



比商场更丰富，比公园更好玩

「公园式商场」兴起，广东又添「城市会客厅」

在传统商业阵营中，如雨后春笋般涌现的“公园式商场”正在不断拓展新的阵地，成为线下商业发展的新动能，这类复合型的商业空间成为更多城市家庭和年轻人喜爱的流连之地。

“我很喜欢逛公园式商场，在这样的空间进行休闲娱乐体验，感觉更开阔舒适、更轻松，有些商场还会特别打造出宠物空间，让爱宠人士也能自得其乐，且这样的商场一般都比较新，设施好、体验感更佳，希望这样的商场能越来越多！”提到公园式商场，00后大学生贺仁宇首先想到了最近刚刚去过的深圳大运天地，他表示自己和身边不少朋友对于公园式商场都青睐有加。

区别于传统的街区商业模式，“公园式商场”将更多的生态因素有机融合，不少更配有主题公园等丰富的文旅业态，为周边居民提供了更加丰富多元的休闲及购物体验，既是娱乐和社交空间，也成为钢筋水泥的城市丛林中难得的“疗愈空间”。

在广东，众多公园式商场依托生态美学营造出各具特色的“城市会客厅”。业界认为，公园式商场正在以“生态+文化”双IP，构建城市魅力的新增长极。



正佳广场里憨态可掬的企鹅与游客亲切互动



位于安华汇的欢乐舟主题乐园 刘星彤 摄

案例1 正佳广场：商场变成推动市民生活方式进步的“策源地”

位于繁华的天河路商圈的广州正佳广场可谓广东“公园式商场”的最佳范本之一，其打造的特色商场模式突破了传统商业空间与自然生态的边界——在42万平方米的商业空间内，借助地理与空间优势，垂直分布了海洋、雨林、雪地、恐龙世界、天文宇宙等多重生态场景，这一“立体自然矩阵”给市民带来了超乎想象的多重体验密度，从而形成不可复制的“生态商业共生体”，多数市民一年内会多次到访商场，而每次的体验主题都各不相同。

“过去消费者主要为购物而来，现在许多人则是冲着在城市中心亲近自然、实现微度假而来，并因此产生计划外的消费。”商场负责人表示，公园式商场模式不仅给商场带来人气，更重构了消费逻辑，商场也由此实现了商业体主动参与城市公共文化服务供给的创新探索。

“相比过去商场的核心是‘货与场’，现在我们更关注‘人与体验’。‘空间即服务’的转变，让商场从卖商品转向生活方式的经营，最终收获的，是消费者用停留时间和情感认同来投票的商业新生态。”

据了解，正佳“公园化”的模式效果显著，已形成“家庭+年轻人”的双引擎，让生态场景成功引流，从而推动了相关业态经济与商圈消费的双增长。

案例2 安华汇：背倚白云山，在城市中引领户外健康生活

在欢乐舟营销经理郑立看来，当前，传统的招商引流模式已难以提升商场的入驻率，在商业综合体中融入公园、文旅等元素，可较好地解决这一难题。

据悉，安华汇所在的白云区外来人口较多，文化更多元、更具烟火气。由于靠近白云山，商场本身被天然氧吧所环绕，郑立表示，欢乐舟主题乐园选址于此，初衷就是让周边的小朋友可以更近距离地接触大自然，体验户外健康生活。

背倚白云山的山势景观，商场吸引了不少稳定客流，“不少市民晚上会到这里欣赏晚霞——当你来到顶楼，阵阵的风吹来，闭上眼会感觉到有一丝森林的味道，这是城市中非常难得的绿意享受。”郑立表示，基于因地制宜的理念，欢乐舟在顶楼户外引入无动力设备，正是让更多人得以重温类似小时候玩波波池的原始乐趣，“在对商场营收产生带动之余，更多的则是让周边市民感受到了生活配套和品质上的提升。”

郑立指出，公园式商场这一业态，较好地展现了广东公共文化服务的高质量发展方向，在提升居民在地生活体验的同时，更有助于宣传广东各地的城市名片。

案例3 融创茂：粤港澳大湾区的全天候娱乐生活体验中心

餐饮、购物、娱乐体验的模式，致力于满足不同客群消费升级及对品质生活的需求，通过打造“商场公园化”的创新模式，产生了“1+1>2”的显著效应，不仅客群结构得到优化——家庭客占比提升至65%，“Z世代”消费者增长1倍，游客的平均消费时长也从传统商场的2小时增加至4.5小时，带动的餐饮消费翻倍。

程，具有非线性的规模增长特征，需要秉持长期主义精神来培育主理人生态。”唐佳正介绍，情绪消费市场崛起，越来越多的消费需求从物质满足转向情感体验，追求独特性与故事性，而主理人品牌注重的场景化、个性化恰恰能满足情绪消费的需求。

在他看来，文旅产业和主理人经济，“归根到底，都是做人的生意。”现在，文旅产业告别“唯资源论”时代，进入“产品场景融合发展”阶段，从景观消费到精神共享，“情绪价值、满足人性”愈发成为文旅工作的第一性。而主理人传递出的“与我有关”产品，恰恰因为内容相契、场景相融，成为文旅最好的产品。他说，从经济形态的角度来看，“文旅”是对主理人经济的一种引导，主理人经济要做的是一种有人情味、有特色、有文化的生意；从文旅产业的角度来看，主理人经济是“文旅”的一种体验形式，它能带来拥有价值主张、提供情绪价值、满足身心愉悦的文旅产品。

“主理人”引发“文旅商”跨界对话，预见未来

“主理人经济”的热潮，预示着先锋

专家锐评

公园式商场：双IP构建广东城市魅力新增长极

受访专家：李军（华南师范大学旅游管理学院会展经济与管理系主任、教授）

羊城晚报：“公园式商场”这一业态满足了居民的哪些需求？缘何日渐火爆？

李军：“公园式商场”作为融合商业与生态的创新业态蓬勃兴起，顺应了国家扩大内需、推动绿色发展的战略导向。在国家“十四五”规划着力打造宜居智慧城市，以及国务院出台政策培育新型消费场景的背景下，这类商场巧妙地把自然景观、文化体验与消费空间融为一体。通过打造绿意盎然的开放式环境，不仅缓解了城市钢筋水泥带来的压迫感，还创造出既能休闲散步，又能亲子互动、感受文化熏陶的复合空间，尤其契合了后疫情时代人们对健康生活与情感交流的双重追求。

公园式商场低密度的生态化布局设计，更与我国“双碳”目标形成呼应。近期出台的促进旅游消费政策，特别强调了商业与文旅体元素的跨界融合，这为公园式商场注入新活力——通过引入露天市集、文化展览等特色场景，既能带动消费升级，又可助力城市空间焕新。这种模式之所以受到热捧，正是因为将高质量发展的理念转化为看得见的绿意、摸得着的温度，在提升百姓生活品质的同时，也为城市低碳转型提供了样板。

羊城晚报：公园式商场不光是居民休闲的场合，也是促进地方文化传承与创新的场所，其对于城市形象提升及旅游发展促进有着怎样的意义？

李军：在广东，公园式商场作为“商旅文城”融合的创新载体，为城市高质量发展注入新动能。其通过“生态打底、文化铸魂”的规划理念，将楼耳墙、广绣、粤剧等岭南文化符号融入建筑景观与消费场景，既落实了《粤港澳大湾区发展规划纲要》“共建人文湾区”的要求，又以沉浸式体验激活了《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》中“文化新体验”的部署。

这类空间打破了传统商业同质化困局，依托生态美学营造“城市会客厅”，既提升了湾区城市群“推窗见绿、漫步品文”的宜居形象，又通过非遗工坊、文化快闪等业态吸引了游客深度体验在地文化，形成“以商彰文、以文促旅”的良性循环。在广东打造“世界级旅游目的地”的进程中，公园式商场正以“生态+文化”双IP构建城市魅力增长极，成为践行“绿水青山就是金山银山”理念、推动文旅消费升级的鲜活样本。

羊城晚报：您认为“公园式商场”的未来发展有何建议？

李军：在广东推动高质量发展和粤港澳大湾区“人文湾区”建设的背景下，“公园式商场”发展可立足三方面创新：一是规划融合岭南生态智慧，借鉴广府园林“庭园共生”理念，利用骑楼风雨廊、立体绿化、循环水景等元素，结合《广东省绿色建筑条例》要求，打造“会呼吸”的商业空间；二是模式注入湾区创新基因，依托前海、南沙等自贸区的政策优势，开发“生态+科技”沉浸式消费，如AR导览岭南植物园、数字非遗工坊等，同步联动“粤夜粤美”夜间经济带，培育商旅文体融合新场景；三是文化激活广府记忆符号，通过嵌入楼耳墙造型艺术馆、粤剧快闪舞台、老字号茶楼非遗体验区，将十三行商贸文化、醒狮精神等转化为特色IP，既能彰显《岭南文化传承发展条例》精髓，又可以“见山望水忆乡愁”的湾区情怀，打造“世界级旅游目的地”的文旅消费新名片。



广州融创文旅城

一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 黎存根

报告

旅游业高质量发展，要加快建设一批世界级旅游目的地

日前，中国旅游研究院课题组发布《中国旅游景区度假区发展报告（2024-2025）》。中国旅游研究院院长戴斌指出，在中国式现代化进程中，要着力完善现代旅游业体系，加快建设旅游强国，要加快建设一批世界级旅游目的地，以及与之相适应的旅游景区、度假区、城市、街区、线路、企业和推广体系。打造全球影响力的世界级旅游线路和旅游产品以及国际竞争力的世界一流旅游企业和服务品牌，形成完备的现代化治理体系和治理能力。

节庆

广西三月三文旅订单火爆，同比上涨167%

3月中旬以来，在网络平台上，“广西三月三”搜索量同比上涨402%。有网络平台的数据显示，“广西三月三”期间文旅订单增速同比上涨167%。

除广西本土景区、广州、深圳、北京、佛山、长沙等异地游客喜欢搜索“广西三月三”。多家旅行社都把适宜三月三出游的1到3日线路作为主打。南宁市朝阳商圈多家酒店工作人员都表示餐饮、客房预订持续增加。

新政

国家出台若干措施优化离境退税服务

3月26日，国务院办公厅转发商务部《关于支持国际消费中心城市培育建设的若干措施》，明确将加快市内免税店建设运营，推动已获批准免税店尽快开业，并支持国货“潮品”进入市内及口岸出境免税店销售。

《措施》同时提出加强离境退税政策推广，扩大退税商店覆盖面，打造特色退税街区。政策还要求优化退税商品供给，简化“即买即退”流程，全面提升境外旅客购物体验。

航线

国产大飞机C919执飞西安、广州直达往返航线



3月30日开始执行的2025年夏秋航季中，国产大飞机C919将执飞西安、广州直达往返航线。

西安、广州直达往返航线，是国产大飞机C919继执行西安咸阳至北京大兴、西安咸阳至上海虹桥两条直达往返航线后，由这种机型执飞的另一条国内主要城市间航线。

殊荣

瑰丽酒店集团荣获全球永续旅游（GSTC）认证

瑰丽酒店集团近日获得由全球永续旅游委员会（GSTC）认可的认证机构必维国际检验集团（Bureau Veritas）颁发多地可持续发展认证，涵盖集团旗下三大品牌：瑰丽酒店、新世界酒店及度假村和Carlyle & Co.俱乐部共计47间物业。其中，集团旗下12间酒店更荣膺其所在国家的首批GSTC认证酒店。全球可持续旅游委员会首席执行官Randy Durband先生表示：这项殊荣标志着酒店在可持续发展承诺的最高认可。

提醒

贵州毕节机场将暂停所有航线航班100天

3月25日，毕节市文化旅游集团飞雄机场公司发布公告，因毕节飞雄机场改扩建工程即将进入跑道延长施工阶段，计划从2025年4月4日零时起停止航班运营，开展为期约100天的无航班计划施工，其期间所有航线航班暂停运营，预计于7月中旬复航（具体复航时间将根据施工进度和安全评估情况确定，并提前通知）。

保障

缅甸地震，中国多家旅游OTA平台启动保障

3月28日，缅甸发生大地震。针对缅甸地震可能造成的影响，中国多家旅游OTA平台启动保障。携程SOS平台已启动收集受灾用户需求，并已开启兜底保障，携程联合商家一起为需要退订的用户承担退订损失。针对2025年3月28日至2025年4月4日出发或返程，抵离地为缅甸的所有旅游订单，启动重大灾害旅游体验保障措施，视影响情况为用户提供变更或取消方案。

入住日期为2025年3月28日至2025年4月4日的泰国、缅甸、老挝和中国云南瑞丽酒店订单，去哪儿已开启兜底保障措施，用户可免费申请取消。同时，去哪儿将密切关注航空公司退改政策，严格按照要求为广大用户办理退改服务。

图受访者提供（另署名除外）
羊城晚报记者 刘星彤 实习生 朱玺文



■旅游风向

主理人经济能重塑文商旅生态吗？

文/羊城晚报记者 黎存根 实习生 朱玺文 图/主办方提供

大学生打造主理人经济微报告，解码趋势

主理人作为潮流品牌的主脑领航者，“主理人经济”以其个性开放等特征，逐步成为新一代消费群体的偏爱。主理人品牌市场业态火爆背后，也引发文旅业界思考主理人经济从何源起，它又以何种方式与文旅有机融合，相互赋能。

沙龙活动中，“广东文旅兴趣营研究”主理人唐佳正分享了一份“主理人经济”微报告。据介绍，2025年1月至3月，由大学生结伴组成的“广东文旅兴趣营Z研究”团队实地调研了广州一方东山、VLAB 翌方181、顺德和创基金、文化落脚青年组、重庆下浩里、成都麓湖社区等项目及平台，采访了文旅咨询专家、西樵山书院相关负责人、创意园区相关负责人，梳理总结出“主理人经济”的脉络特征、文旅应用、运转逻辑与未来趋势。

微报告通过对主理人经济案例的解读和城市主理人生态的拆解，结合青年学子的观察，探讨了主理人经济的发展现状以及困境。他分享道：“主理人经济的发展是一个需要时间的过

程，具有非线性的规模增长特征，需要秉持长期主义精神来培育主理人生态。”唐佳正介绍，情绪消费市场崛起，越来越多的消费需求从物质满足转向情感体验，追求独特性与故事性，而主理人品牌注重的场景化、个性化恰恰能满足情绪消费的需求。

在他看来，文旅产业和主理人经济，“归根到底，都是做人的生意。”现在，文旅产业告别“唯资源论”时代，进入“产品场景融合发展”阶段，从景观消费到精神共享，“情绪价值、满足人性”愈发成为文旅工作的第一性。而主理人传递出的“与我有关”产品，恰恰因为内容相契、场景相融，成为文旅最好的产品。他说，从经济形态的角度来看，“文旅”是对主理人经济的一种引导，主理人经济要做的是一种有人情味、有特色、有文化的生意；从文旅产业的角度来看，主理人经济是“文旅”的一种体验形式，它能带来拥有价值主张、提供情绪价值、满足身心愉悦的文旅产品。

“主理人”引发“文旅商”跨界对话，预见未来

“主理人经济”的热潮，预示着先锋

众多主理人参与的疗愈生活节现场

理念与商业基因深度耦合，让文旅产业格局与创变思维共振重构。

在沙龙主题分享环节，VLAB 创智未来品牌主理人郑子斐分享了“主理人社区的共创实践与思考”。她以园区内的特色餐饮、文创、戏剧工坊等业态为例，分享了园区从“年轻力内容”出发，与主理人同频共振、在活动中创造链接的故事，提出她对主理人经济的思考，并分享了在主理人营造开放、多元、包容的氛围。

九方印集团副总裁叶瑞立带来了“米谷生活的人文商业探索”主题分享，他从“书店+X”商业模式产生的大背景出发，娓娓道来，细致地解读了该创新模式对空间、内容和商业的赋能效应。他将米谷书店定位为“一个知识分享与艺术疗愈的生活方式体验第三空间”，并分享了在实践中探索出的“图书+消费业态+空间场景服务+IP赋能”的空间生态模式。

在圆桌交流环节，清华大学文化创意发展研究院智库专家、千灯湖主理人学院常务副院长洪涛，华南师范大学旅

游管理学院副教授钟迪茜，广州弥思远咨询公司产业策划总顾问程芳芳，遇趣文化联合创始人罗莎莎围绕“‘文旅+疗愈’跨界融合与未来趋势”，从“‘文旅+疗愈’的融合模式、发展前景和主理人特质等角度探讨了‘文旅+疗愈’的产业性和跨界融合等话题。

洪涛提出，主理人经济的核心是人文价值、情绪价值和金融价值的回归，主理人商业的本质是“非标前台的标准化后台”，即一店一策。

钟迪茜认为，“‘文旅+疗愈’并非简单的两者相加，而是互相增强的关系。当提及给文旅创业青年的建议时，她鼓励同学们要充分释放个性，同时兼顾管理思维和资源整合能力。

程芳芳提出在特定的场域和空间中，需要匹配特定的疗愈方式。她建议同学们要放大个人优势，充分整合资源，将失败中的经验化为成长的养分。

罗莎莎认为主理人是在地文化生灵的转译者，主理人经济是“小而美”业态的觉醒浪潮，并提出将疗愈融入日常生活，唤醒大众对于生活的热爱。



广东文旅兴趣营