

新京报网红城市潜力报告系列·2026暑期篇

治愈中国

寻找夏日的治愈型城市

新京报

新京智库



广告与品牌学院
School of Advertising
& Branding

INSTITUTE OF
BRAND AND
COMMUNICATION
STUDIES
中国传媒大学
区域品牌与传播研究院



目 录

第一章	序言	1
1.1	报告背景与目的	1
1.2	研究方法概要	2
1.3	城市样本与数据来源	4
1.4	报告核心洞察	5
第二章	游愈风尚：从“观光”到“生活”的深度疗愈	8
2.1	游愈是什么	8
2.2	为什么是现在	10
2.3	游愈的五个面向	13
第三章	游愈榜：中国城市的治愈力版图	18
3.1	指标体系概览	18
3.2	大城市榜：二线城市的治愈力结构	18
3.3	中等城市榜：精神维度与文化参与拉开真正的差距	23
3.4	小城市榜：自然禀赋的压倒性优势与西南集群	29
3.5	维度冠军：每个维度最强的城市说明了什么	34
3.6	游愈的空间密码：治愈力的地理分布	38
3.7	治愈型城市的类型学：五种游愈人格	40
第四章	建议：给城市的游愈行动指南	45
4.1	气候生态型城市：从“有风景”转向“有生活”	45
4.2	文化富集型城市：从“文化展示”转向“文化润心”	46
4.3	主观感知偏低型城市：从“有资源”转向“有感受”	47
4.4	主观感知偏高型城市：从“流量触达”转向“体验兑现”	47
4.5	旅居转型型城市：从“游客短停”转向“长期度假”	48

4.6 对所有城市的共同底线.....	49
报告说明	51

图表目录

图 1：游愈指数整体框架..... 3

图 2：传统旅游与游愈的对比..... 8

图 3：四股力量推动“游愈”市场的发展..... 13

图 4：游愈体验的五个相互关联面向..... 16

图 5：2026 暑期大城市游愈指数 TOP20..... 19

图 6：2026 暑期中等城市游愈指数 TOP20..... 24

图 7：2026 暑期小城市游愈指数 TOP20..... 29

图 8：三大榜单中五个维度的代表性城市..... 34

图 9：游愈城市分布的五大区域..... 38

第一章 序言

1.1 报告背景与目的

文化和旅游部《2025 年文化和旅游发展统计公报》数据显示，2025 年，中国国内旅游人次达到 65.22 亿，旅游总花费升至 6.30 万亿元。在这个全球最大的国内旅游市场中，一场静默的结构性变化正在发生：越来越多的旅行者不再满足于“看见风景”，而是希望在目的地“临时居住、持续参与、修复身心、重建日常”。旅游的价值重心，正在从景观转向状态，从观光转向生活，从效率转向恢复。

这不是一个孤立的消费偏好变化。它背后是多组宏观变量的同向叠加：60 岁及以上人口达 3.23 亿，构成旅居养老的人口基座；心理门诊和睡眠门诊已覆盖全国 333 个地级市；工作时长 10 小时以上人群的抑郁风险显著偏高；同时，行业调研显示“松弛疗愈型”旅游偏好已占 21.33%，超过了“打卡集邮式”的 11.43%——旅游消费的审美与价值判断，正在从展示型、证明型消费，转向安静、深度、悦己与自我照料型消费。此外，国务院明确提出“开发旅居养老市场”，文旅部推动沉浸式体验和非遗融合，政策端与需求端开始出现清晰的合流。

正是在这一背景下，“游愈”作为一种新的文旅话语开始在市场和传播端浮现。这并非偶然，它契合今天中国社会大众“爱生活、爱生命、爱生态”的价值取向，体现了中国千年以来“养心养神、身心合一”的传统康养智慧。它不是把“旅游”简单加上“养生”两个字，而是把旅行的中心从景观挪向状态，从观光挪向生活，从效率挪向恢复。

然而，概念的提出只是起点。疗愈已越来越成为旅游的重要功能，但旅游产业的创新性理论和突破性实践与产业运行现实“还处在不同频阶段”，理论创新尚不能引领和支撑产业创新发展，形成了一定的“空窗期”。这意味着，“游愈”需要从感性概念走向可操作、可衡量、可比较的研究框架。

事实上，“游愈”作为文旅传播概念，由中国传媒大学区域品牌与传播研究院在《2026 年文旅传播趋势观察报告》（2026 年 4 月发布）中首次提出，并被列为年度十五大文旅传播趋势之一。该报告指出，游愈类文旅产品正在走红，旅游正从观光打卡升级为身心疗愈的生活体验。

为此，本报告尝试为这一趋势提供量化分析的工具。报告构建了“游愈指数”（Healing Travel Index），从五个维度评估中国城市的“治愈能力”。报告覆盖全国 289 个地级及以上城市。这些城市依据第七次全国人口普查（2020 年）各城市城区常住人口数据，按照国务院《关于调整城市规模划分标准的通知》确定的城市规模等级，将样本城市划分为大城市（城区常住人口 100 万及以上，含超大城市、特大城市、I 型和 II 型大城市）、中等城市（城区常住人口介于 50 万至 100 万之间）、小城市（城区常住人口 50 万以下，含 I 型和 II 型小城市），并相应形成三个榜单（暑期版 TOP20）。游愈指数结合客观环境数据与社交媒体感受数据，既衡量“城市提供了什么样的治愈条件”，也捕捉“到访者实际感受到了什么”。

作为暑期版，本报告聚焦夏季出行场景。气候指标锁定 6—9 月，回应“今年夏天去哪里避暑”“哪些城市夏季最宜居”这类最具时效性的公众需求。我们希望，这份报告能为城市管理者提供游愈发展的坐标参照，为旅行者提供夏日出行的决策依据，也为“游愈”这一新兴领域提供一套可复核、可迭代的研究基础。

需要强调的是，任何指数都是特定框架和方法下的一种评估视角，而非唯一标准。游愈指数的价值不在于给城市排出高下，而在于帮助城市识别自身的治愈能力结构——哪些维度已经形成优势，哪些环节仍有空间，哪些禀赋尚未被充分感知。排名是切入口，城市分析才是目的。

1.2 研究方法概要

本报告的研究方法建立在一个核心判断之上：一座城市是否“治愈”，既取决于它的客观环境禀赋，也取决于到访者的主观感受。因此，我们将客观数据与社交媒体感受数据融合，构建了一套涵盖五个维度的综合评估

体系。

游愈指数以环境心理学中的注意力恢复理论（Attention Restoration Theory, ART）为理论框架。该理论由美国环境心理学家Kaplan夫妇于1989年提出，认为自然环境能通过四种机制恢复人的心理资源：远离日常（Being Away）、柔性吸引（Fascination）、延展感（Extent）和兼容性（Compatibility）。基于这一经典框架以及《2026年文旅传播趋势观察报告》的分析，构建起五个可测量的维度——身心疗愈感、深度沉浸力、松弛节奏感、参与创造力、情绪自洽力——并为每个维度配置了客观指标（气候、空气、医疗、POI密度、文化遗产等）与主观指标（基于社交媒体内容的放松感、沉浸感、松弛感、参与感、自洽感），合计15个二级指标（大城市版）或16个二级指标（中等城市和小城市版）。



图 1：游愈指数整体框架

在权重设定上，游愈指数采用基于主成分分析（PCA）的客观赋权方法，让数据自身的方差结构决定各指标的相对重要性，避免主观赋权可能带来的偏差。在指标标准化上，统一采用对数标准化方法，有效压缩极端

值的影响，使不同量纲、不同分布的指标具有可比性。

游愈指数按城市规模分为三个榜单：大城市榜（含超大城市、特大城市、I型和II型大城市，共101个）、中等城市榜（109个）、小城市榜（含I型和II型小城市，79个）。分榜排名的原因在于，不同规模的城市面临截然不同的资源约束和发展逻辑——让昆明和林芝在同一个排名中竞争，既不公平也缺乏解释力。

1.3 城市样本与数据来源

城市样本。本报告以全国333个地级及以上行政区划为基础框架，筛选2025年GDP达到千亿元以上的城市作为主体样本。同时，考虑到部分城市虽未达到上述经济门槛，但在相关领域已形成较高市场热度和社会关注度，我们将其一并纳入。经此筛选，最终样本覆盖289个城市（大城市101个、中等城市109个、小城市79个）。

数据来源。本报告使用的数据来源包括以下几类：

1. 气候数据：中国气象局2018—2023年地级市逐月平均气温数据，取六年均值计算暑期（6—9月）气候舒适度指标。
2. 环境与城建数据：《中国城市统计年鉴》2025年版（常住人口、PM2.5、空气优良天数占比、医院数与床位数等）、《中国城市建设统计年鉴》（城区面积（2022年版）、人均公园绿地（2024年版）），以及根据公开信息整理各城市森林覆盖率数据（部分城市为林木覆盖率）。
3. POI数据：通过高德地图API接口统计289个城市的茶馆、寺庙道观、美术馆、博物馆、图书馆等兴趣点，所有POI密度指标均采用“每百万人”口径。
4. 文化遗产数据：国家级非物质文化遗产项目名录、全国重点文物保护单位名录（截至最新批次）。
5. 商业数据：通过第三方消费平台提供的连锁餐饮门店数据，用于评估城市商业化程度，主要涉及星巴克、瑞幸、蜜雪冰城以及快餐类门店等。相关指标均采用“每百万人”口径。

6. 社交媒体数据：通过第三方平台采集社交平台上过去一年内的游愈相关内容（关键词：治愈、逃离、发呆、慢生活等），覆盖 289 个城市，用于计算各城市在五个维度上的主观感受得分。KOL 判定采用基于第三方平台内置的 KOL 级别字段（初级达人+腰部达人+头部达人+明星）。数据采集时间为 2026 年 6 月。

数据清洗与标注：使用 AI 大模型对社交媒体内容进行数据清洗，排除营销广告类数据，在此基础上进行内容的多维度标注，包括放松感、沉浸感、松弛感、参与感、自洽感等游愈维度。

本报告的研究过程中，文化和旅游部科技教育司原司长孙若风、中国电子商会数字文旅专委会理事长信宏业、北京交通大学旅游管理系教授张辉以及中国传媒大学区域品牌与传播研究院副院长张婷婷四位专家接受了专访，从概念辨析、产业判断、传播逻辑和学术坐标等不同角度为报告提供了宝贵的思路支撑，在此一并致谢。

1.4 报告核心洞察

洞察一：治愈力与城市规模呈现结构性的反向关系。

在大城市榜中，II 型大城市（城区人口 100 万—300 万）对一线和新一线城市形成了系统性优势。北京、上海、广州、深圳四座一线城市均未进入 TOP20。这不是因为大城市“不治愈”，而是因为游愈指数的五个恢复性维度中，有三个——身心疗愈感、松弛节奏感、情绪自洽力——天然倾向于中等规模、低密度、生态良好的城市。城市越大，越难在这三个维度上获得高分。杭州是唯一进入 TOP20 的特大城市，靠的是西湖和湿地在高度城市化环境中保留了罕见的慢空间嵌入度。

洞察二：几乎没有城市能在多个维度上同时领先——治愈力的本质是“偏科”。

五个维度各有各的地理和资源逻辑：身心疗愈感和松弛节奏感的最高分多来自北方或低密度城市，深度沉浸力的最高分来自自然景观极致或精神场域强大的城市，参与创造力的最高分集中在文化遗产富集区，情绪自

治愈的最高分被宗教文化名城所垄断。唯一的例外是拉萨和林芝——两座藏地城市各自在所属榜单中同时占据了深度沉浸力和情绪自洽力两个维度的最高分，但这种“双维领先”在其他城市中没有出现。这意味着，每座城市都需要从自身最强的维度出发寻找差异化定位，而不必追求在所有维度上做到最好。

洞察三：松弛感是五个维度中最难“建设”的，它某种意义上是“反发展”的。

松弛节奏感与城市规模的负相关最为显著——城区人口密度越低、商业化程度越轻、步行尺度越友好的城市，松弛感得分越高。这个维度不是增加一个设施或举办一场活动就能提升的，它是城市长期发展路径的累积结果。一座城市如果已经高度商业化和高密度化，很难在不改变基本空间格局的情况下显著提升松弛感。这也解释了为什么一线城市在这个维度上系统性落后——松弛感的前提是城市没有被过度开发。

洞察四：中国的治愈力在空间上高度集中，形成了五条可辨识的“游愈高地”。

西南高原带是全国治愈力密度最高的区域，仅云南和四川两省就占了小城市 TOP20 的 40%。浙闽沿海带是东部最具治愈力的城市群，两省在三个榜单中合计 13 座城市进入各自赛道前列，而且浙闽带的优势不靠极端的气候或高原风光，而是以“五维均衡”取胜——这是一个值得关注的发现。此外，北方避暑带、山西文化带和河西走廊带各自代表了不同的治愈力形成逻辑。与之形成对照的是，长三角核心区和珠三角几乎没有城市进入各自赛道 TOP20——这意味着这些区域居民的游愈出行更可能是向外辐射的，周边的丽水、黄山、景德镇、韶关等正在成为大城市群的“游愈飞地”。

洞察五：“有文化遗产”不等于“有治愈体验”——从文化展示到文化润心之间存在显著落差。

山西是全国重点文物保护单位数量最多的省份，在三个榜单中贡献了多个 TOP20 席位，参与创造力维度得分突出。但山西城市群的深度沉浸力维度普遍偏低。这一发现提示：文化资源的存量和游客能否在其中获得沉浸式治愈体验之间，存在一个尚未被充分打通的转化环节。景德镇提供了一个对照样本——它的参与力不仅来自历史积淀，更来自遍布老城区的开放式手作工作室和持续涌入的青年创作者所构成的活的创意生态。

洞察六：客观条件与主观感知之间存在系统性错位——有些城市“治愈了但没人知道”，有些城市“被谈论得多但体验未必跟得上”。

游愈指数同时纳入了客观环境数据和社交媒体主观感受数据。将两类数据分开审视，可以发现部分城市存在明显的“客观—主观落差”：有些城市气候、空气、生态、文化遗产等客观条件优秀，但社交媒体上的放松感、沉浸感等主观表达不突出——这类城市的短板不在硬件，而在“被看见”和“被讲述”。反过来，也有些城市因短期内容热度而获得较高主观评价，但客观维度的支撑尚不充分——这类城市需要在热度窗口期内抓紧补齐实际体验品质。

洞察七：均衡本身就是一种强大的竞争力——不必在任何维度上做到极致。

绍兴和黄山是两个很有说明力的案例。绍兴在大城市 TOP20 中排名第 2，但它没有任何一个维度是全国最高的；黄山在小城市榜排名第 2，五维得分是所有城市样本中最均衡的之一。两座城市的共同特征是：没有极端突出的单项冠军，但也没有明显短板，五个维度之间形成了相互支撑的结构。这提示一个重要判断：游愈竞争力的核心往往不是某个维度的极端值，而是五维之间的均衡与兼容。

第二章 游愈风尚：从“观光”到“生活”的深度疗愈

2.1 游愈是什么

过去三十年间，中国旅游业经历了一条清晰的演进轨迹：从“去没去过”到“拍没拍到”，从“看了多少景点”到“发了多少朋友圈”。但当65亿人次的出游规模已经成为常态，当高铁和自驾让大多数目的地变得触手可及，旅行者开始追问一个更深层的问题——我为什么出发？我到了之后，想获得什么？

越来越多人的答案不再是“风景”，而是“状态”，不是“打卡证明我来过”，而是“在另一个地方，把自己重新安顿一下”。这种变化，就是“游愈”发生的土壤。



核心动作从“看”转向“在”，消费逻辑从“景观差异”转向“生活质感”

图 2：传统旅游与游愈的对比

“游愈”不是一个新创造的概念，而是对一种已经大规模发生、但尚未被统一命名的消费迁移的辨认与提炼。它可以被理解为一种恢复性旅行——旅行的价值生成不只来自风景本身，还来自人与目的地之间的互动结

构：自然环境是否具有恢复性，文化内容是否能形成情感共鸣，活动设计是否慢节奏且可参与，住宿与社区是否让人获得“短暂安住”的感受。

如果将传统旅游与游愈做一个直观对比，它们的差异不在于目的地的远近或价格的高低，而在于旅行的内在逻辑发生了根本转换。传统旅游的核心动作是“看”——看风景、看古迹、看演出，旅行者是外部观察者，行程由景点串联，效率是衡量标准，“走过最多的路、看过最多的景”构成旅行的价值叙事。游愈的核心动作则是“在”——在一个地方慢下来、住进去、参与其中，旅行者从观众变成临时居民，行程由生活节律组织，恢复感而非效率成为衡量标准。传统旅游消费的是“景观差异”，游愈消费的是“生活质感”。传统旅游的商业模式建立在“一次性流量”之上，游愈的商业模式则指向“停留时长、活动参与、社群关系和复购频次”的复合运营。

这种转换并非中国独有。从历史角度看，旅游的疗愈功能自古有之。王羲之在《兰亭集序》中就表达了文人雅士寄情山水、游以养心、览以释怀的精神追求；18世纪英国乡村旅游的兴起，初衷也是消解工业化带来的精神焦虑与生活紧绷，依托自然与乡村旅居修复身心状态。在当代，日本的“森林浴”、北欧的“慢旅行”（slow travel）、东南亚的静修度假（retreat），都是不同文化语境下对恢复性旅行的表达。

但中国语境下的“游愈”有其独特性。中国式疗愈的核心是“生活疗愈”，它根植于中国传统生活美学，无需依托专业设备、付费项目和刻意包装的服务流程，而是在行走、旅居、在地烟火体验中自然生成松弛、治愈、自洽的身心状态。这使得游愈天然适配中国大众“轻量化、高性价比、无负担”的疗愈需求——它不是少数人的精英度假，而是普通游客在旅行中可感知、可体验、可常态化获得的生活体验。

从产业意义上说，“游愈”概念的提出至少完成了三件事：第一，它为旅游业提供了一个关于自身的再定义——回归文旅本源，唤醒旅游内在的疗愈价值。第二，它以疗愈价值赋能全业态旅游，为景区、乡村旅居、民宿、研学、自然旅行、慢行休闲等各类文旅产品提供了统一的升级方向。

第三，它将原本分散的康养旅游、慢旅行、旅居生活、沉浸式体验等业态进行了概念统摄，使之形成价值呼应和场景协同的格局。

需要说明的是，“游愈”并非旅游学术体系中的标准术语，而是一个诞生于传播语境的新概念。从学术角度看，游愈所描述的现象属于“度假旅游”——人们离开城市到山水环境中寻求放空与赋能。从传播角度看，游愈与旅居的关系类似于“特种兵旅行”与一日游的关系——前者是面向公众的传播语言，后者是行业内部的产品分类。

本报告采用“游愈”一词，正是因为它比“度假旅游”或“旅居康养”更能触达大众读者的直觉理解，同时也不妨碍我们在指标体系中采用学术性的分析框架。

2.2 为什么是现在

“游愈”在 2025—2026 年加速浮现，不是因为某个概念突然走红，而是因为四股力量开始同向叠加，形成了结构性的共振。

第一股力量来自需求端：心理恢复需求从私人感受上升为公共议题。

2025 年，国家卫健委明确将 2025—2027 年确定为“儿科和精神卫生服务年”。到 2025 年末，全国 333 个地级市和直辖市 87 个区县均已开设心理门诊和睡眠门诊，服务量较上年分别增长 17% 和 39%。同年推进的全国统一心理援助热线 12356，标志着心理健康服务可及性的显著改善。

这些政策数字的背后，是城市职业人群真实存在的身心恢复需求。《中国国民心理健康发展报告（2023—2024）》基于 17.3 万余份样本的分析指出，工作时长“10 小时以上”组的抑郁风险显著高于其他各组[5]。当“睡眠改善”“情绪舒缓”“焦虑恢复”从模糊的个人感受上升为被数据确认的普遍需求，消费市场也在相应调整供给——助眠客房、森林步道、温泉休养、正念活动和轻医疗咨询等跨界产品正在涌现，游愈型旅行产品正是这一趋势的组成部分。

与此同时，禅修市场的升温提供了另一个观察切口。据行业调研数据，禅修游市场规模从 2019 年的 500 亿元增至 2024 年的 900 亿元。短期禅修班的受众画像揭示出清晰的需求结构：最大一类人群是想要缓解焦虑的

职场人；第二类是借助传统文化智慧寻找方向的中年群体；第三类则有系统性的精神追求。正如一位从业者的观察：“但凡上班能解决问题，上进能解决问题，就不会选择上香。”——这句话虽然调侃，却精准点出了疗愈需求的社会根源。

第二股力量来自消费端：旅游偏好正在发生代际性的重新排序。

环球旅讯研究院发布的《2025—2026 中国旅游消费趋势洞察报告》给出了一组关键数据：在旅行风格偏好中，“松弛疗愈型”以 21.33% 位居首位，“深度沉浸型”占 19.73% 紧随其后，而传统的“打卡集邮式”旅游仅占 11.43%，排在末位。更值得关注的是消费意愿的差异——松弛疗愈型游客是增加旅行预算意愿最强的群体之一，愿意为高品质的住宿、环境和服务付费；而打卡集邮型游客的预算“维持不变”比例在所有类型中最高。

这意味着一个重要的产业信号：传统观光式旅游已面临消费增长瓶颈，而疗愈导向的旅行正在成为驱动旅游消费升级的新引擎。2024 年，全国居民人均教育文化娱乐消费支出达 3189 元，同比增长 9.8%，增速高于居民消费支出整体增速。围绕“去乡村住几天、在自然里慢下来、在地生活和体验”的消费，不再只是零散的文艺偏好，而在向更广泛、更稳定的日常消费迁移。

从学术角度看，这种消费偏好的迁移与旅游产业的结构转型互为因果。有学者将其概括为“度假旅游时代的到来”：旅行社对旅游市场的组织控制力持续减弱，标志着观光旅游时代进入尾声；“食、住、行、游、购、娱”六要素开始独立化，每一个要素都在发展为独立的消费吸引力；体旅融合、康旅融合、教旅融合等跨界业态的涌现，则在为度假旅游创造新的功能和场景。游愈正是度假旅游时代在传播语境中的一种表达。

第三股力量来自供给端：目的地正在从“有景区”升级为“有生活”。

“游愈”不是一句空洞的口号，它已经在中国的目的地实践中生长出了具体形态。最典型的三条路径分别指向旅居化、青年共创和县域空间再造。

大理是“从旅游到旅居”的标杆样本。2025 年全州旅居接待自然村由上年的 25 个增至 89 个，吸引 273 家旅居企业、49 个合作社落地，长期旅居人口达 44.91 万人。大理的特殊性不只在于苍山洱海的生态环境，更在于它提供了一种可被想象、也能被短期实践的生活方式——古城与乡村并存，咖啡馆、手工、音乐、非标住宿、工作空间、农田与山水结合，游客很容易从“来看看”变成“先住一阵”。

安吉余村代表的是“青年入乡 + 社群运营”模式。“全球合伙人计划”与“青来集”青年社区吸引了 1200 多名青年常态化驻地办公，形成 60 多个合伙人项目。安吉的启示在于，它的“游愈”不是先有客流再有生活，而是通过青年入乡、在地创业、共享居住和活动社群，反向生成了一种能被游客消费、也能被青年长期居住的生活场。

黄山则走出了“县域老空间重构为新生活容器”的路径。2025 年，黄山 3 个数字游民社区吸引 4.5 万人次青年人才来黄旅居创业，预计全年接待数字游民超 1 万人次。黄山正在把“住进徽州”从民宿生意升级为人口流入和轻创业入口，使传统风景区城市转向更完整的旅居型疗愈目的地。

这些样本虽然各不相同，但都在证明一个共同趋势：2025 年的“游愈”目的地，不再是“景区 + 酒店”的平面组合，而是“社区—空间—服务—身份认同”的立体系统。目的地竞争的核心已经从“有没有资源”转向“能不能让人留下来”。

第四股力量来自政策端：多部门政策开始向“游愈”方向合流。

2025 年初，国务院办公厅发布《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》，提出发展避寒避暑旅居、温泉、乡村民宿、沉浸式体验空间等。同年，中共中央、国务院在养老服务改革意见中明确提出“开发旅居养老市场，因地制宜发展康养旅居等新业态”。文旅部持续推动非遗与旅游深度融合、乡村旅游提质增效。云南则把“旅居云南”提升为系统工程，形成了从国家消费政策到地方空间供给的政策接力。

这些来自文旅、养老等不同领域的政策，虽然各有侧重，但正在围绕“慢游、旅居、康养、沉浸体验”逐步形成共同词汇。对行业而言，这意味着“游愈”类项目在融资、用地、品牌传播和跨部门协同上将更容易获

得政策正当性。

四股力量叠加，使得“游愈”已不再是市场端的话语创新，而是推进到了政策端的承认、目的地端的组织化供给，以及平台端的产品化验证。它正在从一种概念，生长为一种结构。



图 3：四股力量推动“游愈”市场的发展

2.3 游愈的五个面向

如果说“游愈”是一种从观光到生活的转型，那么这种转型具体发生在哪些维度上？它不是一个笼统的“松弛感”，而是可以被拆解为五个相互关联、各有侧重的体验面向。

本报告借鉴环境心理学中的注意力恢复理论（ART），将游愈体验结构化为五个维度。ART理论认为，当人长期处于高强度的“定向注意”状态（如工作、通勤、社交应酬），注意力资源会逐步耗竭，而特定的环境能通过四种心理机制帮助人恢复这种资源。我们在此基础上进行了适应性拓展，形成“游愈五维”框架——它既是本报告游愈指数的理论骨架，也是理解当下游愈趋势的一组观察透镜。

面向一：身心疗愈——从日常中抽离 (Being Away)

ART 理论的第一个机制是“远离日常”——物理上离开熟悉的工作与生活环境，心理上获得一种“抽离感”。在游愈语境中，这一面向的核心体验是：到了一个地方，身体放松下来，呼吸慢下来，睡眠变好了。

气候、空气、生态构成了身心疗愈的物理基座。一座城市夏季是否凉爽宜人，空气是否清新，森林覆盖率是否够高，医疗设施是否可及。这些客观条件决定了旅行者能否在生理层面获得真实的恢复感。2025 年，中国旅游研究院的数据显示，省内近程旅游客流占全部国内旅游客流的 73.4%，携程清明周边游订单环比增长 136%，飞猪竹海、草原、森林、景观步道等自然景区门票预订同比增幅均超 100%。这些数字共同指向一个判断：自然环境的恢复性功能，正在成为驱动出行决策的核心变量。

面向二：深度沉浸——被环境之美吸引 (Fascination)

ART 理论的第二个机制是“柔性吸引”——环境中存在某种不需要刻意集中注意力就能吸引人的元素，如流水、落日、古建筑的光影、茶馆里的闲谈。这种吸引是“不费力的注意”，让疲惫的定向注意力得以休息。

在游愈语境中，这一面向对应的是“沉浸感”——旅行者被目的地的自然之美或空间氛围深深吸引，忘记时间，暂时放下手机和日程。茶馆、公园绿地、步行尺度友好的老城区，都是生产沉浸感的典型空间。值得注意的是，沉浸感并不等于“壮观”或“震撼”。一条安静的溪流、一座藏在巷子里的老茶馆、一片可以发呆的湖岸，往往比宏大景观更能触发这种体验。中国传媒大学发布的《2026 年文旅传播趋势观察报告》将“情绪 ROI”列为年度首要趋势，指出年轻人不再追捧拥挤繁琐的传统旅行，转而追求松弛、低耗的情绪体验——这正是对“柔性吸引”在消费端的直接映射。

面向三：松弛节奏——与自身节律兼容 (Compatibility)

ART 理论的第三个机制是“兼容性”——环境提供的节奏与个人内在需求相匹配，人不需要勉强自己去适应环境，而是感到“这个地方适合

我”。

在游愈语境中，松弛感是这一面向的核心体验。它不只是“慢”，而是一种生活节奏上的自洽：不被催促，不被裹挟，可以按照自己的节律吃饭、散步、发呆、工作或社交。城市的人口密度、商业化程度、步行友好性，共同决定了一座城市能否提供这种松弛节奏。携程 2025 年数据显示，

“躺平游”相关搜索同比上涨 50%，30 岁以下年轻群体占比超 70%；在年轻人愿意尝试的旅游方式中，“拼好假旅游，错峰出行”以 54.2% 位居首位，“反向旅游，去冷门目的地”以 43.9% 紧随其后，而传统“特种兵旅游”的接受度仅为 16.7%。这组数据清晰表明，“与自身节律兼容”的松弛目的地，正在取代高效打卡型目的地，成为年轻消费者的主流选择。

面向四：参与创造——在目的地亲身做点什么（Extent）

ART 理论的第四个机制是“延展感”——环境提供了足够丰富的内容和足够大的探索空间，人在其中不会很快感到无聊或受限。

在游愈语境中，我们将这一面向聚焦为“参与感”——旅行者不只是观众，而是在目的地亲身参与了某件事：做了一件陶器，学了一道菜，跟着非遗传承人编了一个竹篮，在社区市集上跟摊主聊了半小时。这种参与不是被动消费，而是主动创造。从产品设计的角度看，游愈产品“无固定业态模板，有清晰价值目标”，即时放松是入门需求，而持续修复与记忆沉淀是高阶价值——高频次、沉浸式的参与体验，能持续强化情绪疗愈效果、深化在地记忆、沉淀精神价值。从数据端看，非遗项目密度、文化遗产密度、公共文化空间的丰富程度，决定了一座城市能否为旅行者提供足够的“可参与内容”。景德镇、泉州、黔东南州这类文化资源密集的城市，天然具有参与创造力维度的优势。

面向五：情绪自洽——获得内心的平静与和解（Self-reconciliation）

这是我们在 ART 理论基础上增加的第五个维度。原始理论侧重认知层面的注意力恢复，但中国语境下的游愈体验还包含一个更深层的精神维度：在旅行中获得某种内心的平静、自我接纳，甚至是与自己和解的感觉。

这种“自洽感”往往与精神性空间有关——寺庙道观的安静氛围、教堂的肃穆、山顶的开阔、独处时的沉思。它与中国传统的“养心养神”文化一脉相承。禅修市场的升温便是这一面向的缩影：从2019年到2024年，禅修游市场规模从500亿元增至900亿元，艾媒咨询2025年调研显示，69.64%的消费者表示去过寺庙，其中19—30岁年轻群体占比达47.57%。这说明精神性疗愈需求不是中老年人的专属，年轻世代同样在寻找精神安顿的空间。

游愈体验的五个相互关联的面向

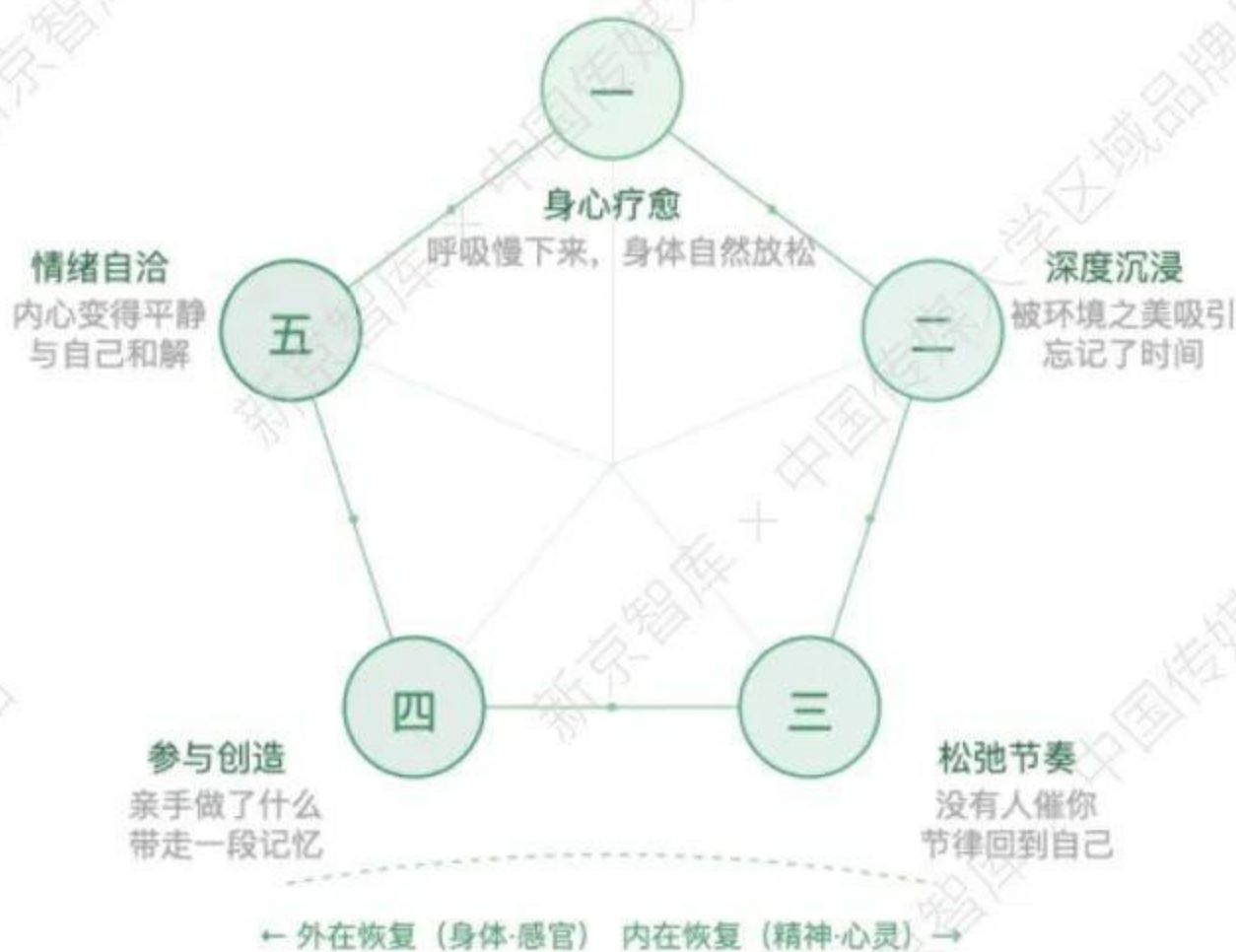


图 4：游愈体验的五个相互关联面向

值得强调的是，这五个面向并非互相排斥，而是经常在同一次旅行中交织出现。一个人可能在大理的洱海边获得身心疗愈（面向一），在古城的咖啡馆被光影吸引而沉浸（面向二），在喜洲的稻田边感受松弛的节奏（面向三），在扎染工坊亲手创作一条围巾（面向四），在崇圣寺的暮鼓声中体会到某种平静（面向五）。正是这五种体验的叠加与融合，构成了完整的“游愈”体验。本报告的游愈指数正是基于这五个面向，为每个面向配置了可量化的客观数据与社交媒体主观感受数据，试图回答一个问题：

在中国 289 个城市中，哪些城市在哪些维度上最具“治愈力”？

第三章 游愈榜：中国城市的治愈力版图

3.1 指标体系概览

游愈指数的指标体系以注意力恢复理论（ART）为骨架，构建了五个一级维度的评估框架。每个维度融合了客观环境数据与社交媒体主观感受数据，试图从“城市提供了什么”和“到访者感受到了什么”两个方向同时逼近“游愈”（治愈力）这一概念。

五个维度分别是：身心疗愈感（气候舒适度、空气生态、身心放松感、医疗可及性）、深度沉浸力（慢空间密度、人均公园绿地、沉浸感）、松弛节奏感（城市规模适宜度、商业过载（仅中小城市版）、松弛感）、参与创造力（非遗传承、文化遗产、公共文化空间、参与感）、情绪自洽力（宗教精神空间、自洽感）。大城市版包含 15 个二级指标，中等城市和小城市版包含 16 个二级指标。

作为暑期版，气候指标聚焦 6—9 月，采用 2018—2023 年六年均值计算夏季舒适度。所有 POI 密度指标采用“每百万人”口径，社交媒体主观数据基于社交平台的游愈内容，经 AI 大模型标注后按城市聚合。

需要特别说明的是，排名反映的是本报告特定指标体系和权重设置下的综合评估结果。城市在不同维度上的表现差异很大，总分排名是五个维度加权综合的结果，某一维度的突出优势可能被另一维度的短板所稀释。因此，相比总分排名，各维度的单项表现和维度结构往往能提供更针对性的参考价值。总分是入口，维度拆解才是分析的重点。

3.2 大城市榜：二线城市的治愈力结构

大城市榜覆盖 101 个城市，主要是在 2020 年第七次人口普查时城区人口在 100 万及以上的城市。

大城市 TOP20 榜单呈现出一个清晰的结构规律：在游愈维度上，II 型大城市（城区人口 100 万—300 万）对一线和新一线城市形成了系统性优势。

这不难理解。游愈指数的五个维度中，有三个天然倾向于中等规模、低密度、生态良好的城市——身心疗愈感受气候和空气质量驱动，松弛节奏感受人口密度和商业化程度影响，情绪自洽力与宗教精神空间的人均密度相关。超大城市在参与创造力维度上有文化资源优势，但在气候、密度和松弛感上的结构性劣势使其综合排名不高。当然，这并不意味着一线城市“不治愈”——它意味着，在本报告衡量的五个恢复性维度上，拥有凉爽夏季、清新空气、适中密度和慢节奏的城市具有先天禀赋。

2026暑期大城市游愈指数TOP20							
注：大城市指城区常住人口在100万及以上的城市（依据第七次全国人口普查数据）							
排名	城市	省份	指数	排名	城市	省份	指数
1	张家口	河北	77.39	11	泉州	福建	74.23
2	绍兴	浙江	77.34	12	温州	浙江	74.08
3	宜昌	湖北	76.29	13	秦皇岛	河北	73.82
4	银川	宁夏	76.22	14	赤峰	内蒙古	73.52
5	遵义	贵州	76.09	15	莆田	福建	72.92
6	十堰	湖北	75.82	16	宜宾	四川	72.71
7	杭州	浙江	75.32	17	泰安	山东	72.11
8	台州	浙江	74.73	18	抚顺	辽宁	71.73
9	长治	山西	74.67	19	昆明	云南	71.60
10	西宁	青海	74.50	20	烟台	山东	71.43

图 5：2026 暑期大城市游愈指数 TOP20

TOP20 的地理分布本身就是一幅值得细读的图景。浙江贡献了 4 个席位（绍兴、杭州、台州、温州），福建 2 个（泉州、莆田），湖北 2 个（宜昌、十堰），山东 2 个（泰安、烟台），河北 2 个（张家口、秦皇岛）。在 TOP20 城市中，杭州是唯一城区常住人口超过 500 万、并按城市规模划分属于特大城市的城市，位列第 7 位。

东南治愈带：浙闽城市的集体浮现

浙江四城和福建两城在 TOP20 中构成了一个值得关注的区域集群。这些城市共享一组不易被单独注意到、但叠加后非常有力的条件：气候温润但不酷热（夏季均温多在 25—28℃ 区间，不如北方凉爽但也不构成不适），

茶馆和慢空间密度在全国处于较高水平，非遗项目和宗教文化资源丰富。

绍兴排名第 2，可能是整个 TOP20 中最能说明“五维综合效应”的城市。绍兴没有极端突出的单一维度——它不是全国最凉爽的城市，也不是非遗密度最高的城市——但它在松弛节奏感上接近满分，身心疗愈感和深度沉浸力均处于高位；参与创造力受益于绍兴丰富的可参与非遗体验——东浦黄酒小镇和中国黄酒博物馆提供酿酒体验与花雕 DIY，古城仓桥直街的非遗门店覆盖越窑青瓷、竹编等手作项目；情绪自洽力则与会稽山一带的寺庙道观密度有关。绍兴的案例提示一个重要逻辑：游愈竞争力的核心往往不是某个维度的极端值，而是五维之间的均衡与相互支撑。

泉州（第 11 位）走的是另一条路径。它在情绪自洽力维度上的表现在大城市中最为突出，这与泉州作为“世界宗教博物馆”的独特城市气质直接相关——开元寺的东西塔、清净寺的伊斯兰建筑、关岳庙的民间信仰以及草庵摩尼光佛遗址、天后宫与老君岩造像等并存同城。这种多元宗教共存的空间格局，在社交媒体的主观感受数据中确实转化为了较高比例的“平静”“自洽”“内心安顿”等表达。泉州同时在参与创造力维度上受益于世遗城市的非遗密度——南音、提线木偶、惠安女服饰等构成了丰富的可参与内容。泉州的启示在于：精神性空间和文化参与感可以成为一座城市的差异化治愈标签，而不必依赖极致的气候或生态条件。

温州：商业城市的治愈力从何而来

温州排名第 12 位，可能是 TOP20 中最“反直觉”的城市。在公众认知中，温州是中国最具商业基因的城市之一——“温商”是中国民营经济的代名词，这座城市的标签是敢闯、务实、商业嗅觉敏锐。把温州和“治愈”放在一起，第一反应似乎是违和。但数据显示的是另一个温州。它的五维得分结构在大城市 TOP20 中属于最均衡的一类——身心疗愈感、松弛节奏感均处于较高水平，参与创造力和情绪自洽力也没有出现太明显的短板。这种均衡的治愈力从何而来？

答案藏在温州的地理结构中。这座城市 70% 以上是山地，雁荡山和楠溪江构成了两条高品质的自然沉浸带，提供了城区以外大面积的低密度山

水空间。夏季受东海气流调节，高温不适感弱于内陆城市。同时，温州的非遗资源并不稀薄——南戏是中国戏曲的源头之一，瓯塑、瓯绣、温州鼓词等构成了独特的地方文化参与内容。温州的宗教空间也有一定密度：江心屿的东西塔、妙果寺等为情绪自洽力维度提供了支撑。

温州的案例提供了一个值得城市管理者思考的启示：一座以商业著称的城市，并不必然缺乏治愈力。商业活力与治愈能力不是互斥关系——关键在于城市是否保留了足够的自然缓冲空间和文化肌理。温州的山地地形客观上限制了城区的过度扩张，反而为它保住了主城区之外大面积的“放空”腹地。这种“城区商业密集+周边山水松弛”的双层结构，对于那些同样以经济活力见长但缺少治愈标签的城市（如佛山、东莞），可能具有参考意义：不需要改变城区的商业性格，而是把目光投向城区以外的山水腹地，将其作为游愈产品的承载空间。

杭州：大城市“均衡型”治愈力的教科书

杭州以第7位成为TOP20中城市规模最大的城市。它之所以能在大城市中脱颖而出，靠的不是某个维度的冠军级表现，而是五维的均衡——西湖及周边湿地提供了城市核心区罕见的高质量慢空间，灵隐寺、径山寺等构成了精神性空间层，龙井茶文化和丝绸织造等非遗资源支撑了参与维度，夏季气候虽不如北方城市凉爽但仍在可接受区间内。

杭州的案例对其他大城市具有参考意义：超大城市很难在气候和密度维度上与中小城市竞争，但可以通过做深文化参与和沉浸体验这两个维度来构建自身的治愈力——这恰恰是大城市的资源优势所在。北京、成都等城市虽然未进入TOP20，但它们在参与创造力维度上的绝对得分并不低，短板主要集中在夏季气候舒适度和城市密度带来的松弛感不足。对于这些城市而言，游愈发展的方向不是弥补气候劣势（这不可改变），而是把文化参与和沉浸体验的优势做得更深、更精细。

北方避暑城市群：气候禀赋的暑期红利

张家口（第1位）、秦皇岛（第13位）、赤峰（第14位）以及中等

城市榜中的承德(第9位),构成了一个以京津冀为圆心的避暑城市集群。这些城市在身心疗愈感维度上的表现极为突出——6至9月均温普遍在19—23℃之间,空气质量优良,森林覆盖率高。在暑期版的评估框架下,这种气候禀赋是极大的加分项。

但需要指出的是,这些城市在参与创造力和情绪自洽力维度上的得分普遍偏低,说明它们的治愈力主要由自然环境驱动,文化体验和精神空间的供给尚有提升空间。张家口位列第1名,并不意味着它是全国“最治愈”的城市——它意味着在暑期版的特定框架下,夏季气候舒适度对张家口的综合得分贡献极大。如果是在冬季,这些城市的气候优势将被冬季严寒所稀释。

同时,这些北方城市的排名也暗合了近年来“反向旅游”和“近程避暑”的消费趋势。省内近程旅游客流已占全部国内旅游客流的73.4%。对于京津冀的居民而言,张家口、秦皇岛、承德正是1—2小时车程内的“夏季后花园”。《2026年文旅传播趋势观察报告》将“新附近主义”列为年度趋势之一,指出旅游的时空半径正被压缩,过去被忽视的邻城乃至城市边缘角落都可能转化为“微目的地”——这些排名靠前的北方城市,正是这一趋势的受益者。

昆明：气候均衡型城市的典型样本

昆明排名第19位,恰好在TOP20的末端。昆明的维度结构提供了一个有意思的分析案例。它在身心疗愈感和深度沉浸力维度上的表现稳定——夏季均温长期保持在20℃上下,空气质量优良,滇池和西山提供了高品质的城市慢空间。但昆明的参与创造力维度得分在TOP20中偏低——相比绍兴、泉州、长治等文化资源密集的城市,昆明在非遗项目和文保单位的人均密度上不占优势。

昆明在公众认知中的旅居热度极高,“春城”标签经过几十年的积累已经在社交媒体上形成了自我强化的内容生态。但游愈指数衡量的是更结构化的多维能力,而非传播热度本身。昆明的案例恰好说明了一个值得城市管理者关注的错位:一座城市可以在公众认知中“很治愈”,但在文化

参与、精神空间等维度上仍有明确的建设空间。对昆明而言，在保持气候品牌优势的同时，提升在地文化体验的丰富度和可参与性，是从“气候宜居城市”迈向“综合型治愈城市”的关键一步。

一线城市为什么不在 TOP20：规模与治愈的结构性张力

北京、上海、广州、深圳四座一线城市均未进入大城市 TOP20，最高的是北京（第 41 位），最低的是深圳（第 98 位）。但这个结果不能简单解读为“一线城市不治愈”的结论。

拆解到具体的维度可以看到，一线城市的能力分布是高度不均衡的。北京在参与创造力维度上的绝对得分不低（故宫、长城、国家级非遗项目密度等构成了强大的文化资源基底），但夏季高温和超高人口密度使其身心疗愈感和松弛节奏感被大幅压低。上海的深度沉浸力受益于精致的城市空间品质，但夏季湿热和极高的商业化密度同样构成短板。广州和深圳的挑战则更集中在气候端——珠三角的夏季高温高湿在暑期这一特定时间下是难以回避的劣势。

对于一线城市的游愈发展，更有意义的思路不是追求总分排名的上升，而是在自身的优势维度上做到极致——北京做深文化参与、上海做精城市沉浸、成都做足生活方式——同时，发挥大城市的辐射功能，与周边的治愈型小城形成“都市工作+周末游愈”的区域组合。杭州之所以是唯一进入 TOP20 的特大城市，一个重要原因是它在城市密度和自然嵌入度之间找到了相对均衡的点——西湖和湿地并没有被城市化完全挤压，这种“大城市中保留了慢空间”的格局，是其他一线城市可以思考的方向。

3.3 中等城市榜：精神维度与文化参与拉开真正的差距

中等城市榜覆盖 109 个城市。如果说大城市榜的主线是“规模越小越治愈”的结构性规律，中等城市榜揭示的逻辑则更进一步：当自然条件的差异被缩小之后（多数中等城市的气候和生态禀赋都不错），真正将城市拉开差距的，是精神维度和文化参与维度的深度。

TOP20 的省份分布值得先看一眼：浙江 3 个（湖州、舟山、衢州），

陕西 3 个（汉中、榆林、宝鸡），山西 2 个（晋城、晋中），福建 2 个（龙岩、漳州），云南 2 个（大理、玉溪），广东 2 个（韶关、潮州），其余来自西藏、辽宁、河北、江西、四川、贵州各 1 个。这张分布图与大城市榜有一个明显的共性：浙闽沿海带继续集体出现，同时西南和华北的文化—生态型城市也占据了重要位置。

2026暑期中等城市游愈指数TOP20							
注：中等城市指城区常住人口介于50万至100万之间的城市（依据第七次全国人口普查数据）							
排名	城市	省份	指数	排名	城市	省份	指数
1	拉萨	西藏	76.87	11	景德镇	江西	70.70
2	大理	云南	76.36	12	榆林	陕西	70.29
3	湖州	浙江	73.47	13	衢州	浙江	70.07
4	本溪	辽宁	72.72	14	韶关	广东	69.76
5	舟山	浙江	72.64	15	乐山	四川	69.75
6	晋城	山西	72.44	16	漳州	福建	69.01
7	汉中	陕西	72.34	17	玉溪	云南	68.86
8	龙岩	福建	72.23	18	潮州	广东	68.79
9	承德	河北	71.32	19	宝鸡	陕西	68.60
10	晋中	山西	70.81	20	安顺	贵州	68.16

图 6：2026 暑期中等城市游愈指数 TOP20

拉萨：精神性治愈力的极致样本

拉萨在中等城市中的游愈指数得分最高，但它的维度结构与多数城市截然不同。通常人们会认为排名第一的城市应该在多个维度上全面领先，但拉萨不是这种类型——它的身心疗愈感在 TOP20 中反而偏低（受制于高原气候的适应性门槛和医疗可及性），松弛节奏感也并不突出。真正将拉萨推到榜首的是情绪自洽力维度的断层式领先。

这个维度衡量的是一座城市能否为到访者提供“内心安顿”的条件，由宗教精神空间密度（客观指标）和社交媒体上的自洽感表达（主观指标）共同驱动。拉萨每百万人拥有的寺庙道观数量在全国遥遥领先，布达拉宫、大昭寺、色拉寺等构成了强大的精神场域；而社交媒体内容中表达“内心平静”“自我接纳”“与自己和解”的比例也显著高于均值。

拉萨的案例提出了一个值得思考的问题：游愈是否只有一种模式？如果“治愈”只等于“气候好、空气好、节奏慢”，那拉萨不应该排第一。但数据显示，对于一部分旅行者而言，精神层面的安顿比气候上的舒适更具恢复价值。这也与近年来的一个消费趋势相吻合：禅修市场规模从2019年的500亿元增至2024年的900亿元，在调研中表示去过寺庙的消费者中，19—30岁年轻群体占比近半。精神性疗愈需求不是小众市场，它是游愈版图中一块正在快速增长的拼图。

当然，拉萨也有其限制条件——高原反应的适应门槛、医疗资源的可及性、冬季的极端气候——使它更适合被理解为一种“极致型”治愈目的地：在特定维度上达到了全国最高水平，但不适合作为大众化、常态化游愈的参照。

大理：从旅游目的地到生活方式代名词

大理排名第2，但大理在游愈语境中的意义远超排名本身。如果说拉萨代表了“精神性治愈”的极致，大理则代表了另一种路径——“生活方式型治愈”。

大理的松弛节奏感维度接近满分，这与它的空间特质高度吻合：古城与乡村并存，咖啡馆与稻田交织，步行尺度友好，生活节奏缓慢到可以被感知。身心疗愈感维度同样处于高位——苍山洱海的生态格局、1900米海拔带来的凉爽夏季、优良的空气质量，构成了恢复性环境的物理基座。

但大理的真正独特性不在指数的某个维度上，而在于它已经完成了一次身份转换：从旅游目的地变成了一种生活方式的代名词。2025年全州旅居接待自然村从上年的25个增至89个，长期旅居人口达44.91万人。这意味着大理的“治愈力”不只是游客评价中的一个分数，而是被数十万人用“住下来”这个行为验证过的生活选择。一座城市的旅居人口突破44万，它提供的就不再只是“旅行体验”，而是一种可以被长期居住的生活方案——这是游愈从概念走向现实的最有力证据之一。

大理对其他中等城市的启示不在于“复制大理模式”（苍山洱海不可复制），而在于一个思路：游愈竞争力的终极检验不是“有多少人来打卡”，

而是“有多少人愿意住下来”。

浙江三城：东部中等城市的均衡路径

湖州（第3）、舟山（第5）、衢州（第13）延续了大城市榜中浙江城市的集体表现。三城的维度结构各有侧重，但共享一个特征：松弛节奏感维度得分普遍在92分以上。

湖州的排名第3与近年来该地区在旅居领域的实践形成呼应。安吉通过“全球合伙人计划”等机制吸引了1200多名青年常态化驻地办公，形成了“青年入乡+社群运营”的旅居模式。同时，湖州的游愈基底不是极端的自然奇观，而是“近程可达+自然嵌入度高+生活配套成熟”的组合——对长三角城市居民而言，湖州是1—2小时车程内“过另一种生活”的最近选项之一。

舟山的优势集中在身心疗愈感——海岛气候、海洋空气和低人口密度共同驱动。普陀山同时为它贡献了情绪自洽力维度的加分，使舟山成为少数兼具“滨海疗愈”和“精神探索”双重属性的中等城市。

衢州相对低调，但它的维度结构颇为均衡——南孔文化提供了参与维度的支撑，浙西山区的生态条件保证了疗愈感的基座。衢州可能是三城中最接近“默默治愈、尚未被充分认知”的城市，具有较大的成长空间。

山西文化带：文保密度全国之最佳的治愈力转化

晋城（第6）和晋中（第10）进入TOP20，加上大城市榜中的长治（第9），山西在前两个榜单中已经贡献了三个TOP20席位。如果把视野扩展到TOP30城市，运城、临汾也在其列。山西城市群的共同底色是一个全国独一无二的文化家底：山西是全国重点文物保护单位数量最多的省份，国家级非遗项目总量也处于前列。

这种文化密度在游愈指数中转化为了参与创造力维度的较高得分。但山西城市的一个共同挑战也同样清晰：深度沉浸力维度普遍偏低。这提示了一个值得关注的问题——“有文化遗产”不等于“有沉浸体验”。文物保护单位可以被参观，但能否让人停下来、慢下来、沉浸其中，取决于空

间的营造方式、服务的精细程度和体验动线的设计。山西城市拥有全国最密集的文化资源，但如何把“文化展示”转化为“文化润心”，是这些城市从“游愈潜力城市”走向“游愈体验城市”的关键课题。

景德镇：参与创造力的差异化样本

景德镇排名第 11，总分在 TOP20 中并不惊艳，但它在参与创造力维度上走出了一条高度差异化的路径。景德镇的参与感不是来自博物馆的规模或文保单位的数量，而是来自一个活的创意生态系统——遍布老城区的陶瓷工作室、向所有人开放的手作体验、定期举办的创意市集、持续涌入的青年艺术家社群。

这种参与感的特殊之处在于它的“低门槛性”——几乎任何人到了景德镇都可以在半小时内坐到拉坯机前，亲手做一件东西。这与那些需要专业知识才能理解的文化遗产形成了鲜明对比。景德镇的气候舒适度和松弛感得分均不突出（江西夏季湿热是结构性约束），但参与创造力维度的突出表现使它在总分上仍然进入了前列——这说明一个维度如果做到足够极致，可以在一定程度上弥补其他维度的不足。

景德镇对其他文化型城市的启示非常直接：文化资源的游愈价值不在于“我有多少”，而在于“游客能参与多少”。一个可以亲手触摸的窑炉，比十座只能隔栏观看的古建筑更能生产参与感。

本溪：东北生态底蕴的再发现

本溪以第 4 名入围，可能是 TOP20 中最让人意外的城市。这座辽东山城在传统旅游叙事中几乎没有存在感，东北在公众认知中长期被“冰雪”标签所垄断。但拆解数据可以理解本溪排名背后的逻辑：它的身心疗愈感维度得分极高——森林覆盖率超过 75%，夏季均温 22℃ 左右，空气优良天数占比在全国领先。

本溪代表了一类在游愈维度上具有全国领先禀赋、但尚未被广泛认知和传播的城市。东北的夏季生态品质被冬季的严寒叙事所遮蔽——人们提到东北想到的是冰雪、温泉和烧烤，而不是它的森林、清凉和宁静。但本

溪的数据表现说明，这些城市的“夏季治愈力”是真实存在的，只是还没有被充分讲述。这类城市的机会窗口在于：自然禀赋不可复制，但认知空白可以被填补。

汉中与秦巴走廊：一条被忽视的内陆治愈带

汉中排名第7，位于秦岭南麓。如果将视野扩展到小城市榜，广元（第9）位于大巴山区——两座城市在地理上构成了秦巴山区的南北两端。这一区域拥有温润的亚热带气候、极高的森林覆盖率和丰富的水系，身心疗愈感维度得分均处于高位。

秦巴山区在传统旅游版图中知名度有限，但在游愈维度上的数据表现持续亮眼。从汉中到广元，秦巴山区可能构成了中国内陆一条尚未被充分开发的“生态疗愈走廊”——它不像西南高原那样有大理、丽江这样的明星城市来定义区域形象，但它的自然禀赋同样优质，且距离成都、西安等大城市的车程在2—4小时之内，具备“大城市后花园”的区位条件。

TOP20 之外值得关注的城市：威海的启示

威海未能进入 TOP20（排名约在第27位），但它的案例对于理解游愈指数的运作机制具有教学价值。威海的气候舒适、海岸线优美、近年在社交媒体上的旅居讨论热度很高，公众认知中它应该是“很治愈”的城市。拆解维度可以看到：身心疗愈感、深度沉浸力、松弛节奏感三项都很强——但参与创造力和情绪自洽力两个维度严重偏低（文化遗产密度和非遗资源密度在中等城市中处于较低水平，宗教精神空间也不丰富）。

威海的案例说明了五维评估体系的一个重要特征：自然禀赋再强，也无法完全弥补文化参与和精神空间的不足。综合排名是五个维度的加权结果，两个维度的显著短板会实质性地拉低总分。对威海而言，它的自然条件已经足够出色——提升的空间不在海岸线上，而在文化体验的丰富度和精神性空间的营造上。

这个逻辑对所有自然禀赋突出但文化厚度有限的城市都适用：气候和生态是游愈的必要条件，但不是充分条件。一座城市如果只提供“放空”

的环境而没有“赋能”的内容，它的治愈力就是不完整的。

3.4 小城市榜：自然禀赋的压倒性优势与西南集群

小城市榜覆盖 79 个城市。与大城市和中等城市榜相比，这个榜单呈现出最鲜明的地理集中性和最大的分数跨度——第 1 名（林芝 83.1 分）与第 20 名（通化 70.0 分）之间相差 13 分，远大于大城市榜 6 分的首尾差距。这意味着小城市之间的治愈力分化更为剧烈，少数城市拥有极为突出的禀赋，而多数城市则处于相对平坦的中间地带。

2026 暑期小城市游愈指数 TOP20							
注：小城市指城区常住人口在50万以下城市（依据第七次全国人口普查数据）							
排名	城市	省份	指数	排名	城市	省份	指数
1	林芝	西藏	83.07	11	南平	福建	72.45
2	黄山	安徽	82.01	12	楚雄	云南	72.12
3	西双版纳	云南	78.96	13	红河	云南	72.10
4	甘孜	四川	78.59	14	呼伦贝尔	内蒙古	71.56
5	雅安	四川	77.39	15	忻州	山西	70.97
6	丽江	云南	77.00	16	恩施	湖北	70.69
7	丽水	浙江	76.25	17	中卫	宁夏	70.37
8	池州	安徽	74.11	18	普洱	云南	70.23
9	广元	四川	73.66	19	阿勒泰	新疆	70.07
10	兴安盟	内蒙古	72.81	20	通化	吉林	70.02

图 7：2026 暑期小城市游愈指数 TOP20

TOP20 的省份集中度极高：云南独占 5 席（西双版纳、丽江、楚雄、红河、普洱），四川 3 席（甘孜、雅安、广元），内蒙古 2 席（兴安盟、呼伦贝尔），安徽 2 席（黄山、池州），此外西藏、浙江、福建、山西、湖北、宁夏、新疆、吉林各 1 席。仅云南和四川两省就占了 TOP20 的 40%——西南高原在小城市赛道中的统治力是压倒性的。

西南高原带：中国治愈力密度最高的区域

云南 5 个城市加上四川甘孜和雅安、西藏林芝，构成了一个从滇西北到川西再到藏东南的连续治愈力高地。这个集群的形成不是巧合，而是多

重自然条件同时满足的结果：海拔 1000—3000 米区间带来的凉爽夏季，山地森林提供的高质量空气和生态覆盖，多民族文化赋予的精神维度深度，以及相对缓慢的城市化进程保留下的低人口密度和生活节奏。

丽江是这一集群中辨识度最高的城市。它的身心疗愈感和松弛节奏感均处于高位，参与创造力受益于纳西族东巴文化、白沙壁画等非遗资源，深度沉浸力由玉龙雪山和古城空间共同驱动。丽江的参与创造力和情绪自洽力相对偏低，但它的治愈力来自民族文化、高原户外和生活方式的复合性——不靠某一维度的极端值，而靠多重体验层的叠加。

西双版纳（第 3）和普洱（第 18）则代表了另一种路径——热带和亚热带生态驱动的治愈力。西双版纳的独特性在于它是 TOP20 中少数兼具“夏季避暑”和“冬季避寒”双重气候属性的城市，热带雨林生态和傣族文化构成了差异化的沉浸内容。普洱同样兼具冬暖夏凉的条件（冬季均温约 12℃，夏季均温约 22℃），加上茶文化的深度体验——景迈山古茶林已列入世界遗产——使普洱在参与维度上有独特的支撑点。

楚雄（第 12）和红河（第 13）是两个知名度较低的云南城市，它们的入围更多依靠气候和生态的基底优势，在文化参与和精神空间维度上仍有较大的发展空间。红河的元阳梯田作为世界遗产具有极强的视觉沉浸力，但这种资源如何从“观赏性景观”转化为“可参与的体验”，是红河提升游愈竞争力的关键课题。

林芝：极致自然的治愈上限

林芝的游愈指数得分（83.07）位居小城市榜首。它在深度沉浸力和情绪自洽力两个维度上的得分几乎触及天花板——南迦巴瓦峰、雅鲁藏布大峡谷、桃花沟的自然景观品质在社交媒体上引发了极高比例的“被深深吸引”“忘记时间”等沉浸感表达，而藏传佛教寺庙的密度则支撑了自洽感维度。

林芝的排名第 1 准确地反映了一件事：在“极致自然 + 精神性空间”这个组合上，林芝达到了本报告所能衡量的最高水平。但也需要诚实地讨论它的局限：高原反应的适应门槛、医疗可及性的不足、市域及景区内部

微循环交通存在明显制约、接待能力的有限——这些因素在游愈指数的当前框架中权重有限，但对实际的游愈体验影响很大。林芝更适合被理解为游愈光谱上的一个极端——它定义了“自然与精神治愈力的上限”，但不是多数旅行者可以常态化选择的目的地。

一个更有意义的思考角度是：林芝在沉浸力和自洽力上的极端表现，是否可以成为其他城市在这两个维度上努力的方向标？不是模仿南迦巴瓦（不可复制），而是理解“极致的自然美感+精神性空间”这一组合为什么能生产如此强烈的治愈感受，从而在各自的条件下寻找类似的组合方式。

黄山：五维均衡的治愈力样板

黄山以 82.01 分排名第 2，与林芝只差 1 分，但它的治愈力结构与林芝截然不同。黄山是所有城市样本中五维表现最为均衡的城市之一——身心疗愈感、深度沉浸力、松弛节奏感、参与创造力四个维度的得分均处于高位，没有出现其他城市常见的“一维极高、一维极低”的失衡结构。

黄山的参与创造力得分是小城市赛道的最高值，这与徽州文化核心区的资源禀赋直接相关——徽州三雕、徽墨、歙砚、万安罗盘等非遗项目构成了密集的可参与内容。黄山的情绪自洽力是它唯一的相对短板，说明在精神性空间供给上仍有空间。但这个短板并没有严重影响总分，因为其他四个维度的均衡高分形成了稳定的底盘。

黄山的另一个值得关注之处在于它正在发生的转型。2025 年，黄山 3 个数字游民社区吸引 4.5 万人次青年人才来黄旅居创业。这在某种程度上意味着黄山正在从传统的风景区城市，向更完整的旅居型治愈目的地转变——“住进徽州”从民宿生意升级为人口流入和轻创业入口。

对于多数小城市而言，黄山是比林芝更有参考价值的样本：它说明一座城市不必在任何维度上做到极致，五维均衡本身就是一种强大的竞争力。

东部小城：浙闽的另一种治愈路径

丽水（第 7）、南平（第 11）是 TOP20 中仅有的两个东部沿海省份城

市。它们与西南高原城市的维度结构有显著差异：气候舒适度不如高原城市极端（东部夏季均温略高），但在参与创造力和生活配套成熟度上往往更具优势。

丽水的治愈力来源颇为丰富。浙南山区的生态品质驱动了高疗愈感和松弛感，龙泉青瓷、龙泉宝剑、畲族文化等为参与维度提供了独特支撑。丽水没有大理或丽江那样的全国性知名度，但它的表现持续亮眼，属于典型的“治愈力被低估”的城市。对长三角居民而言，丽水是3小时车程内可达的“山地疗愈目的地”——这种“近程可达+生态品质”的组合在游愈市场中具有很强的实用价值。

南平拥有武夷山这张王牌，茶文化（大红袍）和世界遗产双重加持使它在沉浸力和参与力两个维度上同时受益。南平的挑战在于武夷山的知名度远大于“南平”这个城市名称本身——游客知道武夷山，但不一定知道南平。如何把武夷山的IP辐射力转化为整个城市的游愈品牌，是南平面临的传播课题。

这两座城市共同提示了东部沿海小城的游愈发展逻辑：它们不必与西南高原城市比拼气候极致性，而可以依托“近程可达+生态品质+文化参与”的三角组合，服务于东部沿海大城市群的周末和短途游愈需求。

北方生态城市群：夏季窗口期的集中释放

兴安盟（第10）、呼伦贝尔（第14）、忻州（第15）、阿勒泰（第19）、通化（第20）构成了TOP20中的北方板块，横跨内蒙古、山西、新疆、吉林四省域。这些城市的共性高度一致：夏季气候极为舒适（6—9月均温普遍在18—22℃），空气质量优良，森林或草原覆盖率高，身心疗愈感维度得分位于全国前列。

但北方生态城市群也面临一个共同的结构约束：它们的治愈力高度依赖夏季这个季节窗口。在暑期时段，夏季凉爽是极大的加分项；但冬季的严寒（多数城市1月均温在-15℃以下）意味着这些城市的游愈价值具有鲜明的季节性。

这个群体内部值得单独提及的是忻州。它的松弛节奏感得分在小城市

赛道中排名第一——这座晋北山区城市的城区人口密度极低，生活节奏舒缓。而五台山的存在使它在情绪自洽力维度上也有显著加分。忻州的治愈力来源与多数北方城市不同：它不只是“凉快”，它还“安静”和“有精神性空间”——这种三维叠加使它在北方城市群中具有独特的竞争位置。

阿勒泰的入围则与近年来的一个文化现象密切相关。影视作品在2024年的播出为阿勒泰注入了强大的内容势能，“我的阿勒泰”成为社交媒体上高频出现的目的地叙事。阿勒泰的案例说明，一次高质量的内容传播可以在短时间内改变一座小城市在公众认知中的定位——从“新疆北部的偏远草原”变成“被雪山和牧场治愈的地方”。但这种内容驱动的热度能否转化为可持续的游愈体验供给，是阿勒泰下一步需要回答的问题。

中卫与恩施：内陆腹地的治愈力发现

中卫（第17）和恩施（第16）是TOP20中两个容易被忽略但值得关注的城市。

中卫位于宁夏西部，腾格里沙漠边缘。它的入围可能让很多人意外——沙漠城市怎么“治愈”？但拆解维度可以理解：中卫夏季干燥凉爽（均温约22℃），空气干净，城市规模极小导致松弛感极高，而沙坡头和高庙等提供了独特的沉浸体验。中卫的治愈力不来自江南式的温润，而来自西北旷野的空间感——这是一种截然不同的“放空”体验，对于习惯了城市拥挤的旅行者而言，这种广阔和安静本身就是强烈的恢复性刺激。

恩施则代表了秦巴山区向南延伸的治愈力。恩施大峡谷的自然景观品质、土家族文化的参与内容以及山区气候的舒适度，共同构成了它的治愈力基底。恩施与前述的汉中、广元一起，构成了一条从陕南经川北到鄂西的“内陆生态疗愈走廊”——这条走廊上的城市全国知名度有限，但自然禀赋优质，且距离成都、武汉、西安等大城市车程在3—5小时以内，具备发展“大城市后花园”型游愈目的地的区位条件。

河西走廊：TOP20之外但值得留意的地理集群

武威、张掖、酒泉三城未能进入TOP20（均在第21—30名区间），但

它们在地理上构成了一个连续的治愈力带，值得在此简要提及。三城共享干燥凉爽的夏季气候和丝绸之路文化遗产的参与内容，身心疗愈感维度得分均处于较高水平。河西走廊在传统旅游叙事中是“历史文化走廊”，但它在游愈维度上的价值——干燥清爽的夏季、广袤开阔的空间感、丝路遗产的文化体验——与中卫所代表的“西北旷野式治愈”属于同一逻辑。这条走廊尚未进入主流的游愈讨论，但它的潜力值得关注。

3.5 维度冠军：每个维度最强的城市说明了什么

相比综合排名，单维度的顶尖表现往往更能揭示一座城市的独特治愈气质——它们是五个维度各自的“天花板”，定义了每种治愈力在 TOP20 城市中的表现。以下分析均基于三个榜单各自 TOP20 城市的维度得分。

身心疗愈感：自然恢复性环境的硬件底座

	大城市赛道	中等城市赛道	小城市赛道
身心疗愈感 Being Away	遵义 92.2分·贵州	本溪 96.9分·辽宁	雅安 94.2分·四川
深度沉浸力 Fascination	宜宾 88.4分·四川	拉萨 85.3分·西藏	林芝 97.2分·西藏
松弛节奏感 Compatibility	绍兴 97.9分·浙江	承德 97.6分·河北	忻州 98.7分·山西
参与创造力 Extent	长治 77.2分·山西	景德镇 74.0分·江西	黄山 82.4分·安徽
情绪自洽力 Self-reconciliation	莆田 77.8分·福建	拉萨 90.8分·西藏	林芝 92.3分·西藏

说明：分值为城市在该维度上的得分，非游愈指数得分

图 8：三大榜单中五个维度的代表性城市

大城市榜中得分最高的是遵义（92.2），中等城市榜是本溪（96.9），小城市榜是雅安（94.2）。三座城市分处贵州高原、辽东山区和川西盆地边缘，地理位置相距甚远，但共享一组相似的自然条件：夏季凉爽（遵义约 23℃、本溪约 22℃、雅安约 24℃），空气优良天数占比在全国领先，森林覆盖率均超过 50%。

这个维度的高分城市高度集中于北方山区、西南高原和高森林覆盖率的区域，揭示了一条基本规律——身心疗愈感的物理基座是气候和生态，这些条件是地理赋予的，不可后天改变。遵义的高分或许让人意外——它在公众认知中更多与红色文化挂钩——但遵义地处云贵高原东北部，海拔约 800 米，夏季均温显著低于同纬度的平原城市，空气质量也受益于贵州整体的高植被覆盖。对于夏季均温超过 30℃ 的城市，在这个维度上追赶气候优势型城市没有现实意义，更务实的策略是承认短板、做强其他维度。

深度沉浸力：不费力的注意力被吸引

大城市榜中得分最高的是宜宾（88.4），中等城市榜是拉萨（85.3），小城市榜是林芝（97.2）。这个维度衡量的是目的地能否提供“柔性吸引”——不需要刻意集中注意力就能被深深吸引的环境元素。三座城市提供了三种不同类型的沉浸源：宜宾是金沙江与岷江交汇处的水岸空间和茶文化构成的生活化沉浸；拉萨是布达拉宫、大昭寺等强精神场域带来的庄严沉浸；林芝则是南迦巴瓦峰和雅鲁藏布大峡谷所代表的极致自然沉浸，它的 97.2 分几乎触及“天花板”。

三种沉浸源的差异意味着：沉浸力的建设路径不止一种。一座城市可能没有雪山峡谷，但一条安静的溪流、一座藏在巷子里的老茶馆、一片可以发呆的湖岸，同样可以生产沉浸感——关键在于空间是否允许人“停下来”，而不是催促人“接着走”。

松弛节奏感：生活节律重新慢下来

大城市榜中得分最高的是绍兴（97.9），中等城市榜是承德（97.6），小城市榜是忻州（98.7）。这是五个维度中与“城市规模”负相关最明显的一个——城区人口密度越低、商业化程度越轻、步行尺度越友好的城市，松弛感得分越高。三座城市都是规模偏小、节奏偏慢的城市：绍兴的水巷尺度、承德避暑山庄带来的城市疏朗感、忻州作为五台山所在地的天然静谧，分别代表了三种不同的“慢”。

松弛感是五个维度中最难“建设”的一个。它不是加一个设施或办一

场活动就能提升的，而是城市长期发展路径的结果。一座城市如果已经高度商业化和高密度化，很难在不改变基本空间格局的情况下显著提升松弛感。这也是为什么一线城市在这个维度上系统性落后——松弛感某种意义上是“反发展”的，它的前提是城市没有被过度开发。

参与创造力：游客从观众变成参与者

大城市榜中得分最高的是长治(77.2)，中等城市榜是景德镇(74.0)，小城市榜是黄山(82.4)。这个维度高度集中在文化遗产富集区——山西、江西、安徽，分别是全国文保单位密度、陶瓷手作传统和徽州非遗资源的高地。

但三座城市呈现了两种不同的参与模式。长治和黄山的参与力主要由“存量文化资源”驱动——密集的文保单位、丰富的非遗项目构成了参与内容的基础。黄山市现有24项国家级非物质文化遗产，徽州三雕、徽墨、歙砚、万安罗盘制作技艺均为代表性项目；徽艺小镇已有40余位省级以上非遗传承人入驻，采用“前店后坊+沉浸体验”运营模式，游客可亲手研磨徽墨、雕琢歙砚。景德镇则代表了一种“活的参与生态”——它的参与力不仅来自历史积淀，更来自持续涌入的青年艺术家和手作创业者创造的新内容。这种区别提示：参与创造力不只是一个静态的资源禀赋问题，它也可以是一个动态的生态建设问题。一座城市如果能吸引创造者入驻、鼓励手作体验开放、培育社群活动，参与感可以被持续生产，而不只是被已有资源限定。

情绪自洽力：精神性空间的稀缺价值

大城市榜中得分最高的是莆田(77.8)，中等城市榜是拉萨(90.8)，小城市榜是林芝(92.3)。这是五个维度中城市间分化最极端的一个——拉萨和林芝的得分超过90分，而大量城市在这个维度上的得分低于40分。

这种极端分化的原因在于：精神性空间的供给在中国城市中分布极不均匀。大多数城市在现代化过程中，寺庙道观等传统精神性空间的人均密度持续下降，而新的精神性空间（冥想空间、静心场所、公共精神角落等）

尚未大规模出现。

大城市榜中的情况值得特别说明。莆田以 77.8 分居首，这与湄洲妈祖文化的深厚传统直接相关——湄洲岛是妈祖信仰的发源地，妈祖庙宇密度在全国地级市中处于极高水平。与莆田同属闽地的泉州（74.94）在这个维度上排名紧随其后，但泉州的精神性空间特征与莆田不同——泉州是多元宗教共存的格局（开元寺、清净寺、关帝庙、天后宫、草庵摩尼光佛遗址并立同城），这种多元性在社交媒体的主观数据中转化为了较高比例的“平静”“自洽”等表达。泉州虽然不是这个维度的最高分，但它是 TOP20 中精神性空间最具辨识度的城市——不是因为某一种宗教空间的密度高，而是因为多种精神传统在一座城市中共存。

拉萨和林芝的断层式高分则代表了另一个层次。在中等城市和小城市赛道中，藏传佛教寺庙的人均密度使这两座城市在情绪自洽力维度上遥遥领先，其他城市几乎无法追赶。这意味着对于多数城市而言，情绪自洽力是五个维度中最不容易通过短期建设提升的——但也因此，任何在这个维度上有所突破的城市，都将获得高度差异化的竞争优势。

维度分布的总体启示

从这 5 个维度不同城市规模的最高分的分布中可以看到一条规律：五个维度各有各的地理和资源逻辑，几乎没有城市能在多个维度上同时领先。身心疗愈感和松弛节奏感的最高分多为北方或低密度城市，深度沉浸力的最高分多为自然景观极致或精神场域强大的城市，参与创造力的最高分集中在文化遗产富集区，情绪自洽力的最高分被宗教文化名城所垄断。

值得注意的是拉萨和林芝——两座藏地城市各自在所属榜单中同时占据了深度沉浸力和情绪自洽力两个维度的最高分。这种“双维领先”在其他城市中没有出现。但两城的高度集中恰恰印证了它们的“极致型”定位：在精神性维度上达到了其他城市无法企及的水平，但在身心疗愈感和松弛节奏感上受制于高原气候和城市基础条件，并不突出。

这进一步印证了一个核心判断：游愈不是一种单一能力，而是多个维度的组合。每座城市都可以从自身最强的维度出发，找到差异化的定位——

第三章 游愈榜：中国城市的治愈力版图

一而不必追求在所有维度上都做到最好。

3.6 游愈的空间密码：治愈力的地理分布

将 289 个城市的游愈指数得分投射到地理空间上，可以识别出几个清晰的治愈力高地。这些高地的形成并非偶然，而是气候、生态、文化和城市发展阶段共同作用的结果。

● 西南高原带 ● 浙闽沿海带 ● 北方避暑带 ● 山西文化带 ● 河西走廊带

灰色圆点为参照城市，彩色圆点为TOP20及相关城市，虚线椭圆为治愈力集群区域示意

图 9：游愈城市分布的五大区域

西南高原带是全国治愈力密度最高的区域。从云南的大理、丽江、西双版纳、普洱、楚雄、红河，到四川的甘孜、雅安、广元，再到贵州的遵义、安顺，以及西藏的拉萨、林芝——这一带在三个榜单中贡献了大量的 TOP20 城市。西南高原带的优势是多重叠加的：海拔带来凉爽的夏季气候，山地森林提供高质量的空气和生态，多民族文化赋予了精神维度的深度，而相对缓慢的城市化进程保留了较低的人口密度和生活节奏。中国老龄协会发布的基于手机信令大数据的《旅居养老时空大数据分析报告》显示，

38

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.net

[illegible]

中国传媒大学
新传智库
联合出品

第三章 游愈榜：中国城市的治愈力版图

一而不必追求在所有维度上都做到最好。

3.6 游愈的空间密码：治愈力的地理分布

将 289 个城市的游愈指数得分投射到地理空间上，可以识别出几个清晰的治愈力高地。这些高地的形成并非偶然，而是气候、生态、文化和城市发展阶段共同作用的结果。

图 9 展示了中国城市治愈力分布的五大区域。地图上标注了多个城市，包括阿勒泰、乌鲁木齐、呼伦贝尔、兴安盟、赤峰、抚顺、通化、张家口、承德、秦皇岛、北京、忻州、晋中、长治、晋城、西安、兰州、张掖、武威、中卫、成都、雅安、广元、甘孜、林芝、拉萨、丽江、大理、楚雄、昆明、红河、普洱、西双版纳、遵义、安顺、南平、湖州、杭州、绍兴、舟山、台州、温州、丽水、衢州、龙岩、莆田、泉州、漳州、广州、深圳等。图例显示：灰色圆点为参照城市，彩色圆点为 TOP20 及相关城市，虚线椭圆为治愈力集群区域示意。

图 9：游愈城市分布的五大区域

西南高原带是全国治愈力密度最高的区域。从云南的大理、丽江、西双版纳、普洱、楚雄、红河，到四川的甘孜、雅安、广元，再到贵州的遵义、安顺，以及西藏的拉萨、林芝——这一带在三个榜单中贡献了大量的 TOP20 城市。西南高原带的优势是多重叠加的：海拔带来凉爽的夏季气候，山地森林提供高质量的空气和生态，多民族文化赋予了精神维度的深度，而相对缓慢的城市化进程保留了较低的人口密度和生活节奏。中国老龄协会发布的基于手机信令大数据的《旅居养老时空大数据分析报告》显示，

38

更多免费行业报告 并购家 www.ipoiipo.net



第三章 游愈榜：中国城市的治愈力版图

一而不必追求在所有维度上都做到最好。

3.6 游愈的空间密码：治愈力的地理分布

将 289 个城市的游愈指数得分投射到地理空间上，可以识别出几个清晰的治愈力高地。这些高地的形成并非偶然，而是气候、生态、文化和城市发展阶段共同作用的结果。

图 9：游愈城市分布的五大区域

灰色圆点为参照城市，彩色圆点为TOP20及相关城市，虚线椭圆为治愈力集群区域示意

图 9：游愈城市分布的五大区域

西南高原带是全国治愈力密度最高的区域。从云南的大理、丽江、西双版纳、普洱、楚雄、红河，到四川的甘孜、雅安、广元，再到贵州的遵义、安顺，以及西藏的拉萨、林芝——这一带在三个榜单中贡献了大量的TOP20城市。西南高原带的优势是多重叠加的：海拔带来凉爽的夏季气候，山地森林提供高质量的空气和生态，多民族文化赋予了精神维度的深度，而相对缓慢的城市化进程保留了较低的人口密度和生活节奏。中国老龄协会发布的基于手机信令大数据的《旅居养老时空大数据分析报告》显示，

38

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.net

第三章 游愈榜：中国城市的治愈力版图

一而不必追求在所有维度上都做到最好。

3.6 游愈的空间密码：治愈力的地理分布

将 289 个城市的游愈指数得分投射到地理空间上，可以识别出几个清晰的治愈力高地。这些高地的形成并非偶然，而是气候、生态、文化和城市发展阶段共同作用的结果。

图 9：游愈城市分布的五大区域

● 西南高原带 ● 浙闽沿海带 ● 北方避暑带 ● 山西文化带 ● 河西走廊带

灰色圆点为参照城市，彩色圆点为TOP20及相关城市，虚线椭圆为治愈力集群区域示意

图 9：游愈城市分布的五大区域

西南高原带是全国治愈力密度最高的区域。从云南的大理、丽江、西双版纳、普洱、楚雄、红河，到四川的甘孜、雅安、广元，再到贵州的遵义、安顺，以及西藏的拉萨、林芝——这一带在三个榜单中贡献了大量的 TOP20 城市。西南高原带的优势是多重叠加的：海拔带来凉爽的夏季气候，山地森林提供高质量的空气和生态，多民族文化赋予了精神维度的深度，而相对缓慢的城市化进程保留了较低的人口密度和生活节奏。中国老龄协会发布的基于手机信令大数据的《旅居养老时空大数据分析报告》显示，

38

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.net

夏季旅居老年人占全年旅居的 28.5%，西南方向是重要的避暑旅居流向。

浙闽沿海带是东部最具治愈力的城市集群。绍兴、杭州、台州、温州、湖州、舟山、丽水、衢州（浙江）和泉州、莆田、龙岩、漳州、南平（福建）——两省在三个榜单中合计贡献了 13 个进入各自赛道前列的城市。浙闽带的优势不同于西南——它不以极端的气候舒适度或高原风光见长，而是以“五维均衡”取胜：温润的亚热带气候，高森林覆盖率，丰富的茶文化和宗教空间，密集的非遗资源，适中的城市规模。这一带城市的松弛节奏感得分普遍在 85 分以上，情绪自洽力也受益于闽浙地区深厚的佛道文化传统。

北方避暑带以京津冀周边和东北城市为主体。张家口、秦皇岛、承德、赤峰、长治构成了环京津冀圈层，兴安盟、呼伦贝尔（蒙东地区）与吉林通化，共同构成幅员辽阔的东北生态功能区。它们的共同特征是：夏季气候极为舒适、城市密度低、松弛感强，但文化参与和精神空间维度相对薄弱。这一区域的治愈力高度依赖季节——夏季是其黄金窗口。

山西文化带以晋城、晋中、长治、忻州为代表（加上 TOP20 之外的运城、临汾），这是全国文化遗产密度最高的省份形成的一个独特集群。山西城市群的治愈力来自全国密度最高的文物保护单位和丰富的非遗资源——这是一条以文化厚度驱动的治愈力带，与北方避暑带的气候驱动逻辑形成互补。

河西走廊带以武威、张掖、酒泉为代表（均位于 TOP20 之外但进入各自赛道前列），干燥凉爽的夏季气候和丝路文化遗产构成了这一带的治愈基底。河西走廊与中卫所代表的宁夏西部一起，构成了一种“西北旷野型”治愈力——它提供的不是江南式的温润，而是旷野空间感带来的彻底放空体验。

一个值得注意的空白。长三角核心区和珠三角几乎没有城市进入各自赛道的 TOP20（杭州是唯一的例外）。这不是因为这些区域“不好”，而是因为高人口密度、高度商业化和夏季的高温高湿，在游愈指数的评估框架下构成了结构性短板。长三角和珠三角居民的游愈出行，更可能是向外

辐射——去浙西的丽水、去皖南的黄山、去赣北的景德镇、去粤北的韶关——而非在核心区内完成。这也解释了为什么这些周边城市在近年社交媒体上的旅居讨论量快速增长：它们正在成为大城市群的“游愈飞地”。

3.7 治愈型城市的类型学：五种游愈人格

基于五维得分的分布模式，三个榜单共 60 个 TOP20 城市可以归纳为几种不同的治愈类型。当然，同一个城市可能同时在多个维度上具备优势，因此也可能对应到多种类型之中。需要说明的是，这一分类是基于各城市五维得分的相对高低关系——哪个维度最突出、哪个维度最薄弱、整体是否均衡——所做的定性归纳，而非基于统一量化阈值的严格聚类。它的目的不是给城市贴标签，而是帮助读者理解一件事：游愈不只有一种模式，不同城市提供的治愈体验在结构上存在本质差异。理解这些差异，有助于旅行者找到与自身需求最匹配的目的地类型，也有助于城市管理者明确自身的差异化定位方向。

自然疗愈型：气候与生态驱动的“放空”目的地

这类城市的突出特征是身心疗愈感和松弛节奏感双高（通常均在 85 分以上），但参与创造力和情绪自治力相对薄弱。它们的治愈力核心是“放空”——到这里来，什么都不用做，光是呼吸、散步、睡觉就能感到身心恢复。

TOP20 中的典型代表是张家口、秦皇岛、赤峰（大城市榜），本溪、承德（中等城市榜），雅安、兴安盟、呼伦贝尔（小城市榜）。自然疗愈型城市的共同机遇在于：中国城市人口的慢性压力水平持续上升，“什么都不做、只是换个地方呼吸”的需求正在从小众偏好变成大众需求。在省内近程旅游客流占比已达 73.4% 的背景下，这意味着多数自然疗愈型城市不需要吸引全国游客，只需要服务好周边 2—3 小时车程内的大城市居民即可。

同时，自然疗愈型城市的共同挑战也非常明确：“放空”之后做什么？一个只能提供凉爽气温和清新空气的目的地，游客的典型停留时间是 2—

3天，之后就会觉得“待够了”。从“放空”走向“赋能”——即在自然恢复的基础上提供可参与的体验内容——是这类城市提升停留时长和复访率的关键路径。这不一定需要大型投资：森林步道的完善、自然观察课程的引入、在地食材的体验化、安静阅读空间的营造，都是低成本但有效的方向。

文化沉浸型：遗产与参与驱动的“赋能”目的地

这类城市的参与创造力维度突出，文化遗产密度高，社交媒体上的“参与体验”表达比例较高。它们的治愈力核心不是“放空”，而是“赋能”——在文化参与中获得新的视角、新的技能、新的情感体验。

TOP20中的典型代表是长治、泉州（大城市榜），晋城、晋中、景德镇、潮州（中等城市榜），黄山、池州、南平（小城市榜）。

文化沉浸型城市在地理上高度集中在三个区域：山西（全国文保密度最高）、浙闽沿海（非遗与宗教文化丰富）、皖赣（徽州文化和瓷文化核心区）。这种集中不是偶然，文化遗产的积累需要千年时间尺度，它不可能在短期内被人为创造或搬迁。

这类城市面临的核心挑战是如何把“有文化”转化为“有体验”。山西拥有全国最多的全国重点文物保护单位，但多数文保单位的呈现方式仍以静态展示为主——游客能看到，但很难参与其中。景德镇的差异化启示在于它的参与力不只来自历史积淀，更来自一个“活的”创意生态。遍布老城区的手作工作室让任何人在半小时内就能坐到拉坯机前。这种“低门槛可参与性”是多数文化型城市尚未实现的。

另一个值得注意的挑战是松弛感不足。文化资源密集的城市往往城市规模较大、旅游开发程度较高，导致松弛节奏感维度偏低。一个满是古建筑但倘若游客摩肩接踵的古城，生产的是疲惫而非治愈。文化沉浸型城市需要在“文化密度”和“体验节奏”之间找到平衡——减少景点数量、拉长体验时间、降低单次行程强度，让文化从“被参观”变成“被浸润”。

松弛生活型：节奏与兼容性驱动的“住下来”的地方

这类城市的松弛节奏感维度接近满分（95分以上），深度沉浸力也较高，整体呈现“适合住下来”的特质。它们的治愈力核心是“兼容性”——城市的节奏与人的内在需求高度匹配，旅行者不需要刻意调整自己去适应环境，而是感到“这个地方就是为我准备的”。

TOP20 中的典型代表是绍兴、台州、温州（大城市榜），大理、湖州、舟山、衢州（中等城市榜），丽江、丽水（小城市榜）。浙江城市在这个类型中的集中度极高——绍兴、台州、温州、湖州、舟山、衢州、丽水七座城市几乎构成了松弛生活型城市的代名词。

松弛生活型城市的一个核心特征是：它们的治愈力往往不是来自某个明星景区或单一体验项目，而是来自城市整体的生活品质——步行尺度是否友好、街边是否有可以坐下来的空间、早餐是否便宜好吃、邻里关系是否松弛而非冷漠。这种“弥散性的舒适感”很难用单一指标衡量，但它恰恰是松弛节奏感维度在试图捕捉的东西。

但松弛生活型城市也面临一个悖论：它们的吸引力越大，涌入的人越多，松弛感就越容易被稀释。阿那亚的例子在业界已广为讨论——当一个以生活方式著称的空间里人越来越多，“愈”的价值会被稀释，景区化逻辑则会增强。松弛生活型城市需要思考的核心问题不是“如何吸引更多人来”，而是“如何在人来了之后仍然保持松弛”——这可能涉及容量管理、空间分流、淡旺季平衡和社区治理等更深层的城市运营课题。

精神探索型：自洽与内在和解驱动的“安顿内心”

这类城市的情绪自洽力维度显著高于其他维度，通常由宗教精神空间密度和社交媒体自洽感表达共同驱动。它们的治愈力核心是“精神性安顿”——旅行者到此的核心需求不是休息身体或学习文化，而是获得某种内心的平静、自我接纳甚至与自己和解的感觉。

在 TOP20 三个榜单的 60 座城市中，这是五种类型中城市数量最少、但特征最鲜明的一种。在本报告的分类中，以精神探索为主导特征的城市包括泉州（大城市榜）、拉萨（中等城市榜）、林芝和池州（小城市榜）。此外，忻州（五台山所在地）和舟山（普陀山所在地）虽然在主导维度上

更接近松弛生活型，但同样具有显著的精神探索属性——精神性空间是它们治愈力的重要组成部分，只是不构成最突出的单一维度。

精神探索型城市在三个榜单的 60 个城市中是稀缺的。多数城市在情绪自洽力维度上的得分低于 40 分，而拉萨和林芝接近满分——这种极端分化反映了精神性空间在中国城市中分布的高度不均。拉萨的藏传佛教寺庙密度、泉州的多元宗教共存格局、池州九华山的佛教文化，都是各自区域中不可复制的精神性资产。

精神探索型治愈需求的增长是近年来一个值得关注的信号。禅修市场规模从 2019 年的 500 亿元增至 2024 年的 900 亿元，在调研中表示去过寺庙的消费者中 19—30 岁年轻群体占比近半——这说明精神性疗愈不是中老年人的专属，年轻世代同样在寻找精神安顿的空间。对于那些拥有宗教文化遗产的城市而言，这是一个需要被重新审视的机遇——但前提是尊重精神空间的内在逻辑，而不是将其简单改造为景区消费场景。

综合均衡型：五维无明显短板的“全能选手”

这类城市在五个维度上的得分较为均匀，没有特别突出的单项冠军，但也没有明显短板。它们的治愈力不靠某个极端优势，而是靠“什么都不差”的整体品质。

TOP20 中的典型代表是杭州、宜昌、西宁（大城市榜），黄山、甘孜（小城市榜）。中等城市榜中没有特别典型的综合均衡型城市——多数中等城市的松弛节奏感都显著高于其他维度，呈现更偏向松弛生活型或自然疗愈型的结构。而杭州和黄山分别是大城市和小城市赛道中均衡型的标杆。

综合均衡型城市的优势在于“稳定性”——无论旅行者侧重哪种治愈需求，这些城市都能提供合格的回应，不会让人觉得“某个方面严重不足”。它们适合那些需求尚未明确分化的旅行者——不确定自己想要什么，但去了之后发现“什么都有一点、什么都还不错”。

综合均衡型城市的挑战在于“辨识度”。正因为什么都不极端，这些城市在传播中容易缺少一个鲜明的标签。杭州有西湖这张名片，但多数综合均衡型城市没有这样的超级符号。对这些城市而言，游愈发展的方向不

是追求某个维度的极端突出，而是把“均衡本身”作为传播价值——“一座什么都不赶、什么都刚好的城市”，这个定位本身就具有治愈力。

五种类的总体观察

“人人可游、处处可愈”——这个表达的前提正是不同目的地提供不同类型的治愈体验。张三在拉萨的寺庙里感到治愈，李四在景德镇的窑炉旁获得平静，王五在绍兴的水巷边找到松弛，赵六在呼伦贝尔的草原上只需要呼吸。游愈不是一种标准化的产品，而是旅行者与目的地之间的个性化匹配。

同时需要指出的是，部分城市在分类上处于两种类型的交叉地带。比如池州同时具备精神探索型（九华山佛教文化）和文化沉浸型（丰富的历史遗存）的属性，舟山兼有松弛生活型（海岛节奏）和精神探索型（普陀山）的特征。这种复合性往往正是一座城市治愈力丰富性的来源——它能同时回应不同旅行者的不同需求，因而具有更广阔的市场适配性。

本报告目的不在于告诉每个人“应该去哪里”，而在于提供一套工具，帮助不同需求的旅行者找到与自身节律最兼容的城市，也帮助城市管理者看清自己在这张治愈力版图上的位置，找到最适合自身资源禀赋的发展方向。

第四章 建议：给城市的游愈行动指南

游愈指数的核心价值不在于排名本身，而在于帮助城市识别自身的治愈能力结构——哪些维度已经形成优势，哪些环节仍有空间，哪些禀赋尚未被充分感知。

从第三章的分析可以看到，不同城市的短板并不相同。张家口的身心疗愈感接近满分，但参与创造力不到 60 分；拉萨的情绪自洽力断层领先，但松弛节奏感仅 50 多分；黄山五维均衡、几乎没有短板，但在精神性空间供给上仍有空间。这些维度结构上的差异，决定了不同城市需要截然不同的提升策略。

以下六组建议，对应六种典型的城市处境。每一组都从维度诊断出发，指向可操作的行动方向。

4.1 气候生态型城市：从“有风景”转向“有生活”

对应类型为自然疗愈型城市——身心疗愈感和松弛节奏感突出，参与创造力和深度沉浸力薄弱。典型城市如张家口、秦皇岛、赤峰（大城市榜），本溪、承德（中等城市榜），雅安、兴安盟、呼伦贝尔（小城市榜），以及大量维度结构相似的北方和西南山地城市。

这些城市的共同画像是游客来了能感到放松，但“放松之后做什么”没有被充分回答。它们拥有极好的“放空”环境，但“赋能”的内容尚未跟上。因此，提升方向集中在两件事上。

一是把自然资源从“背景”转化为“过程”。森林康养城市可以开发晨间太极、自然观察、低强度徒步、睡眠改善等轻课程；温泉资源城市可以将泡汤、食养、慢行、理疗结合为多日产品；滨海城市可以围绕海岸慢行、潮汐观察、低密度亲子活动构建体验。游愈产品不一定依赖大型投资和高端设备，关键在于让游客从“看到好风景”变成“在好风景里做了一件事”。河西走廊上的武威、张掖、酒泉，虽然游愈指数排名靠前，但如果到访者只能“看丹霞、住酒店、下一站”，气候和生态优势就无法转化

为停留时长和复访意愿。

二是从“景点串联”转向“生活半径营造”。一个适合游愈的目的地，不只是景区本身好看，还应具备可步行的街巷、友好的公共空间、安静的休憩节点、稳定的住宿供给和便利的社区服务。真正有价值的不是复制大理或安吉的外形，而是把本地最日常、最舒服的生活组织起来，让游客可以在其中自然停留。林芝的深度沉浸力在全国小城市中排名第一，但它的高分来自极致自然而非生活配套——如果能补上社区化的生活内容，它的治愈吸引力将从“朝圣式”转向“可停留式”。

4.2 文化富集型城市：从“文化展示”转向“文化润心”

对应类型为文化沉浸型城市——参与创造力突出，但松弛节奏感往往偏低。典型城市如长治、泉州（大城市榜），晋城、晋中、景德镇、潮州（中等城市榜），黄山、池州、南平（小城市榜）。

山西是这一类型的集中代表——全国文保单位密度最高的省份，在三个榜单中贡献了多个 TOP20 席位。但山西城市群的一个共同挑战是深度沉浸力维度普遍偏低，“有文化遗产”不等于“有沉浸体验”。

文化型城市的核心挑战是文化资源如果只被用来增加景点数量、制造密集参观行程，反而可能加重游客的疲惫感。游愈所需的文化融合，是让游客更安静、更投入、更愿意停留，而不是把所有空间都改造成消费场景。

因此，一是降低参与门槛，增加可感、可坐、可听、可动手的慢内容。景德镇的启示恰恰在于，它的参与力不是来自博物馆的规模，而是来自遍布老街的工作室和“人人可上手”的陶瓷体验——低门槛的可参与性是多数文化型城市尚未实现的。历史街区不应只有商业店铺和网红门头，还应保留日常生活的尺度；非遗不应只是橱窗展示，而可以转化为短时手作、驻留课程和主理人社群。

二是尊重不同文化空间的内在规律。红色文化、宗教空间、纪念性场所、严肃历史遗存，都有自身的文化逻辑和公共属性。五台山所在的忻州，松弛节奏感在小城市中排名第一，这个分数不是来自商业化开发，恰恰来自它作为宗教空间的天然静谧和低密度节奏。过度的旅游化改造反而可能

破坏这种独特的治愈禀赋。文化空间的游愈价值不在于“被看到”，而在于“被感受到”——这需要克制而非堆砌。

4.3 主观感知偏低型城市：从“有资源”转向“有感受”

对应情境为客观维度得分较高，但社交媒体主观维度得分明显偏低——有资源但没有被充分感知。游愈指数融合了客观数据和社交媒体主观数据，如果将两类数据分开审视，可以发现一些城市存在明显的“客观—主观落差”：气候、空气、生态、文化遗产等客观条件不错，但社交媒体上的放松感、沉浸感、松弛感等主观表达却不突出。这类城市不是“不治愈”，而是“治愈了但没人知道”。

这类城市的首要任务不是建设更多硬件，而是解决“被看见”和“被感受到”的问题。传播重点不宜只放在景点照片和宣传片上，而应更多呈现一日生活：清晨散步、菜市场、咖啡馆、山路、河边、社区活动、傍晚音乐会。这些内容更容易传递游愈的真实感，比如可以邀请旅居者、数字游民、手作主理人、自然教育者共同参与内容生产，把城市从“旅游目的地”转化为“生活方式样本”。

大理的内容生态提供了一个可参照的逻辑：它的社交媒体影响力不是官方宣传片的产物，而是数十万旅居者日常分享的自然累积。真正持久的传播不是城市对外喊话，而是让外来者在本地生活并持续讲述他们与城市之间的故事。

同时，要把短期游客转化为长期关系。城市可以设计“一周生活体验”“旅居体验计划”“节气慢游线路”“候鸟旅居套餐”等产品，让游客在停留中形成记忆、在记忆中形成复访。阿勒泰的案例说明，一次高质量的内容传播可以在短时间内重塑一座城市的认知位置——但这种内容势能需要被持续的体验供给所承接，否则热度会迅速消退。

4.4 主观感知偏高型城市：从“流量触达”转向“体验兑现”

对应情境是社交媒体主观维度得分较高，但部分客观维度条件一般——被谈论得多，但体验可能跟不上。与上一种情况相反，有些城市在社交

媒体上的正面表达比例较高——放松感、推荐度、治愈感等主观指标得分不错——但客观环境条件并不都跟得上。这种落差可能来自阶段性的内容热度（某次传播事件带来短期口碑溢出），也可能来自城市的某些独特体验确实在指标覆盖之外（比如美食、社群氛围、夜间活动等不在当前指标体系中的因素）。

对于这类城市，建议分两步思考。一是审视热度的可持续性。如果社交媒体上的正面评价主要由短期事件驱动（一部剧、一次营销、一个网红打卡点），那么当热度消退后，客观条件的不足会迅速显现。这类城市需要在热度窗口期内抓紧补齐实际的体验品质——从抵达、住宿、交通、餐饮、游览到离开的全流程。游愈不是玄学——它首先建立在舒适、安心和被尊重的体验之上。与其增加新的景观装置，不如优先补齐基础服务。

二是正视“人头攒动”对治愈体验的破坏。游愈追求的不是越热闹越好，而是适度密度、可控节奏和舒适秩序。对于以松弛、疗愈、旅居为卖点的目的地，过度拥挤会直接稀释“愈”的核心价值。重点景区应通过预约分流、错峰产品、夜间延展和周边联动来控制核心区域密度——阿那亚的教训已经表明，当一个以生活方式著称的空间人越来越多，景区化的逻辑就会吞噬治愈的价值。

4.5 旅居转型型城市：从“游客短停”转向“长期度假”

对应情境为已具备旅居条件（气候、生态、生活成本），需要从“旅游目的地”升级为“可长期停留的度假地”。典型城市如昆明、大理、丽江、西双版纳，以及分布在避暑和避寒两条气候带上的大量中小城市。

旅居和候鸟式停留正在成为游愈的重要形态。银发群体并不只是被照护对象——他们是有时间、有消费能力、有社交需求的高频旅行者。北方的夏季避暑城市群和南方沿海的冬季避寒城市群，构成了候鸟式旅居的两条地理主线。

这类城市需要完成一个关键认知转变：从“目的地”思维转向“度假地”思维。传统观光旅游重在景点组织，度假和旅居重在生活组织。吃、住、行、游、购、娱不再只是被旅行社打包成线路，而是每一个要素都应

成为独立的吸引力——一个好的民宿、一家有地方气质的餐厅、一条舒服的步道、一套成熟的康养课程，都可能成为游客停留的理由。惠州近年在珠三角近程旅居市场中的崛起，靠的不是某个明星景区，而是气候、滨海、温泉、价格和离深圳的距离形成的综合旅居吸引力。

但转型中需要正视一个产业现实：游愈型产品本质上是长周期、重运营、依赖复购的，不是一次性的门票生意。如果市场经营主体持续弱化——景区免票范围不断扩大、安全管控趋严导致体验类项目收缩、企业缺乏长期投入预期——那么再好的旅居条件也难以转化为可持续的产品供给。城市在推动旅居转型时，不能只考虑“旅游者的便利化”，还必须同时考虑“经营者的生存空间”——稳定的政策预期、合理的用地安排和可持续的盈利模式，是旅居产品供给的基础设施。

同时，银发旅居产品还需要特别注意边界。目的地可以提供健康生活方式、环境调节、运动康复和社群陪伴，但不宜夸大治疗功能，更不能以疗愈之名进行过度承诺。建立清晰的产品边界和服务标准，既是保护游客，也是保护产业本身。

4.6 对所有城市的共同底线

无论属于哪种类型，城市的游愈行动都需要守住三条底线。

一是游愈是体验改善，不是疗效承诺。城市可以营造放松环境、提供康养服务、设计生活化产品，但不应将普通旅游产品包装为能够治疗疾病的项目。中国式游愈的核心是“生活疗愈”——在行走、旅居、在地体验中自然生成松弛与自洽的身心状态，无需依托专业设备和刻意包装的服务流程。凡涉及医疗、心理咨询、康复干预等内容，都应依法合规、明确资质与边界。

二是游愈不是复制标杆，而是因地制宜。大理的旅居生态、安吉的青年共创、黄山的数字游民社区、景德镇的手作参与、昆明的气候均衡，都建立在各自的资源禀赋和产业基础之上。其他城市可以借鉴其方法，不能照搬其外形。第三章呈现的五种“游愈人格”本身就说明：不存在放之四海皆准的游愈模板，每座城市都需要找到自己最擅长的那个维度，把它做

深做透。

三是游愈是城市服务工程，不是短期流量工程。它要求城市同时改善环境、公共服务、空间秩序、产业供给和传播表达。一个城市如果能让本地人更愿意散步、停留、交流和放松，也就更容易让外地游客感到舒适。游愈最终不是一个营销概念——它是用一种面向游客感受的语言，去检验和提升城市的综合宜居品质。

报告说明

本报告全部内容版权归新京报所有。未经授权，任何单位或个人不得以任何形式复制、转载、重制、修改、传播或用于商业用途。

出品机构

新京智库是依托于新京报平台成立的新型媒体智库，我们着眼于自身立足北京的区位优势，服务北京、面向全国、放眼世界。在国家政策解读、政商学媒“四维一体”资源对接、城市案例研究和品牌传播等方面，生产具有高度专业化、全球广泛影响力的作品与研究成果，为政府、企业和行业机构提供一流的智力支持。

专家支持（按拼音顺序）

孙若风 文化和旅游部科技教育司原司长

信宏业 中国电子商会数字文旅专委会理事长

张 辉 北京交通大学旅游管理系教授

张婷婷 中国传媒大学区域品牌与传播研究院副院长

撰写人员

撰写：郑伟彬 肖隆平

编辑：肖隆平

校对：李立军