游历资本：旅游业高质量发展的新理念

宋昌耀　姚雨辰　毛春艳

在国民消费结构转型升级的趋势下，消费者对精神文化的诉求日益凸显，旅游消费正由规模扩张向品质提升转变，成为满足人民美好生活需要、服务国家发展战略的重要支撑[1]。游客对体验品质与文化内涵提出了更高要求，浅层次的观光游览已难以满足日益挑剔的市场需求。为此，旅游业需要探索以人为核心、以深度体验为路径的高质量发展新范式，构建具有持续成长性的新型增长曲线。在此背景下，游历资本作为一种倡导旅游者消费质量以及旅游业内在价值的新理念应运而生，旅游者游历资本的生成和积累正是实现优质旅游消费和旅游业高质量发展的重要抓手。

一、游历资本的提出背景与内涵

在建设学习型社会和提升文化软实力的背景下，人们越来越认识到旅游不仅是休闲，更是一种面向自我成长的长期投资[2]，因而对在旅游中情景化、沉浸式学习产生了更高追求，更加期待通过旅游活动拓展知识边界、增强实践技能、提升审美能力与文化理解力。在这种从观光走向体验、从游览迈向成长的转变中，旅游的意义和价值被重新塑造。旅游活动不再只是简单的空间位移，而是成为个体拓展认知与积累能力的途径；不再是单纯的消费行为，而是成为连接个体发展与社会进步的桥梁。因此，旅游业呼唤一种新型发展理念，以解释这种旅游活动的价值创造逻辑。

游历资本的提出正是对这一时代需求的积极回应。游历资本是指个体在旅游活动中所获得的知识和能力的总和。它强调在非惯常情境下，个体通过与新环境、新文化、新社群的真实互动，实现视野拓宽、知识深化以及能力提升。游历资本的积累是个体对旅游经历进行反思与整合，进而将其内化为可随身携带、持续增值的素质资本的动态过程。

作为一种在真实情景中通过体验积累、内化于个体并动态增长的无形资本，游历资本是在旅游过程中不断积累和沉淀的知识和能力。这种知识和能力不仅有助于个人综合素质的全面提升，增强其在不确定环境中的适应力与创造力，也契合国家发展战略下国民素养提升和文化软实力增强的内在要求，从而为整个社会的可持续发展注入源自个体层面的智慧与动力。

从个体成长视角看，游历资本并非静态的存量，而是伴随每一次高质量旅游活动不断演化和丰富的增量。游历资本的价值不仅体现在个体在旅游过程中实现知识和能力的积累，更在于它能迁移至个人的工作、学习与社交等生活场景，转化为解决实际问题的能力。从宏观视角看，全体国民游历资本的广泛积累与增值，关乎国家人才发展战略与人的全面发展。当越来越多的游客通过高质量的旅游活动拓展视野、提升素养、增强文化认同[3]，国民素质和人类发展指数也将实现跃升。因此，游历资本的积累实质上是以个体赋能的形式推动社会整体能力提升的过程，能够有效促进旅游业高质量发展，为实现人与社会共同发展的现代化目标注入持续动能。

二、以游历资本理念突破旅游业发展瓶颈

游历资本理念的深层意义，在于它将旅游从一种基于空间移动的消费行为，重新定义为实现自我延伸的发展过程。在这一理念指导下，成功的文旅发展不仅要创造经济收益，更要参与人的认知成长过程；不仅要满足即时的体验需求，更要构建可随时间沉淀的价值体系。这种以人的价值增长为核心的产业逻辑，正是文旅领域突破当前发展瓶颈、实现转型升级的有效路径。

当前，我国旅游业正处在从高速度增长迈向高质量发展的关键转型期[4]，面临消费转化效率趋缓、情绪体验深度不足、文化资源转化不充分等挑战。这些问题的核心原因在于，旅游投资与开发模式仍停留

在对资源、人流和场景的浅层挖掘，未能将旅游过程中所涉及的资源有效转化为游客可携带、可累积的长期价值。要突破这一瓶颈，亟需坚持游历资本理念、将游客的瞬时体验转化为持续价值，从而重构旅游业发展路径。

在消费转化方面，传统依赖流量规模与门票收入的发展路径已面临增长极限[5]。游历资本理念下的旅游消费并非一次性的交易行为，而是一种指向未来的储蓄与投资。在这一视角下，旅游供给的核心任务不再是提供短暂的娱乐服务，而是构建系统性的知识内容体系。当游客意识到每一次旅游都在拓宽视野、积累知识、深化认知时，消费逻辑便自然而然地从价格敏感转向价值认同。这会推动旅游业从追求规模扩张转向构建持续的价值循环，形成以游客全面而长期的成长为核心的发展路径。

在体验构建方面，当前旅游产品普遍面临“有意思”与“有意义”之间的矛盾[6]。游历资本理念为解决这一问题提供了新的思路，它将情感体验与认知提升视为可共同积累的资本。因此，优质旅游产品不仅应当给游客带来当下的愉悦感，更应通过知识嵌入、情境启发与意义联结，使游客在情感共鸣的同时获得认知上的拓展与重构。游历资本理念强调将旅游从浅层娱乐活动升华为一种具有成长属性的深度体验，从而在“有意思”的旅游和“有意义”的旅游之间实现平衡。

在文旅融合方面，长期以来文化资源与旅游体验之间存在形合神离的困境[7]，其根本原因在于缺乏将文化内涵转化为游客可感知、可吸收、可内化价值的系统路径。游历资本理念强调文化资源的旅游化利用、文化资本的多途径转化，是文化资源与旅游产业实现价值共生与深度融合的关键枢纽。在游历资本理念下，文化资源不再局限于物质存续，而是强调精神价值的当代表达；旅游投资与开发也不再停留于空间利用，而是致力于构建具有文化深度与成长意义的体验场景。

三、构建以游历资本为核心的旅游业高质量发展路径

游历资本理念的深化与实践，要求旅游业实现从表层服务到深层赋能的系统性重构。新时期的旅游业高质量发展，应立足于将游历资本理念从理论概念落实为可操作的实践举措，将旅游全过程转化为游历资本的生成、积累与转化通道，为旅游业转型升级、提质增效提供坚实支撑。

第一，积极转变旅游者角色，从消费者转向主动投资者。在旅游业高质量发展阶段，旅游者的角色应实现根本性转变，要从追求短暂愉悦的被动消费者转变为以提升个人游历资本为目标的主动投资者[8]。引导旅游者在行前基于自身的兴趣领域与知识结构进行主题性、研究式的规划，将旅游目的地视为一个动态的、待探索的知识场域，而非静态的景点集合。促进游客在旅游过程中主动寻求与当地文化、历史和环境的深度互动，通过提问、反思和记录，将外在的体验内化为个人的认知拓展与情感储备。鼓励游客在游后阶段通过系统整理游记、分享见解或进行创作，完成对游历资本的固化，使碎片化的体验感受升华为结构化的知识资产。

第二，重构旅游产品开发逻辑，构建游历资本提升路径。为适应旅游者角色的转变，旅游产品的开发逻辑应从提供标准化服务转向为旅游者提供清晰的游历资本提升路径。旅游产品体系要超越传统“食住行游购娱”的要素组合逻辑，转化成为一个引导游客进行沉浸式、主动性学习和成长的赋能场景。旅游目的地的产品设计应超越简单的符号呈现与景观展示，致力于引导旅游者从表面的“看到”深化为深层的“知道”与“听懂”，从而实现文化意义的有效传递与内在转化[9]。为此，旅游企业应深入理解不同游客群体的知识需求与认知水平，构建具有多重进阶的体验模块，将知识获取、实践应用与反思创造紧密结合，使旅游产品成为游客积累游历资本的催化剂，赋予旅游产品以教育功能和成长价值。

第三，拓展旅游目的地功能，打造游历资本积累平台。旅游目的地应从观光消费场所转型为支撑旅游者知识学习和游历资本积累的平台[10]。这一转变要求旅游目的地系统性地整合其文旅资源与知识资源，建设支持情境学习、知识互动和价值转化的生态系统。为此，旅游目的地应积极培育和引导本地学者、乡贤名人和非遗传承人等，构建集信息、空间、活动与人力于一体的支撑系统，为知识传播者与旅游消费者提供交流场景，真正创造出激发持续学习、促进价值转化的场域，从而提升旅游目的地市场竞争力和可持续发展能力。

游历资本理念的提出，有助于推动旅游业的价值核心从外在的景观服务转向促进内在的个体成长，驱动产业角色从被动的服务提供者转变为主动的成长赋能者。它使旅游不再仅仅是经济增长的工具或闲暇的消遣方式，而成(下转第 14 页)

里面的东西也随之易主，先进同志的那份家书再也没有找到，之后的十多年，先进局长从没提起过那份家书的事儿。

送走老人家之后，我去看望夫人李佩芳阿姨，谈话间，我提到了那封家书，提到了“是我耽误了你妈妈”那句话。佩芳阿姨说，她“从没有看到过那封家书，也从来没有听到老头儿说过那句话”。佩芳阿姨信誓旦旦，满含深情：“这辈子，家里的事儿我从来没有让他操过心！”

“我们一共搬过 8 次家，从杭州到北京，从北京到吉林省集安县、通辽县、哲里木盟、吉林市、通化市，再到吉林市、再到北京，每次搬家都是我自己收拾、打包、装箱，单位的同志帮忙，每一次都把我累得够呛。此外，家里装修、家具添置，也都是我自己干，连孩子们也很少用。”

“我们四个孩子，俩闺女、俩儿子，从小到大，入托上学，工作结婚，一个一个，都是我的事儿。大儿子结婚，送给小两口每人一辆自行车；二儿子结婚，是他们自己在深圳办的，我们都没有去；大女儿结婚，小女儿结婚，他们自己做了一桌菜，我们去吃了顿饭。就这么简简单单。”

“我对孩子要求很严，自从王先进当了县委书记以后，孩子上学在家长一栏里一直就是填‘革命干部’，不许填工作职务。要求孩子低调做人、扎实做事。孩子大了，工作都是靠自己努力。小儿子王京涛退伍回来，有单位高薪来挖，我们不接受，按照组织安排去储蓄所当了一名普通储蓄员。到现在，几个孩子在深圳、珠海，也都是普普通通的工作。但是，我们心里踏实。”

“我这样做，目的就是支持王先进好好地、集中精力地为党和人民做事情，同时，不让老百姓背后戳他的脊梁骨。我作为一个普通百姓，经常听到一些领导干部被群众议论，有的话说得很难听，我们不想这样。有些传说王先进有多少房子、多少地，当然，作为中国管土地的最大的官，弄点地、弄点房子不成问题，但是，我也可以告诉你忠勤，至今，王先进没有一平方米自己的房子。我们住的房子只有使用权，没有所有权。当时给了一大一小两套房子，房改时，我还把 80 多平方米的小套房子交了，别人都没有交，留给孩子们住。我就想，我的孩子既然不在身边，留着用处不大，就交了。其实孩子们经常回来看望我们，多一套房子总也方便。”

“他在你们面前表扬我，在别人面前表扬我，但是从来没有当面表扬过我。说来你们可能不信，王先进从来没有陪我逛过百货商店，也没有陪我买过东西。我也没有要求过。我就想，家里的事儿我都做完了、做好了，让你好好工作。从这个意义上说，他耽误了我也不是没有道理！”□

（上接第 20 页）为一种旨在丰富人力资本、促进人的全面发展与社会进步的重要实践。这将为新时期旅游业高质量发展奠定坚实的理论基石、开辟充满活力的实践路径。□

参考文献：

[1]厉新建，吴文学，吴金梅，等.学习二十大精神推动中国式旅游现代化[J].旅游导刊，2023,7(04):1−24.

[2]宋昌耀，姚雨辰.学习方式型旅游的内涵、特征与发展[N].中国旅游报，2024−01−17(003).

[3]白长虹，王红玉.旅游式学习：理论回顾与研究议程[J].南开管理评论，2018,21(02):192−198+209.

[4]程玉，杨勇，刘震，等.中国旅游业发展回顾与展望 [J]. 华东经济管理，2020,34(03):1−9.

[5]朱高林.从不平衡到平衡：发挥消费基础性作用的路径分析[J].社会科学，2019,(01):44−54.

[6]宋瑞，张金山，曾博伟，等.推动旅游强国建设的若干重要议题[J].中国生态旅游，2024,14(04):705−720.

[7]厉新建，宋昌耀，殷婷婷.高质量文旅融合发展的学术再思考：难点和路径[J].旅游学刊，2022,37(02):5−6.

[8]白凯，赵振斌，高杨.从快乐论幸福到实现论幸福：构建中国旅游幸福理论自主知识体系 [J]. 旅游学刊，2025,40(07):4−7.

[9]厉新建，宋昌耀.文化和旅游融合高质量发展：逻辑框架与战略重点[J].华中师范大学学报(自然科学版)，2022,56(01):35−42.

[10]宋瑞，保继刚，魏小安，等.旅游强国建设与旅游业高质量发展[J].旅游学刊，2024,39(07):16−27.

作者简介：宋昌耀，北京第二外国语学院旅游科学学院副教授、旅游管理系主任，第八届中国科协青年人才托举工程入选者，研究方向为区域经济与旅游经济；姚雨辰、毛春艳系北京第二外国语学院硕士研究生，研究方向为旅游休闲经济。

基金项目：北京市教育科学规划课题“文旅融合视角下研学旅行教育知识体系构建与实施路径研究”[CIDB23505]；第八届中国科协青年人才托举工程项目“旅游经济与区域发展”[2022QNRC001]。