为民，以推动高质量发展为主题，以推进文旅深度融合为主线，统筹政府与市场、供给与需求、保护与开发、国内与国际、发展与安全，着力完善现代旅游业体系，优化旅游空间布局，培育旅游发展新动能，丰富旅游供给，释放消费潜力，提升服务质量，推进高效能治理，深化旅游领域交流合作，加快建设旅游强国，让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。

三、各省、自治区、直辖市人民政府要切实加强组织领导，明确责任分工，完善工作机制，发挥自身优势，因地制宜细化任务举措，将《规划》明确的重要任务和改革举措与本地区“十五五”时期经济社会发展紧密衔接，确保《规划》各项目标任务和政策措施落到实处。《规划》实施涉及的重要政策、重大工程、重点项目要按程序报批。

四、国务院各有关部门要根据职责分工，强化协调配合，加强工作指导，在政策措施制定、重大项目安排等方面予以积极支持，及时研究解决《规划》实施中遇到的问题。文化和旅游部要加强统筹协调，强化对《规划》实施情况的动态监测和评估。重大事项及时按程序向党中央、国务院请示报告。

国务院



2026 年 6 月 29 日

（此件公开发布）

来源：中国政府网

时间：2026 年 7 月 7 日





专题解读

从旅游大国迈向旅游强国：

《旅游强国建设“十五五”规划》深度解读

引言

2026 年 7 月，经国务院批复，文旅部正式印发《旅游强国建设“十五五”规划》，这是我国首份以“旅游强国”命名的国家级旅游专项规划，标志着旅游业彻底摆脱传统配套服务业定位，跃升为支撑中国式现代化、文化强国建设、扩大内需战略的核心支柱产业。

当前文旅市场早已走出疫情后全面普涨的短期红利期，呈现鲜明 K 型分化格局：传统观光景区、同质化仿古街区客流增长乏力、低价内卷严重；高品质度假、在地文化沉浸式体验、户外休闲、银发康养、跨境入境旅游持续爆发，游客消费逻辑从“打卡式观光”转向追求情绪价值、松弛体验与文化共鸣。因此，这份规划绝非短期消费刺激政策，而是未来五年文旅产业供给改革、资本布局、区域开发、业态升级的顶层行动纲领。

壹

规划核心内容深度解读

一、战略定位跃升：从“第三产业重点”到“强国战略载体”

“十五五”规划纲要首次将“旅游强国”写入国家五年规划。这份专项规划则进一步把旅游业推到“新兴战略性支柱产业、民生产业、幸福产业”三重战略高度。规划整体战略逻辑可凝练为三大根本性转变：

发展阶段转变：告别旅游大国粗放规模扩张，全面转向旅游强国质量价值跃升；摒弃门票依赖、资源掠夺式开发，转向 IP 长效运营、生态可持续开发；

发展主线锁定：以高质量发展为总主题，文旅深度融合为主线，统筹政府与市场、供给与需求、保护与开发、国内与国际、发展与安全五大平衡关系；明确智能



化、绿色化、融合化三大产业转型核心方向，将新质生产力系统引入文旅行业顶层设计；

行业治理转变：从单一文旅部门垂直管理，升级跨区域、跨部门、跨业态全域协同治理，打通交通、自然资源、农业、体育、外事等多部门政策壁垒。

二、规划首提新理念、量化新目标、突破性创新举措

1.四大首创核心理念

(1) “旅游为民+旅游普惠”系统化价值理念。跳出单一经济指标考核框架，将全民出游权利、旅游公共服务均等化纳入民生建设体系，呼应共同富裕战略。不再只追求旅游总收入增长，重点缩小城乡、大小城市出游体验差距，下沉县域、乡村旅游供给，让旅游从中产专属消费变为全民可及的常态化生活方式。

(2) 新质生产力赋能旅游产业统一导向。国家级旅游规划首次将智能化、绿色化、融合化并列作为培育产业新动能的核心路径，推动传统景区数字化改造、全链条低碳运营、多产业跨界重组，明确文旅行业大模型、沉浸式数字装备、低空旅游科技纳入重点研发方向。

(3) 文旅双向共生融合观。纠正长期“文化为旅游做装饰、旅游为文化做展示”两张皮问题，明确文化赋予旅游核心竞争力，旅游赋予文化传播生命力，二者价值共生，严格管控拆真建假、过度商业化、浅层化文旅项目。

(4) 内外旅游双循环统筹新理念。改变过去“重国内、轻入境”发展失衡格局，将国内旅游作为内需基本盘稳固托底，把入境旅游作为对外开放战略突破口，配套全链条便利化改革，补齐入境游长期短板。

2.2030 阶段性量化新目标

全部指标具备刚性约束，直接划定未来五年产业增长天花板与投资空间：

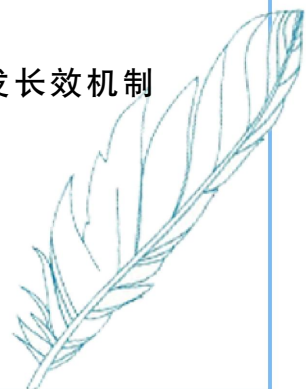
国内居民年出游总量 83 亿人次，国内旅游总花费 7.7 万亿元；对比 2025 年 65.22 亿人次、6.3 万亿元基数，人次五年增幅 27%，消费总额增幅 22%；

入境旅游年接待 1.9 亿人次，入境旅游总花费突破 1500 亿美元；2025 年入境客流仅 1.54 亿人次，意味着年均需新增近 800 万外籍游客，跨境配套产业链迎来长期增量；

全域现代旅游业体系成型，东中西东北区域旅游布局均衡，城乡旅游公共服务差距大幅缩小；

智慧旅游、绿色低碳旅游全面普及，文化遗产、生态资源保护与开发长效机制全面落地。

3.五大突破性首创举措



(1) 全民消费释放制度体系改革。从时间端破解“有钱无闲”长期痛点：推动带薪休假落地、鼓励企业弹性休假、支持有条件地区试点中小学春秋假；从价格端释放消费活力：推广跨区域旅游联票、城市文旅年卡、多业态消费联动补贴。

(2) 全国旅游空间格局重构+新增海洋旅游专项部署。分层打造国家级旅游枢纽城市、重点旅游城市、特色旅游县域；依托长城、黄河、长江、大运河、长征、丝绸之路、万里茶道七大载体，打造国家级文化旅游廊道，推动旅游从单点景区竞争转向带状、片区协同发展；首次专章独立部署海洋旅游，划分环渤海、山东半岛、长三角、海峡西岸、南海、北部湾六大滨海片区，重点推进海南、横琴、平潭国际旅游岛、邮轮母港、海岛有序开发，开辟海岸线全新增量赛道。

(3) 入境旅游全链条便利化系统性改革。扩容过境免签范围、简化外籍游客通关流程，打通移动支付外卡绑定、境外互联网访问、全域多语种公共服务堵点，搭建国际化旅游营销网络，布局口岸、市内免税消费集聚区，全方位降低外籍游客来华出行门槛。

(4) 旅游公共服务专项提升行动（首次独立设专章）。将游客停车、如厕、导览、休憩等民生小事上升为规划硬性任务，全域完善风景道、集散中心、无障碍配套、旅游交通路网，补齐城乡服务配套短板，落实旅游普惠理念。

(5) 存量资产盘活+开发底线前置双机制。供给端拓宽资本退出渠道：支持文旅不动产 REITs 常态化发行、规范景区经营权有序流转，鼓励老旧厂区、古村落、废弃交通设施改造文旅载体，引导资本从新建重资产转向存量提质；监管端筑牢开发红线：资源保护优先级高于商业开发，生态敏感区、文物保护区严控大规模硬质商业开发，所有文旅项目增设生态、文化遗产前置审查门槛，严控低水平重复人造景观、闲置低效文旅项目上马。

三、对标当前文旅市场现实矛盾，看懂规划政策对症下药底层逻辑

当前文旅市场结构性分化已经固化，市场痛点清晰对应规划全部政策导向：

行业痛点 1：大量同质化仿古小镇、传统观光景区陷入低价内卷，客流增长见顶。规划对策：主推文化遗产活态利用、原创沉浸式内容、差异化细分业态，杜绝复制型人造景观；

：重资产新建项目投资周期长、现金流断裂风险高，大量闲置低效文旅资产沉淀。规划对策：全面引导存量改造，配套 REITs、经营权流转盘活机制；

行业痛点 3：国内旅游供给饱和，入境游配套薄弱、客流长期低迷。规划对策：出台签证、支付、营销一揽子便利化政策，设立入境消费量化目标；



行业痛点 4：业态单一，仅依靠门票、住宿创收，抗周期能力弱。规划对策：全面推进文旅+农、体、商、康、科技跨界融合，打造全时段、全年龄层消费产品；

行业痛点 5：城乡出游体验差距大，县域、乡村配套不足，旅游覆盖人群有限。规划对策：落地旅游普惠，培育旅游名县、乡村轻量化文旅业态，完善下沉市场公共服务。

整体来看，简单圈地造景、依赖门票收入的粗放投资模式将持续被政策与市场双向淘汰，深耕文化、轻资产运营、兼顾生态民生的项目将持续获得政策、资金、客流三重倾斜。

贰

政策导向下核心投资赛道研判

一、赛道一：文旅深度融合

国家文化公园与文化廊道。七大国家文化廊道沿线，机会不在于新建大型人造景点，而在于文化内容植入、场景营造和长线 IP 运营。非遗体验群落、历史文化村镇、红色文旅融合示范区——这些“轻资产、重内容”的项目，才是政策真正鼓励的。

沉浸式体验与夜间文旅经济。传统实景演出正在迭代，剧情式漫游、非遗活化体验、城市夜间文化街区持续升温。当前年轻人旅游的核心诉求是“氛围感”和“参与感”，恰好契合规划“丰富高品质文化旅游供给”的方向。2026 年“五一”期间，全国举办营业性演出 3.20 万场，票房收入 24.76 亿元。“为一场演出赴一座城”已经成为消费新趋势。

文博研学旅行。规划鼓励公共文化场馆旅游化运营，博物馆、美术馆、考古遗址公园配套研学课程和文创开发。亲子研学需求稳定，抗周期能力优于普通观光景区。

二、赛道二：数字文旅与智慧旅游

规划将“培育壮大旅游业发展新动能”作为重点任务，明确推动智慧旅游发展。具体落地方向有三个：沉浸式文旅——光影秀、全息投影、沉浸式展览正在爆发；AI 赋能——文旅行业大模型、智能行程规划、智慧导览快速落地；数据基建——旅游目的地 5G 覆盖、大数据中心、全域智慧旅游网络。这是 AI 大模型首次写入旅游顶层设计，意味着一批深耕文旅科技的初创企业和转型公司，将在未来五年获得持续的政策红利和资本关注。

三、赛道三：海洋旅游（规划最大“意外惊喜”）

首次专章部署，意味着政策资源从“锦上添花”变成“真金白银”。培育海洋旅游优势区域、有序推进海岛旅游、完善邮轮港口建设——背后是港口基建、海岛开发、邮轮运营、游艇制造、滨海度假酒店等一系列重资产投资机会。海南、平潭、青岛、厦门等沿海城市已闻风而动。广州“十五五”规划中已明确加快南沙国际邮轮母港消费设施及场景提升试点建设。

四、赛道四：入境旅游全产业链

规划明确“持续优化免签政策，稳步扩大免签国家范围”，推动移动支付“外卡内绑”“外包内用”，优化外国游客国际互联网访问服务。企查查数据显示，截至 2026 年 6 月，我国现存 10.4 万家入境旅游相关企业，今年前五个月新增注册 0.32 万家。这个赛道才刚刚开始热身。随着过境免签政策不断优化、支付日益便利，外籍游客来华的堵点正在被一一打通。

五、赛道五：县域与乡村旅游（“普惠性”最直接受益板块）

这是“普惠性”目标最直接的落地场景。规划提出培育一批旅游名县，推进旅游赋能新型城镇化和乡村振兴；对乡村旅游提质增效作出专门部署，要求合理挖潜乡村旅游资源，培育“小而美”文旅业态。2026 年“五一”假期，县域目的地旅游产品预订量同比上涨 128%，增速远超省会城市。当大城市旅游越来越“卷”，县域和乡村正在成为承载“慢生活”和“深度游”的新容器。

补充赛道：银发旅游与冰雪经济。

规划要求针对不同人群丰富高品质供给，发展银发旅游专列，实施冰雪旅游提升计划。银发群体有闲、有钱、有健康焦虑，康养旅居、温泉疗养等细分市场正在快速成型；东北要做强冰雪全产业链，但更值得关注的是“全时化”——研学、康养、亲子、夜间旅游覆盖全年龄客群的细分赛道正在打开。

叁

分层落地投资建议

一、底层投资原则



1.从“增量扩张”转向“存量优化”。规划明确要求“加强旅游项目建设规范管理”，对旅游项目科学论证、合理布局，防止一哄而上，“避免盲目上马和低水平重复建设，防止闲置浪费”。

2.从“建景区”转向“造场景”。规划提出聚焦“投资于人”，推出更多体验好、能共情的产品和服务。从“看山看水”到“乐享山水”，从“景点经济”到“生活方式经济”。游客不再为单纯风景付费，愿意为文化内容、情绪价值、完整生活方式买单。

3.跟着政策节奏提前卡位。从“十五五”规划纲要写入“旅游强国”，到四部门联合发文鼓励春秋游，到新版《旅游规划通则》实施，再到此次专项规划批复——形成了从顶层设计到专项落地的全链条政策体系。

二、四个“避坑指南”

坑一：盲目上马重资产人造景观。规划专门强调“分类施策推进闲置低效旅游资产盘活利用”。过去十年，许多“文旅小镇”“主题公园”变成了“空城”。“十五五”的投资逻辑是“运营为王”，轻资产、高周转、强 IP 的项目比砸钱盖楼更有前途。

坑二：忽视县域市场的特殊性。县域旅游增长快，但基础设施薄弱、专业人才匮乏、消费承载力有限。投县域不是把大城市模式“复制粘贴”过去，要找到“小而美”的本地化路径。

坑三：把入境游当成“锦上添花”。1.9 亿人次是硬指标，不是可选项。还在犹豫是否布局入境业务的企业，五年后会发现市场已经被别人占领了。

坑四：低估科技投入的紧迫性。AI 大模型写入规划不是象征。未来用 AI 做行程规划、用大数据做客流预测、用沉浸式技术做体验产品将成为核心竞争力。

三、不同主体的差异化策略

大型产业资本优先布局城市群周边高品质度假综合体、国家级文化廊道标杆项目、入境旅游服务网络和数字文旅平台。采用“重资产标杆+轻资产品牌输出”双轮模式，积极参与文旅 REITs 试点，打通“投资-运营-资产证券化”退出通道。

私募和产业基金重点倾斜轻资产运营服务商、文旅 IP 公司、户外体育旅游、研学内容企业、智慧旅游科技企业。减少直接拿地开发，更多投资具备可复制模式和稳定现金流的细分头部企业。



地方国资平台立足区域布局，承接旅游公共服务基础设施、国家文化公园项目、本地存量景区盘活三类项目。建议减少自主商业化运营，通过引入市场化运营主体合作，实现“基础设施国资搭台、商业服务市场唱戏”。

中小市场主体放弃大规模重资产投入，聚焦精品主题民宿、在地非遗体验、短途户外向导、小众主题线路、文旅内容服务等细分赛道。抓住城市居民本地化、近程常态化休闲需求，打造小而美、差异化的产品，避开头部资本的正面竞争。

肆 结语

《旅游强国建设“十五五”规划》正式拉开中国旅游业结构性重塑的全新周期。过去依靠资源垄断、大众流量、单一门票创收的粗放增长时代彻底落幕；以文化价值为内核、新质生产力为引擎、普惠民生为底色、国内国际双循环协同的旅游强国发展新周期全面开启。对于各类市场投资主体而言，顺应规划政策导向、把握产业结构性增量机会、摒弃老旧开发思维，才能在从旅游大国迈向旅游强国的时代进程中，持续收获长期稳定的产业红利。



作者：大三峡产业经济研究院产业投资研究中心

编辑：三峡晓曦

来源：产业投资研究中心 文化经济研究 公众号

时间：2026 年 7 月 27 日





专题解读

从“路线图”到“施工图”：

各方热议《旅游强国建设“十五五”规划》

7月7日，文化和旅游部公布《旅游强国建设“十五五”规划》。新华社称之为指引未来五年旅游强国建设的“路线图”“任务书”。这是首个以“旅游强国”为主题的国家级专项规划，也是旅游强国首次写入国家五年规划。

规划发布后，从中央媒体到行业专家，从各省文旅部门到市场主体，各方迅速展开热议。以下梳理一些观点与反应，看这份规划“实”在哪里。

一、战略定位之变：从“旅游业规划”到“旅游强国规划”

中国旅游研究院院长戴斌在解读中指出，建设旅游强国要坚持以人民为中心的发展导向和价值取向，坚持旅游为民，发展人民满意、人民受益的现代旅游业。他进一步阐释，旅游强国之“强”，不仅体现于产业规模和经济贡献，更体现于文化的厚度、文明的温度和价值的高度。

中国旅游协会秘书长葛磊在接受《经济参考报》采访时指出，从“旅游业规划”到“旅游强国规划”，标志着旅游业战略位势的跃升，也标志着旅游业将承担支柱产业、民生产业、幸福产业的使命。他进一步判断：“十五五”期间，旅游业将告别粗放式的大建设时代，进入文化赋能、内容驱动、情感激发的体验创新时代。

执惠集团创始人刘照慧则从产业逻辑角度分析，“十四五”时期文旅的主旋律是融合发展，重点在恢复活力、盘活资源、补齐短板；而此次《规划》提出要发展沉浸式、智慧化、度假型文旅产品，让文旅从“景点经济”转向“生活方式经济”——游客不只是看风景，而是过另一种生活。

二、目标之实：83亿人次、7.7万亿元、1.9亿人次

规划首次明确了量化目标：

国内居民出游人次达到83亿，国内出游总花费达到7.7万亿元

入境旅游人次达到1.9亿、总花费超过1500亿美元



其中，1.9 亿人次入境游目标被市场视为最明确的增长信号。联合国世界旅游组织专家贾云峰指出：“以 2025 年 1.54 亿人次为基数，未来五年年均需新增近 800 万人次入境游客。这一数字背后是航线加密、住宿扩容、多语种服务升级、免税零售扩张等一系列确定性投资机会。”

三、亮点与新意：四个“突出”

新华社的评论文章将规划亮点概括为四个“突出”：

突出“有感”，让人民更受益。规划首次提出了旅游普惠性的目标，明确到 2030 年人民群众的旅游获得感、幸福感明显增强。规划首次专章部署旅游公共服务，将老百姓日常出游中的“关键小事”——如厕难、停车难、预约难等——作为重点问题集中回应。在时间维度上，进一步推动带薪休假、鼓励各地深化中小學生春秋假制度、推动错峰休假，为城乡居民休闲出游创造更充裕的条件。

突出升级，为发展添动能。规划将培育壮大旅游业发展新动能作为重点任务，积极探索“智能化、绿色化、融合化”路径。要通过技术提升旅游发展中的交易效率，让消费者体验到产品有更多呈现方式。在投资逻辑上，“十五五”期间将更多关注质量效益本身，而不是简单的规模式扩张，注重盘活存量资产而非增量扩张。

突出拓展，向海洋要资源。与“十四五”时期相比，规划首次对拓展海洋旅游发展空间专门作出部署。中国海洋旅游资源丰富，过去开发主要集中在滨海地带，深海、海上等资源尚未充分开发。此次纳入规划，与国家经略海洋的大方向一脉相承，兼具经济价值与战略意义。

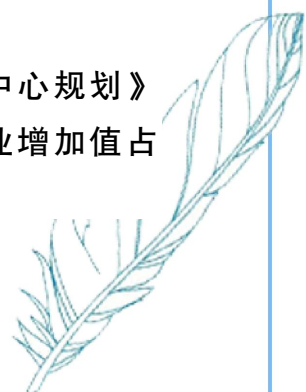
突出“中国”，从世界邀客来。规划将发展入境旅游作为一项重要任务，强调持续优化免签政策、积极开辟新的国际航线和旅游专列、持续推进离境退税优化。规划还提出弘扬“中国式”待客之道，培育“中国服务”品牌，将中国的待客文化与入境游客需求很好地结合起来。

四、地方响应：各省的“特色化演绎”

在国家顶层设计之下，各省份已陆续启动响应，并进行了“特色化演绎”。

广东率先提出“建设旅游友好型城市”。广东明确以“主客共享、全域友好”为核心理念，从城市建设、文旅廊道、业态创新、入境便利等多维度发力，目标是加快构建现代旅游业体系。

海南作为海洋旅游的“主战场”，《“十五五”海南国际旅游消费中心规划》已正式印发。目标到 2030 年全省接待国内外游客达 1.54 亿人次，旅游业增加值占 GDP 比重提升至 9%，离岛免税购物金额突破 500 亿元。



云南提出推动旅游从观光向旅居定居拓展，建设旅游强省，打造“旅居云南”大 IP。同时明确将实施旅居发展正负面清单、打造诚信旅游“云南服务”品牌、丰富“云南之夜”业态等系列措施。

山东将“十五五”定位为建设文化强省、旅游强省的关键五年，提出加快塑强文旅融合发展新优势。

浙江在省“十五五”规划中明确提出，要以“文化+旅游”赋能经济社会发展，深入推进“交通+旅游”等文旅融合新路径。

安徽同样已将目光锁定“十五五”。安徽省“十五五”规划纲要明确，要“深化文旅融合，打造具有鲜明辨识度的文旅品牌”，并将科技赋能文旅发展纳入“十五五”文化和旅游发展规划。

五、行业行动：从“施工图”到落地

规划发布后，行业已开始行动。数据显示，截至 2026 年 6 月 3 日，我国现存 10.4 万家入境旅游相关企业，今年前五个月新增注册 0.32 万家。在科技应用方面，AI 大模型首次被写入旅游领域顶层设计，规划明确要求“提升文旅行业大模型服务能力”。

在产业治理层面，规划特别强调“避免盲目上马和低水平重复建设，防止闲置浪费”，并要求“分类施策推进闲置低效旅游资产盘活利用”。这充分体现了对新形势下地方债务风险、资产运营效率的清醒认识与务实态度。

从“路线图”到“施工图”，从中央顶层设计到各省特色化演绎，再到行业市场主体的快速响应，一个信号已经释放：中国旅游业的“十五五”，不再是规模的简单扩张，而是质量、结构、动能的系统性重塑。规划的真正作用，不仅在于设定了 83 亿人次、7.7 万亿元的目标数字，更在于它第一次把“旅游强国”从战略愿景变成了可量化、可落地、可考核的系统工程。

来源：安徽省旅游学会 公众号

时间：2026 年 7 月 10 日





专题解读

旅游强国新阶段，文旅行业要抓住哪些变化？ ——《旅游强国建设“十五五”规划》系列解读

近日，经国务院批准，文化和旅游部印发《旅游强国建设“十五五”规划》。《规划》为未来五年中国旅游业发展方向做了系统定调：旅游业的位置更高了，边界更宽了，增长方式也正在变化。

这份规划不是简单罗列工作任务，而是把旅游业放到了一个更大的坐标系中。如果说过去几年，行业更关心的是“旅游恢复得怎么样”，那么未来五年，行业更需要回答的是：增长从哪里来？消费如何转化？服务如何升级？旅游业如何真正成为扩大内需、促进就业、展示中国形象的重要力量？

从规划内容看，文旅行业未来至少要看清五点。

一、看清大势： 旅游业被放到了更重要的位置

《规划》明确提出，旅游业是“新兴的战略性支柱产业”和“具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”，并强调旅游业在“服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴”中的重要作用。

这个定调非常关键。

旅游不再只是节假日期间的出行消费，也不只是景区、酒店和旅行社的行业运行，而是被进一步放进扩大内需、促进就业、城市消费、国际传播和现代服务业升级的大框架中。

换句话说，旅游业的价值正在被重新认识。



它既连接居民生活，也连接城市消费；既连接文化传播，也连接国际交流；既能拉动住宿、餐饮、交通、购物，也能带动演艺、赛事、研学、非遗和城市商业。旅游业的边界越打开，它对经济和社会的综合带动作用就越明显。

《规划》提出，到 2030 年，国内居民出游人次达到 83 亿，国内出游总花费达到 7.7 万亿元；入境旅游人次达到 1.9 亿，入境旅游总花费超过 1500 亿美元。与 2025 年相比，国内游和入境游仍有明确增长空间。

这意味着，未来旅游业不仅要“做大规模”，长期看更要“做深价值”。

二、看清空间：

城乡旅游和县域旅游正在重塑市场

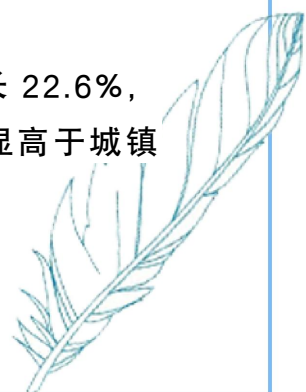
《规划》提出，要统筹优化旅游空间布局，推动城乡旅游协同发展，推进乡村旅游提质增效，培育“小而美”文旅业态。

未来旅游空间不再只是少数热门城市和头部景区的竞争。县域、小城、乡村、特色旅游地，都将进入更重要的位置。过去说到旅游目的地，很多人首先想到的是一线城市、热门景区和传统旅游城市。但近几年，一个明显变化正在发生：旅游流动变得更加双向。

一方面，乡镇和县域居民越来越多走进大城市，去体验博物馆、美术馆、演唱会、主题乐园、城市商业和公共文化空间。对很多下沉市场游客来说，大城市本身就是一种文化体验和生活方式体验。

另一方面，城市居民也在不断走向县城、乡村和小众目的地，寻找烟火气、松弛感、地方风味和差异化生活方式。小城旅游、县域旅游、乡村民宿、地方美食、非遗体验、户外露营，正在成为越来越多城市游客的选择。

数据也能印证这一趋势。2025 年，农村居民国内出游人次同比增长 22.6%，高于城镇居民 14.3% 的增速；农村居民出游花费同比增长 21.4%，也明显高于城镇



居民 7.5% 的增速。旅游市场的增量，不只来自一线城市，也来自更广泛的城乡流动和下沉市场。

未来的好目的地，不一定是“大而全”的目的地，也可能是一座县城、一条街巷、一种地方小吃、一项非遗体验、一场音乐节，甚至是一种被社交媒体重新发现的生活方式。

小城和县域不是大城市的替代品，而是中国旅游多元化的新入口。

三、看清时间： 假期制度是文旅消费的基础设施

旅游消费不只取决于“有没有钱”，也取决于“有没有时间”。对不少劳动者而言，工作节奏快、假期不足、休假不稳定，往往是影响出行决策的重要因素。

《规划》在释放旅游消费潜力部分明确提出，要落实职工带薪休假制度，鼓励弹性错峰休假，支持有条件地区推广中小学春秋假。这个表述值得高度关注。

文旅消费扩容不只是靠促销、发券和做活动，也要靠更稳定、更合理的时间供给。

过去几年的实践已经反复证明，假期长度和出游表现高度相关。2026 年春节假期成为近年来最长春节假期之一，直接带动了长途长线游、跨省游、家庭游和出境游增长。2025 年五一、国庆中秋等假期中，居民通过拼假、错峰休假等方式延长出行时间，也推动了旅游人次和消费规模提升。

春秋假也正在带来新的变化。随着部分地区逐步探索中小学春假、秋假安排，亲子游、研学游、周边度假、民宿体验、博物馆游、营地活动等需求被进一步激活。春秋假并不只是“多放几天假”，更可能成为亲子和研学旅游的新型消费窗口。

未来五年，行业要准备好迎接更高频、更错峰、更细分的出行需求。长假利好长线游和跨省游，春秋假利好亲子和研学，弹性休假利好错峰度假和中高端休闲。时间制度一旦变化，旅游产品结构也会随之变化。旅游业表面上卖的是产品，本质



上争取的是居民的时间。谁能更好地理解不同假期、不同人群、不同场景下的出游需求,谁就能更好承接未来的消费增量。

四、看清入口: 入境游是未来五年的蓝海

如果说国内游是中国旅游市场的基本盘,入境游就是未来五年最值得关注的增量市场之一。

《规划》明确提出,要提升入境旅游便利化国际化水平,优化签证、支付、通讯、住宿、交通、预约、导览、离境退税等服务,并建设入境旅游主干网络、入境旅游消费集聚区和友好型商圈。

特别值得注意的是,规划还提到打造“中国服务品牌”,并提出优化外国游客国际互联网访问服务。这说明,入境游政策已经从“让游客进得来”,升级为“让游客玩得好、停得久、买得多、传播好”。

过去两年,免签政策已经成为推动入境游恢复和增长的重要政策工具。2025年,入境游客达到 1.545 亿人次,同比增长 17.1%;入境游客总花费达到 1311 亿美元,同比增长 39.2%;通过免签入境的外国人达到 3008 万人次,同比增长 49.5%。

但入境游真正要做大,不能只靠免签。

签证便利化解决的是“来不来”的问题,服务国际化解决的是“来了以后愿不愿意深度消费、愿不愿意再来、愿不愿意推荐别人来”的问题。

支付是否顺畅,网络是否便利,交通是否清晰,退税是否方便,外文标识是否友好,导览服务是否充分,城市线路是否丰富,都会影响外国游客对中国旅行的整体感受。

未来五年,入境游的竞争重点将从流量入口转向服务闭环。



谁能把城市文化、消费场景、交通接驳、数字服务、多语种产品和特色购物组织好，谁就更容易抓住这片蓝海。入境游不是单一产品问题，而是一座城市、一套服务体系、一种国际表达能力的综合考验。

五、看清产品： 融合发展会成为文旅行业主流

《规划》提出，推动旅游与农业、工业、体育、商业、医药等领域有机融合，积极培育农业旅游、工业旅游、体育旅游、交通旅游、康养旅游等融合业态；同时鼓励商业街区、商圈引入非遗体验、文创市集、演艺、特色餐饮等场景，推动赛事票根联动景区参观、餐饮消费和商业购物。

这背后有一个很清晰的变化：旅游产品正在从“看风景”变成“进场景”。

游客不只是去一个地方拍照，而是希望在当地吃到、看到、买到、学到、参与到。非遗、演艺、赛事、展览、音乐节、研学、康养、体育活动，都可以成为新的旅游动机。

非遗与旅游的结合尤其值得关注。它不只是把传统文化放进橱窗里展示，而是通过市场化、体验化和产品化，让传统文化重新进入现代生活。游客愿意为体验付费，经营主体获得收益，传承人获得更稳定的展示和收入场景，文化也因此形成更可持续的正循环。

文商旅体展融合也将成为未来重要方向。

演唱会、体育赛事、展览展会、音乐节、票根经济，本质上都在重新定义旅游入口。过去游客往往是先决定去哪里，再决定玩什么；现在越来越多游客是因为一场演出、一场比赛、一个展览、一种兴趣，才决定去一座城市。这意味着，未来真正有竞争力的文旅产品，不是单一景点，也不是单一活动，而是“内容+场景+服务+消费”的组合能力。

“好内容负责吸引人，好场景负责留下人，好服务负责提升体验，好消费负责形成转化，好传播负责带来更多游客。”



结语

《旅游强国建设“十五五”规划》给行业带来的最大启发，是旅游业正在从恢复性增长进入价值型增长阶段。

未来五年，文旅行业要看清五件事：旅游业的位置更高了，城乡和县域空间更活了，假期制度对消费的支撑更实了，入境游的蓝海更清晰了，融合型产品也将更快成为主流。

谁能理解新的生活方式，谁就能抓住新的文旅增长。

来源：携程研究院 公众号

时间：2026 年 7 月 10 日

作者：携程研究院文旅产业及数据中心主任 姜文恒





政策法规

文化和旅游领域、体育行业、文物行业的重大隐患判定标准及重点检查事项清单

01

文化和旅游领域 重大事故隐患判定标准

第一条 为准确认定、及时消除文化和旅游领域生产安全重大事故隐患，有效防范和遏制重特大生产安全事故发生，根据《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》《中华人民共和国特种设备安全法》《中华人民共和国旅游法》等法律法规，制定本标准。

第二条 本标准所称重大事故隐患，是指在文化和旅游领域有关活动中存在的危害程度较大、可能导致重特大生产安全事故的隐患。

第三条 文化和旅游领域有关单位在安全生产方面有下列情形之一的，应判定为重大事故隐患：

（一）演出场所、娱乐场所、互联网上网服务营业场所等公众聚集场所在投入使用、营业前，未按照所在地规定向场所所在地的县级以上地方人民政府消防救援机构申请消防安全检查；

（二）旅行社在旅游包车、租车行为中未做到“五不租”（不租用未取得相应经营许可的经营者车辆、未持有效道路运输证的车辆、未安装卫星定位装置的车辆、未投保承运人责任险的车辆、未签订包车合同的车辆），租用或订购的客船产品和服务未持有有效的法定证书、超出许可范围和许可有效期经营；

（三）演出场所、娱乐场所、互联网上网服务营业场所等文化市场经营单位，公共图书馆、文化馆（站）、美术馆等公共文化单位，旅行社、A级旅游景区、星级旅游饭店等单位在用的特种设备未经检验或检验不合格；

（四）A级旅游景区开放未经过安全评估；

（五）举办临时搭建舞台、看台营业性演出未按照《大型群众性活动安全管理条例》取得相关批准文件；



（六）演出场所、娱乐场所、互联网上网服务营业场所等文化市场经营单位，公共图书馆、文化馆（站）、美术馆等公共文化单位，旅行社、A 级旅游景区、星级旅游饭店等单位未制定安全生产规章制度和应急预案，未开展日常安全检查，且未组织安全培训和应急演练。

第四条 判定事项属于文化和旅游行政部门职责范围的，应认真指导文化和旅游经营单位、公共文化单位落实整改；不属于文化和旅游行政部门职责范围的，要按照安全生产、消防、特种设备等法律法规，将发现的问题及时通报有关部门，积极协助推动风险隐患排查整治。

第五条 本标准自发布之日起执行。《文化和旅游领域重大事故隐患重点检查事项》（办市场发〔2023〕172 号）有关重大事故隐患判定事项与本标准不一致的，以本标准规定为准。

02

体育行业安全生产 重大事故隐患判定标准（2025 版）

第一条 为指导科学排查、及时消除体育行业重大事故隐患，防范遏制重特事故发生，根据《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国体育法》等法律法规，结合体育工作实际，制定本标准。

第二条 本标准适用于判定体育行业可能导致群死群伤或造成重大经济损失、造成严重社会影响的安管理缺失、违法违规行、设备设施故障等重大事故隐患，重点围绕体育赛事活动筹办举办、体育场所及设备设施运营管理等重要领域和关键环节。

第三条 体育赛事活动筹办举办中有下列行为之一的，应判定为重大事故隐患：

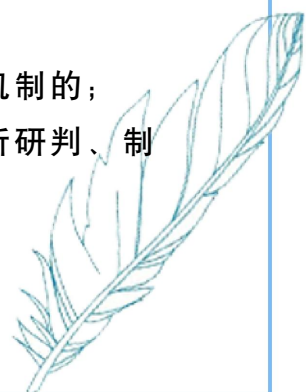
（一）应经批准（许可）的体育赛事活动未按要求履行相应审批（许可）程序的，或擅自变更已经批准（许可）的体育赛事活动时间、地点、内容或者扩大举办规模的；高危险性体育赛事活动未进行安全风险评估的；

（二）将工作内容发包给不具备安全生产条件或相应资质的第三方的；

（三）未与第三方签订安全生产管理协议或约定安全生产管理职责，且未对第三方的安全生产工作进行监管的；

（四）未制定风险防范及应急处理预案、安全生产方案、“熔断”机制的；

（五）未对可能引发观众冲突、恐慌、踩踏等公共安全风险进行分析研判、制定实施应对措施的；



(六) 未对举办户外体育赛事活动的天气状况、自然环境等风险因素进行分析,开展跟踪监测和预警的;

(七) 未履行风险告知义务,未对参赛年龄、身体条件、技术水平等特殊要求作出真实解释和明确警示并按要求进行验证的;

(八) 未对举办体育赛事活动的体育场所、体育设施及器材进行安全检查,未查验体育场所人员容载量是否符合相关安全要求的;

(九) 未对举办体育赛事活动所必需的设施搭建、医疗救援等配套服务明确管理要求的;

(十) 未对举办体育赛事活动所必需的保护性设备装备、消防设施(器材)、救援设备、医疗设备足量配备,并保持完好有效的;

(十一) 未落实安全责任人,使用无相关专业资质或未经培训工作人员,未配备必要的、符合相关规定安全救助人员的。

第四条 体育场所及设备设施运营管理存在下列情形之一的,应判定为重大事故隐患:

(一) 未经许可经营高危险性体育项目的;

(二) 未建立健全全员安全生产责任制并明确安全管理机构、人员,且未开展安全教育培训、未制定应急预案并组织演练的;

(三) 体育场所及设备设施未通过验收,未按相关要求定期进行检验和维护,或超过使用年限未经专业机构鉴定仍在使用的;

(四) 未针对人员聚集区域消防、水电、燃气、防灾减灾等方面制定实施相关安全保障和应急措施的;

(五) 未按体育相关法律法规和强制性国家标准要求配备安全防护、安全监测、应急救援及医疗救护等设备设施,且未开展经常性维护、保养、检测的;

(六) 应持证上岗的关键岗位人员无证上岗,未按要求配备安全管理、救助人员的;

(七) 未建立雨雪、大风、寒潮等极端天气应对机制的。

第五条 违反强制性国家标准和其他严重违反涉及体育领域的安全生产规章制度,可能导致群死群伤或造成重大经济损失、造成严重社会影响等现实危险的,应判定为重大事故隐患。

第六条 国家对危险化学品、易燃易爆品、动火作业、消防(火灾)、燃气、特种设备、有限空间、建筑结构、建筑保温材料、特种作业人员等方面有法律法规要求的或重大隐患判定标准的,从其规定。



第七条 本标准自发布之日起实施，有效期 5 年。2023 年 12 月 4 日国家体育总局印发的《体育行业安全生产重大事故隐患判定标准（2023 版）》同时废止。

03

文物行业重大事故隐患特征清单



文物行业重大事故隐患特征清单

检查范围		重点检查事项
日常文物安全管理中存在的风险隐患和问题	1. 安全管理	(1) 无安全责任人、管理人, 未实施安全责任制; (2) 未公告公示本单位文物安全直接责任人; (3) 缺少安全管理机构和安保人员; (4) 无安全管理制度, 未针对主要安全风险采取安全防范措施; (5) 安全责任人、安全管理人员对本单位重点安全区域部位、重点安全风险隐患不了解、不知情; (6) 未进行日常安全巡查检查, 无安全检查记录档案; (7) 抽查检查发现的突出安全隐患问题未整改。
	2. 安全设施设备建设、运维	(1) 无安全防护设施、设备, 或安全防护设施设备配置明显不足; (2) 安全防护设施、设备严重老化破损, 或者将专用器材移作他用, 导致不能正常使用的; (3) 未对安全防护设施、设备进行检测维护, 或设施设备不达标等导致安防、消防设施设备不能正常启用或运行的; (4) 安防、消防控制室值班人员未取得相关证书, 不能熟练操作控制设备; (5) 缺乏消防水源或者消防水量和水压严重不足; (6) 未设置消防应急照明、疏散指示标志、安全出口指示标志的; (7) 消防通道、安全出口、疏散通道被封堵, 防火间距被侵占。
	3. 应急预案演练、安全教育培训	(1) 未根据火灾等各类突发安全情况制定应急预案; (2) 未开展过安全应急演练; (3) 安全管理人员不清楚应急处置工作重点和工作程序、步骤, 不了解疏散逃生路线; (4) 未进行消防安全、安保专业培训, 不会使用消防、安防设施设备; (5) 志愿消防队或微型消防站队员不能熟练掌握处置初起火灾方法。



	4. 火灾危险源	(1) 违规使用超负荷大功率电热器具; 违规使用卤素灯、白炽灯、高压汞灯等高温照明设备; (2) 空调、电磁炉、电茶壶等用电设备严重老化; (3) 在文博单位室内为电动车辆、蓄电池等充电; (4) 大量明敷电气线路未穿管保护, 普遍存在线路老化、绝缘层破损、线路受潮、水浸等问题; 有多处过热、烧损、熔焊、电腐蚀等痕迹; (5) 使用淘汰刀闸开关, 电气线路、开关、插座或电器设备直接设置在易燃可燃材料上, 无防护措施; (6) 配电柜(箱、盘)未正确安装, 存在漏电危险, 以及插座串联或者级联使用; 配电箱、用电设备、线路接头的危险距离范围内堆放有可燃物, 大功率电器散热空间不符合散热要求; (7) 违规采用泡沫彩钢板等易燃可燃材料在文博单位内搭建临时用房; (8) 在禁烟场所吸烟或文物保护范围内违规使用明火; 在非宗教活动场所的文物保护单位燃香、点灯、烧纸(帛)。
重点场所、不同使用功能区域存在的风险隐患和问题	1. 用于居住的文物建筑	(1) 未严格控制用火行为, 依然使用柴火、炭火作为主要火源的; (2) 违规使用或存放瓶装液化石油气、小型液化气炉、油气炉及其他甲、乙类液体燃料等; (3) 厨房未与其他区域采取防火分隔措施, 炉具和燃气设施未检测和保养, 燃气管道、法兰接头、仪表、阀门等存在严重破损、泄漏、老化等; (4) 文物建筑内堆放大量柴草、木料、煤炭等易燃可燃物。
	2. 用于宗教活动场所的文物建筑	(1) 未在指定区域内燃灯、烧纸、焚香; 确需使用明火时, 未采取防护措施加强管理, 并由专人看管; (2) 文物建筑殿内使用的经幡、帐幔、伞盖、地毯、锦绣等可燃织物未与明火源、电气线路、电器产品等保持安全距离; (3) 长明灯、蜡烛未采取由不燃材料制成的固定灯座、灯罩和烛台等安全防护措施; (4) 僧人宿舍内违规用火用电, 缺乏消防设施器材等防范措施。



	3. 文物保护工程、考古和新建改建博物馆工地等	(1) 无工程工地安全安全责任人; (2) 将工程项目非法转包、分包等; (3) 未制定工程工地安全管理制度; 未进行工地安全巡查检查; (4) 未配备安全管理人员和文物安全防护设施设备; (5) 未开展施工人员岗前安全警示教育培训; (6) 未编制人员救护、文物抢救保护等预案; (7) 施工现场违规用电用火; (8) 未严格履行电气焊等动火作业审批手续; (9) 聘用和召请未经安全培训合格、未取得相关证书的人员在特种作业岗位上岗作业。 (10) 动火作业人员未遵守消防安全操作规程, 未落实现场监护人员和防范措施; (11) 未对电气焊设备进行全面安全检查, 带病作业, 使用淘汰或危及安全的电气焊设备; (12) 未对考古作业或文物保护工程施工危险区域、部位采取加固、支护、围挡等安全措施。
	4. 外包外租生产经营活动和涉及场所区域	(1) 利用文物博物馆单位开展生产经营和场所外包外租 (包括委托、合作等类似方式) 的, 承包承租方不具备安全生产条件或资质资格以及双方未签订安全生产协议、安全生产管理职责不清的; (2) 承包承租方未落实安全生产责任制, 未实施安全管理制度; (3) 未将上述生产经营活动纳入文物行业安全管理, 未实施问题隐患排查和定期安全检查; (4) 上述生产经营活动中, 发现突出安全隐患和问题, 未进行整改整治; (5) 违规设置经营性商铺、公共娱乐场所、民宿酒店饭店等; (6) 违规使用大功率电器, 或餐饮用火、施工用火存在突出问题; (7) 大量照明灯具设置及电气线路敷设不符合要求; (8) 违规储存、使用大量易燃易爆物品。

来源: 中华人民共和国应急管理部

监制: 陈紫璇

编辑: 李宁筱

审核: 姚振国





维权指引

暑假出游遇到意外怎么办？景区安全事故维权指南

为贯彻落实《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》和《中共中央办公厅 国务院办公厅关于印发〈提振消费专项行动方案〉的通知》有关部署，推动人工智能与消费深度融合，培育消费新增长点，形成消费新动能，提出如下意见。

暑期刚开场，全国暑期文旅消费季 7 月 8 日已正式启动。出行的热情刚点燃，安全这根弦也得同步绷紧。

如果你或家人在旅途中遇到意外，景区要不要赔？签了“免责协议”有没有用？法院在处理这类纠纷时，法律依据是什么？

01

景区，出事了责任在谁？

先看三类最常见的事故场景：

漂流时救生衣卡扣突然脱落，人被冲入激流受伤。检查后发现，该批次装备已过使用年限未更换。

景区一处栈道年久失修，周围无任何警示标志。游客正常行走时木板断裂，坠落受伤。场景三：冒险出了意外

山地景区明确立牌“未开发区域禁止进入”，游客绕过围栏进入野路探险，滑坠受伤。

这三种场景，在法律上对应着完全不同的责任分配。我们一个一个说。





02

景区的法律义务：不是"最好有"，是"必须有"

《中华人民共和国民法典》第一千一百九十八条规定：

宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。

景区和游乐场所，完全在这条涵盖范围之内。

什么是"安全保障义务"？法院在判断时通常看三个方面：，设施是否安全。

设备有没有定期检修？有没有超期服役？安全防护装置是否完好？

——场景一中，救生衣过期未换，景区显然没尽到义务。

第二，警示是否到位。

危险区域有没有明确标识？风险项目有没有充分告知？

——场景二中，危桥无警示，景区同样失职。

三，事故发生后有没有及有没有配备急救人员和设备？事发后响应速度是否合理？

这三条，缺任何一条，景区都可能要承担责任。

03

客人自己的责任："自甘风险"不是吓唬人的

民法典第一千一百七十六条明确了一个重要规则：自甘风险。

这条什么意思？简单说：你明知道有危险，还自愿去做了，出了事不能全赖别人。

但这里有一个关键边界："自甘风险"免除的是"其他参加者"的责任，不是活动组织者的责任。活动组织者的责任，适用前面说的第一千一百九十八条。组织者（包括景区）该承担的安全保障义务，一条都不能少。

所以场景三中，游客自己闯入禁区，景区立了警示牌，尽了合理义务——这种情况下游客自身要承担主要责任。但如果景区连牌子都没立，那就另当别论了。

04

免责协议到底有没有用？

很多景区在游客参加高风险项目前，会让签一份"免责声明"或"风险告知书"。这个东西到底有没有法律效力？

答案：部分有效，但不是万能护身符。

根据民法典第四百九十七条，提供格式条款一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的，该条款无效。

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条也有类似规定。

翻译成大白话：景区可以让你签字确认"已知晓风险"，但不能用一纸协议把自己的安全责任一笔勾销。如果是景区自身的安全设施出了问题，签了字也没用——该赔还是得赔。

法院在实务中的判断逻辑是：看你签的是什么？如果是"风险告知"——有效，证明景区履行了告知义务。如果是"免除景区一切责任"——这条大概率无效。

05

情景的对照表

为了让你一眼看清不同情况下的责任分配，我们做了这张表：

事故原因	景区责任	游客自身责任
设施老化/故障，景区未检修	承担（未尽安保义务）	一般不承担
危险区域无警示标识	承担（未尽安保义务）	一般不承担



已明确警示，游客违规进入	一般不承担	自行承担
他人推搡等第三人原因致伤+景区安保不到位	补充责任（先找第三人赔，不足部分景区补）	一般不承担
正常参加高风险项目意外受伤	看是否尽到告知和设施安全义务	可预见风险自担

06

1. **查资质**：景区是否有合法运营资质？高风险项目（漂流、蹦极、攀岩等）是否有经营许可？

2. **查设施**：设备有没有年检标识？救生装备是否完好？

3. **查警示**：危险区域有没有明确标识？安全须知是否清晰？

1. **固定证据**：第一时间拍照录像，拍摄事故现场、受伤情况、安全设施状态。保存门票、消费凭证、签到记录。

2. **即时求助**：向景区管理人员报告并记录处理过程。伤情较重应立即就医，保存好病历、诊断书、费用票据。

3. **依法主张**：与景区协商赔偿——协商不成向文旅部门投诉——仍无法解决可向法院起诉。

07

给带娃家长的一个特别提醒

暑期是儿童意外伤害高发期。特别提醒三点：

如果你明知孩子在危险区域玩耍而未制止，出了事自己也有一部分责任。

同样是水池，对成年人和对儿童的防护标准不一样——景区应当预见到儿童可能发生的危险并采取相应措施。

选择有正规救生员值守的水域游玩，不要带孩子去野外水域“野泳”。

08

一句话总结

景区不是所有意外的“兜底者”，但也不能用一纸“免责协议”推掉该尽的安全义务。



你作为游客，最好的保护就是：**出发前多看一眼设备标识，出事后多拍一张现场照片。**

来源：湘潭市中级人民法院 公众号 时间： 2026 年 7 月 9 日

策划、撰稿：曾毅

一审：曾毅 二审：刘叶晗 三审：尹静





案例分析

旅游市场强制消费问题典型案例 (2026 年第四批)

暑期将至,研学游活动热度明显上升。为深入推进“纠治旅游行业导游乱象、强制消费等问题”集中整治,从严查处包价旅游类研学旅游存在的虚假宣传、无证经营等违法行为,营造良好市场环境,文化和旅游部选取了部分典型案例,现予以公布。

案例一:未经许可接待研学旅游团队案

广西正步实践研学旅行有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下,组织学生前往百色市参加研学旅游。

广西正步实践研学旅行有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2025 年 8 月,隆林各族自治县文化体育广电和旅游局对广西正步实践研学旅行有限公司作出没收违法所得、罚款 31000 元的行政处罚,对直接责任人员武某栋作出罚款 6100 元的行政处罚。

案例二:非法招徕学生参加研学旅游案

广西不倒翁研学投资有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下,设计赴长沙研学旅游线路,通过在艺术培训公司门口张贴宣传广告方式宣传旅游产品,并组织学生赴长沙参加研学旅游活动。

广西不倒翁研学投资有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2025 年 8 月,贵港市文化广电体育和旅游局对广西不倒翁研学投资有限公司作出没收违法所得、罚款 10000 元的行政处罚,对直接责任人员莫某利作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例三:以研学机构名义组织研学旅游案



李某在未取得旅行社业务经营许可证的情况下，以“冠之军研学玉门分部”名义在社交平台发布“25 年五一【畅玩水上世界·领略航空魅力·探索非遗文化】”研学旅游产品，并收取学生的报名费用。

李某的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2025 年 5 月，玉门市文体广电和旅游局对李某作出没收违法所得、罚款 10000 元的行政处罚。

案例四：未经许可发布研学旅游产品案

河南少年行研学旅行服务有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下，通过“少年行研学—河南”“少年行研学实践”社交平台账号发布“礼豫河南，诗词少年”等旅游产品，组织、接待含未成年人在内的游客参加旅游活动。

河南少年行研学旅行服务有限公司的行为违反了《在线旅游经营服务管理暂行规定》第十条的规定。2025 年 11 月，洛阳市文化广电和旅游局对河南少年行研学旅行服务有限公司作出没收违法所得、罚款 11000 元的行政处罚，对有关责任人员蔺某华作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例五：未经许可组织研学旅游案

嵊州市修野集活动策划工作室在未取得旅行社业务经营许可证的情况下，组织学生参加“金华双龙洞+科技馆 1 日营”研学旅游活动。

嵊州市修野集活动策划工作室的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2025 年 5 月，嵊州市文化广电旅游局对嵊州市修野集活动策划工作室作出没收违法所得、罚款 13000 元的行政处罚。

案例六：擅自组织研学实践及旅游案



思南县思新创未研学实践有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下,组织学生参加研学实践活动并提供旅游服务。

思南县思新创未研学实践有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2025 年 7 月,思南县文体广电旅游局对思南县思新创未研学实践有限公司作出没收违法所得、罚款 10000 元的行政处罚,对有关责任人员安某松作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例七：擅自组织科技主题研学旅游案

福建美森教育科技有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下,承接主题为“科技筑梦想,园林鉴匠心”的研学旅游活动,安排学生前往某科技探索中心、某园博苑教育岛等地点游玩。

福建美森教育科技有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2026 年 5 月,晋江市文化体育和旅游局对福建美森教育科技有限公司作出没收违法所得、罚款 10000 元的行政处罚,对有关责任人员侯某原作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例八：教育咨询公司组织研学旅游案

连云港市贝护教育咨询有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下,通过社交平台发布“茶山牧场”宣传视频,并组织含未成年人在内的游客参加“茶山牧场 1 日游”,行程包含景区观光、拓展训练等。

连云港市贝护教育咨询有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2026 年 5 月,连云港市文化广电和旅游局对连云港市贝护教育咨询有限公司作出没收违法所得、罚款 10000 元的行政处罚,对有关责任人员卢某彤作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例九：艺术培训公司组织研学旅游案



沂水县希望艺术培训学校有限公司在未取得旅行社业务经营许可证的情况下，发布“699 元‘指尖上的魔法’陶艺深度研学营”产品信息，组织学生赴潍坊开展研学旅游活动。

沂水县希望艺术培训学校有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十八条的规定。2025 年 11 月，沂水县文化和旅游局对沂水县希望艺术培训学校有限公司作出没收违法所得、罚款 10000 元的行政处罚，对有关责任人员赵某香作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例十：擅自组织出境研学旅游案

内蒙古麦步研学旅行社有限公司在未取得出境旅游业务经营许可的情况下，在社交平台发布赴新加坡、港澳等地区的研学旅游产品，组织含未成年人在内的游客参加“印象大湾区—粤港澳研学”等旅游活动。

内蒙古麦步研学旅行社有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第二十九条第二款的规定。2025 年 11 月，乌海市文体旅游广电局对内蒙古麦步研学旅行社有限公司作出没收违法所得、罚款 10000 元、责令停业整顿 15 日的行政处罚，对直接负责的主管人员蔡某作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例十一：虚假宣传研学旅游产品案

同程国际旅行社有限公司组织含未成年人在内的游客参加“卫星发射中心研学团”，未与游客签订旅游合同，且未按照旅游产品宣传内容安排卫星发射中心观礼活动。

同程国际旅行社有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十二条、《旅行社条例》第二十八条的规定。2026 年 1 月，苏州市文化广电和旅游局对同程国际旅行社有限公司作出罚款 50000 元的行政处罚，对直接负责的主管人员许某杰作出罚款 2000 元的行政处罚。

案例十二：未与游客签订研学旅游合同案



贵州伟泓研学实践旅行社有限公司组织学生参加“九洞天科普 1 日研学”旅游活动，未与游客签订旅游合同。

贵州伟泓研学实践旅行社有限公司的行为违反了《旅行社条例》第二十八条的规定。2025 年 6 月，大方县文体广电旅游局对贵州伟泓研学实践旅行社有限公司作出罚款 20000 元的行政处罚。

案例十三：安排“假导游”为旅游团队提供服务案

抚州冠荣研学旅行服务有限公司组织含未成年人在内的游客参加“武功山+明月千古情纯玩 2 日游”活动，安排未取得导游证的罗某超为游客提供导游服务。经核查，罗某超使用的是假导游证。

抚州冠荣研学旅行服务有限公司的行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十七条的规定。2025 年 12 月，抚州市文化广电旅游局对抚州冠荣研学旅行服务有限公司作出没收违法所得、罚款 7000 元的行政处罚，对直接负责的主管人员尧某作出罚款 2000 元的行政处罚。

经公安部门调查，罗某超持伪造的导游证带购物团前往不同景区，违反了《中华人民共和国治安管理处罚法》有关规定，2025 年 11 月，公安部门对罗某超作出行政拘留 12 日、追缴违法所得的行政处罚。

案例十四：违规向研学旅游团队兜售“状元笔”案

张某花受北京光彩假日国际旅行社有限公司委派，为含未成年人在内的游客参加的“清华北大高校研学”旅游团队提供导游服务。行程中，张某花在大巴车上向游客兜售“状元笔”套装。

张某花的行为违反了《导游人员管理条例》第十五条的规定。2026 年 2 月，北京市文化和旅游局对张某花作出没收违法所得、罚款 1000 元的行政处罚。对北京光彩假日国际旅行社有限公司另案处理。

发布时间：2026-07-03

来源：文化和旅游部政府门户网站





案例分析

赛里木湖景区工作人员殴打旅游车司机处理情况:

7 人被行政拘留, 优化自驾服务费

23 岁的张女士在网上看到一个帖子, 一家旅行社组织穿越南京九连尖的徒步活动, 行程介绍“徒步距离 11 公里、累计爬升 650 米、活动强度一星、风景指数四星”。张女士转账支付 139 元的报名费参加了活动, 当天中午开始, 领队加队员共 52 人。

8 月 3 日, 新疆维吾尔自治区、博尔塔拉蒙古自治州联合工作组发布《关于赛里木湖景区工作人员殴打旅游车司机事件处理及整改的情况通报》:

7 月 23 日, 新疆博尔塔拉蒙古自治州赛里木湖景区发生工作人员殴打旅游车司机事件, 造成恶劣影响, 教训极为深刻。自治区相关部门、博州成立联合工作组, 进驻赛里木湖景区, 开展全面核查整治。现将有关处理和整改情况通报如下:

一、涉案人员处理情况

公安机关经现场走访、询问证人、传唤涉案人员、调取现场视频查明, 1 名景区工作人员在开展票务核验时, 与新疆某旅游客运公司司机王某某发生争执并互殴, 冲突过程中, 先后共有 7 名景区工作人员参与殴打行为。在自治区相关领域医学专家、援疆医疗专家联合诊断基础上, 经法医伤情鉴定, 王某某损伤程度属轻微伤。

依据《中华人民共和国治安管理处罚法》第五十一条有关规定, 公安机关对 7 名景区工作人员分别作出 10 日至 15 日不等的行政拘留处罚, 每人并处罚款 1000 元。

二、相关责任单位和人员问责情况

针对此次事件暴露出赛里木湖景区管理存在的问题, 依据《中国共产党问责条例》《中华人民共和国公职人员政务处分法》等规定, 对相关责任单位、责任人员依规依纪依法严肃追责问责。

赛里木湖文化旅游投资集团有限公司(景区运营单位)党委书记、董事长苏某德, 落实景区经营管理和安全生产责任不力, 对事件的发生负有主要领导责任, 给予其党内严重警告、政务记大过处分, 给予免职处理; 党委副书记、总经理张某落实景区日常经营管理和安全生产责任不到位, 对事件的发生负有主要领导责任, 给予其党内严重警告、政务记大过处分。赛里木湖文化旅游投资集团有限公司下属信息科技有限公司(票务运营单位)经理吴某军落实景区票务核验、安检人员管理责任不到位, 对事件的发生负有直接责任, 给予其撤职处分; 检票主管龚某海落实景区票务核验管理责任不到位, 对事件的发生负有直接责任, 给予其撤职处分。

赛里木湖景区党工委履行景区管理主体责任不到位, 被责令作出深刻检讨, 并予通报批评; 景区党工委书记、管委会副主任刘某落实景区管理责任不到位, 对事件的发生

负有重要领导责任，给予其诫勉处理；景区党工委书记、管委会主任蒋某东落实景区管理责任不到位，对事件的发生负有重要领导责任，给予其诫勉处理；景区党工委委员、管委会副主任张某琦落实景区旅游发展、市场管理责任不到位，对事件的发生负有主要领导责任，给予其党内警告、政务记过处分；管委会旅发局副局长（主持工作）安某落实景区旅游发展、市场管理责任不到位，对事件的发生负有主要领导责任，给予其党内警告、政务记过处分。

三、优化自驾服务费情况

针对广大游客和网民反映的自驾服务费问题，联合工作组和有关部门迅速组织研究，指导赛里木湖景区优化整改。此前，赛里木湖景区执行 75 元/人自驾服务费收取标准。为积极回应社会关切，按照充分体现国有景区公益属性、更好让利于民的原则，景区优化调整自驾收费模式和标准，经向价格主管部门报备后，**将按“人”收费调整为按“车”收费**，不同车型（以机动车行驶证核定载人数为准）收费标准分别为：5 座及以下 120 元/车、6 至 7 座 180 元/车、8 至 19 座 300 元/车、20 座及以上 600 元/车。因票务系统需调整升级，此方案自 8 月 20 日 0 时起执行；自 8 月 4 日 0 时起至新方案开始执行期间，暂按 30 元/人收取自驾服务费。

您好! 欢迎访问博尔塔拉蒙古自治州人民政府

中国政府网 新疆维吾尔自治区人民政府网

无障碍浏览

进入长者版

网站支持IPv6

 **博尔塔拉蒙古自治州人民政府**
www.xjboz.gov.cn

繁體 手机版 网站地图 注册 登录

高级检索

网站首页

博州概况

政务公开

政民互动

政务服务

政务动态

数据开放

位置: 首页 > 政务动态 > 通知公告

关于赛里木湖景区工作人员殴打旅游车司机事件处理及整改的情况通报

时间: 2026-08-03 07:00 作者: 来源: 新疆维吾尔自治区、博尔塔拉蒙古自治州联合工作组 点击量: 101

7月23日，新疆博尔塔拉蒙古自治州赛里木湖景区发生工作人员殴打旅游车司机事件，造成恶劣影响，教训极为深刻。自治区相关部门、博州成立联合工作组，进驻赛里木湖景区，开展全面核查整治。现将有关处理和整改情况通报如下：

一、涉案人员处理情况

公安机关经现场走访、询问证人、传唤涉案人员、调取现场视频查明，1名景区工作人员在开展票务核实时，与新疆某旅游客运公司司机王某某发生争执并互殴，冲突过程中，先后共有7名景区工作人员参与殴打行为。在自治区相关领域医学专家、援疆医疗专家联合诊断基础上，经法医伤情鉴定，王某某损伤程度属轻微伤。

依据《中华人民共和国治安管理处罚法》第五十一条有关规定，公安机关对7名景区工作人员分别作出10日至15日不等的行政拘留处罚，每人并处罚款1000元。

赛里木湖景区工作人员殴打旅游车司机处理情况：7人被行政拘留 优化自驾服务费

央视新闻客户端 | 2026-08-03 07:08:28 浏览量324577

来源：央视新闻、新华社责任编辑：陈颖静