

高质量发展的长春实践



2025空军航空开放活动和长春航空展吸引近百万人次前来观展。



长拖1958文创园。



长春莲花岛影视城上演精彩演出。

从“工业记忆”到“青春之城”的品牌重塑



工业齿轮的轰鸣沉淀为城市根脉,文旅潮涌的欢腾启青春序章。作为新中国汽车工业、电影事业的摇篮,长春以文旅为笔、创新为墨,将冰雪、生态、历史资源转化为发展动能,完成了从“工业重镇”到“青春之城”的品牌重塑,让“长春就是长春”的城市名片在人文淬炼中焕发崭新光彩。

在全面振兴新突破三年攻坚行动进程中,长春文旅以攻坚之势破局、以创新之策赋能,凭借政策的持续发力、资源的深度激活、产业的跨界融合,实现了从“一季热”到“四季火”、从“文旅+”到“+文旅”、从“景点游”到“全域旅游”的华丽转身,为老工业基地全面振兴注入了澎湃的文旅动能。

攻坚领航

多维蓄力,铺就文旅转型进阶之路

长春文旅市场持续升温,绝非偶然,而是全面振兴新突破三年攻坚行动的必然结果。这一成就得益于政策的有效引领、发展格局的重构,以及对节奏的科学把控。这座城市始终像抓工业、抓投资那样抓文旅,将文旅产业置于全面振兴的核心位置,通过层层递进的决策部署和科学系统战略规划,为转型之路锚定航向。

2023年,长春首次以市委、市政府名义召开文旅产业高质量发展大会,锚定高质量发展,打破传统工业城市的路径依赖,将文旅产业与城市发展同篇谋划,对接省旅游万亿级产业建设,加快构建现代文旅产业体系,形成了全市上下齐抓共管的鲜明导向,为后续发展奠定了坚实基础。

2024年,长春加快建设国家文化和旅游产业高地,繁荣文化事业,壮大文旅产业,不断健全和完善全时全季全域旅游产业链的产业发展格局。持续夯实避暑、冰雪双品牌,着力提高优秀文旅产品供给能力。“都市冰雪”率先发力,全市以全域化、差异化为理念规划建设“一主两新四场十园多点”的冰雪产品体系,构建崭新的城市冰雪版图,2023-2024雪季期间全市接待游客5970.79万人次,同比增长76.02%。“消夏避暑”同样精彩,当年消夏艺术季推出的露营生活、精品演艺、旅游节事、群众文化、体育研学、文旅消费、会展生活等活动内容轮番登台。全年接待国内游客同比增长17%。

2025年,长春在顶层设计上持续加码,明确了“把文旅产业打造成为新的支柱产业”的战略目标,吹响了文旅高质量发展的集结号。“一心一带两翼三线四时”总体格局逐步成型:以新民大街为文旅核心原点,串联伊通河生态文旅廊道,依托长影、一汽、航博城打造西部产业文旅体验区,凭借净月、莲花山等资源构建东部生态文旅休闲带,三条精品线路串联起历史、产业、生态三大文化脉络,“春有繁花秋有月、夏有清凉冬有雪”的四季品牌初显成效,实现了从单点突破到全域布局的转变。

乘势而上、持续发力。2025年10月,国庆、中秋“双节”文旅热潮刚过,第二次文旅产业高质量发展大会随即召开,总结攻坚成效并部署新冰雪季工作,提出“到2030年游客接待量达3.6亿人次、旅游收入突破6000亿元”的长远目标。

三年步履铿锵,长春文旅实现了从战略启动到格局成型、再到全面冲刺的完整攻坚脉络,政策的连续性、部署的系统性、行动的高效性,成为文旅发展的核心制度保障。

破局赋能 多点发力,解锁文旅发展核心密码

如果说政策引领是文旅发展的“定盘星”,那么精准有效具体举措就是激活发展动能的“金钥匙”。三年来,长春聚焦项目建设、业态创新、产业融合、品牌造势等维度,以“钉钉子精神”将战略蓝图转化为现实;让“工业记忆”活起来、“青春元素”火起来,推动文旅产业实现质的飞跃。

项目为王,筑牢产业发展硬支撑。长春坚持“谋划一批、储备一批、建设一批、运营一批”的项目工作机制,以重大项目为牵引,构建起多层次、全覆盖的文旅项目矩阵。三年间,累计推进5000万元以上的文旅项目超200个,计划总投资超1800亿元,形成“建成一个、带动一片”的示范效应。

2025年7月,新民大街历史文化街区焕新开街,140多天的改造打破围墙束缚,释放4.5公顷绿地和13个口袋公园,引入文创、商业、互动演艺等多元业态。周末变身步行街,新民市集里,手作饰品与人潮相映成趣,辐射桂林路、红旗街两大商圈同步升温,让“中国历史文化名街”从“可远观”变为“可亲近”。

这座“青春之城”的魅力远不止于此,一批昔日的工业遗存,也活化成为今日的文旅亮点。长春水文化生态园将老净水厂改造为集生态景观与工业文化展示于一体的地标,老旧厂房变身博物馆,蓄水池化为景观湖、机械零件制成艺术雕塑;长拖1958文创园盘活42万平方米拖拉机厂旧址,红砖厂房变身书店、球馆、餐馆,节假日日均接待游客1.3万人次;一汽红旗文化展馆开放至今接待游客超23万人次,14个工业文化点位串联的文旅线路,让游客近距离感受“国车”发展历程。与此同时,新项目加速落地:筑梦星辰航天科教旅馆、长春莲花岛影视城满足年轻群体个性化需求;华强方特、名家汇科技等龙头企业项目落地赋能;神鹿峰二期、“那有水”商业综合体加快建设,预计新增年接待能力超千万人次,为产业发展注入持久动力。

在业态创新上,长春更注重把握文旅消费年轻化、社交化、体验化的趋势,持续创新文旅业态,推出一批现象级产品,让城市焕发青春活力。长春动植物公园“梦幻西游季”打造的“雪饼猴”IP火爆全网,实现从“网红”到“长红”的跨越;春京西历史文化街区兼具文学与艺术魅力,分区打造了“艺美学·深阅读·慢生活”三大功能板块,2025年打造的持续月余的文学季“春京西戏剧节”春京西京喜非遗跨年夜”等活动引得越来越多的文学爱好者相聚长春;长影旧址博物馆推出沉浸式演出和光影照相馆,让游客穿上影视服装“当主角”,打破博物馆静态参观模式;莲花岛影视城将诗词文化融入冰雪翩翩,推出《抗联抗联》实景剧,以强互动性吸引年轻游客“二刷”“三刷”。

产业融合,拓展文旅发展新边界。长春打破产业壁垒,以“文旅+”为纽带,推动文旅与工业、科技、生态、文化等领域深度融合,催生新业态、新产品、新场景。

“文旅+工业”让硬核产业变网红IP:中国一汽、中车长客等企业推出工业旅游线路,智能工厂成为“风景线”,2024年工业旅游接待量大幅增长;“文旅+科技”让创新成果可感可及:“吉林一号”卫星科普体验区通过VR技术实现“太空漫步”,“一机游长春”平台让预约、导航、消费“一键直达”;“文旅+生态”让绿水青山变金山银山:伊通河、肆季南河、南溪湿地公园串珠成链,构建“水岸联动、城景交融”的生态画卷;“文旅+农业”让乡村焕发新生机,采摘研学、

乡村露营成为周末休闲热门;“文旅+会展”成效显著,中铁·长春博览城打造国际一流会展综合体,展会带动餐饮、住宿等相关产业增长,会展经济成为文旅消费“催化剂”。

品牌造势,擦亮城市名片新形象。长春构建“季季有主题、月月有活动”的品牌推广体系,以核心品牌为牵引,让“长春就是长春”的名片越擦越亮。冰雪节连续获评“全国十大冰雪旅游城市”核心品牌,2025-2026新雪季长春市围绕“学滑雪到长春”“冰雪新天地 粉雪嘉年华”“北国春城粉雪之都”等核心主题,吸引全球游客;消夏艺术季成为北方避暑标杆,22℃的夏天搭配露营、滨水休闲活动,引爆夏季市场;第20届长春电影节遇长影建厂80周年契机,汇聚老中青三代电影人,唤起集体记忆;2025空军航空开放活动和长春航空展吸引近百万名游客奔赴“蓝天之约”。同时,长春深化与抖音、小红书等平台合作,针对长三角、大湾区及东南亚市场定向推广,54路有轨电车文旅专列、“长春礼物”冰雪文创等创新载体,让城市魅力持续破圈。

蝶变跃升 全域焕新,书写振兴发展鲜活答卷

三年攻坚终见成效,长春文旅实现了规模、质量、效益的全方位跃升,不仅成为经济增长的新引擎,更重塑了城市形象、惠及了全体市民,完成了从“工业记忆”到“青春之城”的华丽转身。

数据见证发展跨越:2024年长春接待游客1.72亿人次,旅游总收入3026亿元;2025年全市游客接待量、出游总花费同比分别增长33%和20%,全市文旅产业呈现出蓬勃兴旺的发展势头。

文旅消费的火爆直接带动关联产业发展,2024年社会消费品零售总额中文旅相关消费占比超40%,演唱会、音乐节等演出产品数量同比增长6倍,票房收入增长15倍,“流量”成功转化为“留量”和“消费量”。

如今,长春文旅产品结构全方位优化,全域全季格局已然成型。春季踏青赏花、乡村采摘;夏季消夏艺术季、森林康养;秋季红叶观赏、金秋美食;冬季冰雪新天地、瓦萨滑雪节,四季产品各具特色。产品类型多点开花:历史文化类、生态休闲类、潮流时尚类等产品齐聚,满足不同群体消费需求。产业集群加速形成,冰雪、都市休闲、影视动漫三大千亿级产业集群正在培育,东北亚区域旅游集散中心、世界级冰雪旅游和避暑旅游胜地的定位日益清晰。

曾经的“老工业基地”标签,如今被“文旅新城”“网红

城市”“宜居城市”等新标签替代,城市气质更加开放包容。

街头巷尾的网红店铺、随处可见的文创产品、热情好客的市民,让青春气息扑面而来。“这有山”的混搭风格、“那有水”的生态理念、“这有书”的文化氛围,传递出真实鲜活的城市魅力;“吉林大学杏花文化节”、机器人冰雪趣味赛、“街BA”等活动为长春标记更多的“青春符号”。越来越多的年轻人选择来长春旅游、工作、生活,城市人口结构持续优化。长春先后获评“2023避暑旅游优选地”“全国十大冰雪旅游城市”,成为全国唯一拥有两个国家级文化产业示范园区的省会城市,“亲民好客、包容大气”的城市形象深入人心。

文旅发展最终惠及市民,三年间城市公共空间焕然一新,新民大街、人民广场变身日常休闲“后花园”,700多公里绿道、人均14.17平方米公园绿地,让市民推窗见绿。文旅惠民落地见效,2024年举办各类惠民活动近4000场次,参与群众超430万人次,博物馆、纪念馆免费开放,非遗体验、研学课程走进社区校园。

市民的城市自豪感显著提升,越来越多的人主动成为城市“代言人”,向外界推介家乡美景美食,形成“城市发展、市民受益、全民参与”的良性循环。

从工业齿轮的轰鸣到文旅潮涌的欢腾,从“工业记忆”的沉淀到“青春之城”的绽放,长春用三年时间书写了老工业基地文旅振兴的精彩答卷。成绩的进发,是政策引领与市场活力共振的结果,也是资源禀赋与创新思维碰撞的结晶。

站在“十五五”开局的关键节点,长春将深化“一心一带两翼三线四时”总体格局,持续推动文旅产业高质量发展。未来的长春,必将以更具魅力的“青春之城”形象,吸引世界目光,让工业底蕴与青春活力持续碰撞,让文旅之花在全面振兴的沃土上愈发绚烂,为中国式现代化长春实践注入不竭的文旅动能。



▲焕新升级后的新民大街。



◀长春动植物公园。

振兴突破正当时