

世界级旅居现象：发展逻辑、价值新生与未来路径^{*}

明庆忠, 闫 昕

(云南财经大学 旅游文化产业研究院, 云南 昆明 650221)

〔摘 要〕旅居是一种介于旅游与长期居住之间的新型生活方式,是“游居结合”的活动,正逐渐成为世界性的大众化旅游现象。日益增长的旅居受到多学科关注,形成了一些研究成果,但对其学理性、逻辑性、系统性研究较为匮乏。有鉴于此,文章首先论证旅居已成为世界级的现象,继而应用移民、地理套利、慢旅游等研究成果分析了旅居发展的理论逻辑,从政策红利支持、消费升级、技术创新与区域经济互动等驱动因素与机理辨识了发展的实践逻辑;旅居不仅可以促进资源价值更好变现、带来效应价值增加,还可以促进旅游业创新发展、拓展旅游目的地内涵与外延,以及促进旅游业量质齐升等。阐明了旅居促进旅游的价值新生与产业重构的重大价值。在未来,促进旅居高质量发展,要优化旅居营商环境,激发市场主体活力,推动旅居市场化、专业化、标准化、规模化与品牌化发展。除搭建集信息、服务、交易于一体的综合性平台“旅居网”外,还应进一步提升核心竞争力,如拓展和构筑全产业链的发展空间、提高经营和服务质量、提升旅游智慧化应用的运营效率等。

〔关键词〕世界级旅居现象;发展逻辑;价值新生;产业重构;未来路径

〔中图分类号〕F59 〔文献标志码〕A 〔文章编号〕1674-5639(2025)05-0001-10

DOI: 10.14091/j.cnki.kmxyxb.2025.05.001

一、引 言

诗意地栖居是每个人都在寻求的一种理想化生活状态,而旅游是人们获得诗意地栖居的重要途径。^①旅居是一种新兴的旅游发展业态,是一种介于旅游与长期居住之间的新型生活方式,不仅见证了旅游消费的深度变革,也回应了大众对优质生活的深度需求。旅居的本质,是人类对生存空间的重新定义,正逐渐成为世界性的大众化旅游现象。国际移民组织(IOM)将旅居定义为“基于自愿原则,在目标地开展3个月至5年停留,通过深度参与本地经济、社会系统实现康养、工作、学习等目标导向的流动性实践。”^②云南省文化和旅游厅等7部门发布的《加快推进旅居云南建设三年行动》把旅居定义为省外人以旅游休闲、度假康养、移动办公以及户外运动等为目的前来居住两周以上的行为。

现代社会已由“社会性的社会”(Social as Society)转变为“流动性的社会”(Social as Mobility)^③,而“流动性社会”隐含着对旅游传统认知的挑战与观念更新。近年来,西方社会及转型期的中国社会开始出现越来越多的“新游牧主义”(New Nomadism)群体——生活方式型旅行者,^④人们逐渐接受一种流动的生存和生活方式,在流动中居住,在居住中流动,^⑤旅行与居住两个原本不相关的行为已紧密融合,并促使旅游从单一化的观光向多元化的生活方式转变,旅游与日常生活间的界限逐渐被打破。^⑥社会学及旅

^{*} 〔作者简介〕明庆忠,男,湖北黄冈人,云南财经大学教授,博士生导师,博士,研究方向为区域旅游开发与管理;闫昕,女,云南财经大学在读博士研究生,研究方向为区域旅游开发与管理。

〔基金项目〕国家自然科学基金项目“山地旅游者精神幸福体验的具身实现与溢出机制研究”(42571298);云南省高校服务重点产业科技项目“新质生产力促进云南康养旅居产业高质量发展研究”(FWCY-BSPY2024095)。

① 杨振之. 再论旅游的本质[J]. 旅游学刊, 2022, (4): 140-152.

② 贾云峰. 旅居产业的内涵、特征与未来策略[EB/OL]. (2025-07-31)[2025-10-05]. <https://mp.weixin.qq.com/s/Q7ME-jDUkQUjwI80iGLLQ>.

③ HALL C M, MÜLLER D K. Tourism, mobility and second homes: Between elite landscape and common ground[M]. Clevedon: Channel View Publication, 2004.

④ 孙九霞. 流动性社会中旅游新趋势与新价值[N]. 中国社会科学报, 2021-03-24(8).

⑤ 赵松松, 高丽华. 旅游视阈下旅居研究及展望[J]. 中国名城, 2021, (6): 21-28; UNCED. Chapter 13 in agenda 21: Managing fragile ecosystems sustainable mountain development final report[M]. Conches: UNCED, 1992.

⑥ 王金莲, 苏勤, 吴骁骁, 等. 旅游地理学视角下第二居所旅居研究[J]. 人文地理, 2019, (1): 90-98; 赵松松, 高丽华. 旅游视阈下旅居研究及展望[J]. 中国名城, 2021, (6): 21-28.

游学是与旅居研究关系最为密切的学科领域,^① 旅居最开始是一个社会学概念,是指个体在惯常居住地和文化环境以外生活 6 个月到 5 年的时间,一般包括留学生、外国商人、国际旅行者、旅外职员等群体。^② 在旅游研究领域,旅居可被视为“旅游”与“移民”间的灰色地带,其多被描述为生活方式旅游^③、第二居所旅游^④、居住旅游^⑤等。但若将旅游与移民置于一个连续迁移谱系的两端,旅居现象则更贴近这一连续谱系中的旅游端。^⑥ 旅居与旅游在主体特征、主体行为等方面存在着复杂而密切的联系。^⑦ 从旅游研究视角看,旅居现象的出现与休闲度假旅游及季节性旅游的发展有关,并逐渐被概念化为追求某种生活方式或其他动机的暂时性旅游移居活动。^⑧ 旅居不能简单地等同于“旅+居”,其实质上是一种依托旅居地自然环境、社会环境、旅游吸引物以及公共服务设施的生活方式,是旅游者出于休闲度假、健康疗养等多样化旅游动机而进行的“游居结合”的特殊旅游活动,^⑨ 具有“移动中的逗留”“旅行中的居住”两大特征^⑩。相较于社会学意义的旅居,旅游学视域的旅居在时间范围上并未达成共识,但其却呈现出往返更加频繁的特征;相较于一般意义的旅游活动,旅居活动大多是基于短期游览与长期沉浸生活体验的复合性目的^⑪。旅居活动的主体是旅居者,旅游学视域下的旅居者常被称为旅游移民^⑫、长住游客^⑬、生活方式移民^⑭等。一方面,旅居者的驻留时间多以“月”或“年”为单位,而一般意义的旅游者多以“日”为单位开展旅游活动;^⑮ 另一方面,旅居者更加注重在旅居地的长期沉浸式生活体验,他们在一定程度上参与目的地的社会文化生活,并能产生一定的地方依恋与身份认同^⑯。

然而,面对日益增长的旅居发展,学界对旅居的学理性、逻辑性、系统性研究还较为匮乏,认清旅

① 文谨,白凯,孙星. 地理学视角下的出国旅居研究综述 [J]. 地理科学进展, 2013, (7): 1148-1158.

② MILSTEIN T. Transformation abroad: Sojourning and the perceived enhancement of self-efficacy [J]. International Journal of Intercultural Relations, 2005, (2): 217-238.

③ SALAZAR N B, ZHANG Y. Seasonal lifestyle tourism: The case of Chinese elites [J]. Annals of Tourism Research, 2013, (43): 81-99.

④ HILTUNEN M J. Environmental impacts of rural second home tourism: Case lake district in Finland [J]. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2007, (3): 243-265.

⑤ OMAS M. Inquiring into residential tourism: The Costa Blanca case [J]. Tourism & Hospitality Planning and Development, 2006, (2): 89-97.

⑥ HAUG B, DANN G M S, MEHMETOGLU M. Little Norway in Spain: From tourism to migration [J]. Annals of tourism research, 2007, (1): 202-222; 程豪, 杨钊. 从大众旅游到乡村旅居: 乡村区域旅游发展的新趋势——基于元方法的驱动力分析与旅居地假设 [J]. 地理科学, 2021, (1): 83-91.

⑦ 赵松松, 高丽华. 旅游视阈下旅居研究及展望 [J]. 中国名城, 2021, (6): 21-28.

⑧ ANANTAMONGKOLKUL C, BUTCHER K, WANG Y. Developing a theory of intercultural integration into the destination neighbourhood [J]. Tourism Management, 2019, (74): 144-154.

⑨ 雍雯. 三亚旅居行业发展对策研究 [D]. 海南热带海洋学院硕士学位论文, 2019.

⑩ TUAN Y F. Space and place: The perspective of experience [M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977; CLIFFORD J. Routes: Travel and translation in the late twentieth century [M]. Cambridge: Harvard University Press, 1997.

⑪ HAUG B, DANN G M S, MEHMETOGLU M. Little Norway in Spain: From tourism to migration [J]. Annals of tourism research, 2007, (1): 202-222; XU H, WU Y. Lifestyle mobility in China: Context, perspective and prospects [J]. Mobilities, 2016, (4): 509-520.

⑫ SUN J, LING L, HUANG Z. Tourism migrant workers: The internal integration from urban to rural destinations [J]. Annals of Tourism Research, 2020, (10): 72-84.

⑬ ANANTAMONGKOLKUL C, BUTCHER K, WANG Y. Developing a theory of intercultural integration into the destination neighbourhood [J]. Tourism Management, 2019, (74): 144-154.

⑭ BENSON M, O'REILLY K. Migration and the search for a better way of life: A critical exploration of lifestyle migration [J]. Sociological Review, 2009, (4): 608-625.

⑮ BACK A, ROGER M. Mapping an invisible population: The uneven geography of second-home tourism [J]. Tourism geographies, 2017, (19): 1-17.

⑯ 李立华, 周瑾, 雷若然. 工作旅游视角: 山地旅游高质量可持续发展新思维 [J]. 中国生态旅游, 2022, (6): 905-922.

居发展的现象,辨识其发展底层逻辑、价值重构、产业新生以及创新路径,可丰富旅居和旅游研究的有关理论内涵,有助于加深对旅游市场供需理论的理解,在实践上有助于促进旅居产业发展,指导产品创新,拉动旅居需求和消费增长,推动旅游产业持续健康发展和建设旅游强国。

二、旅居:一个世界级现象

20世纪初,佛罗里达的退休老人季节性南迁开启了早期旅居雏形;二战后,戛纳的酒店开始为长住客提供厨房设施,标志着旅居与酒店业的首次融合;2000年前后,迪拜的产权式酒店让不动产有了流动价值。可见,从20世纪初的候鸟式养老到21世纪旅居的全面崛起,以及疫情推动远程办公常态化带来的数字旅居、创业旅居,旅居市场出现集群爆发趋势,旅居经历了世纪之变。据联合国人口司2023年报告,全球跨境流动人口已突破12亿,其中“旅居型人口”(指停留1~12个月的流动人口)占比达37%。世界银行最新研究显示,旅居产业对GDP的贡献率在2022年已超过传统旅游业的1.8倍,成为后疫情时代经济复苏的“隐形引擎”。^①

据彭润《移动的生活:旅居住宿市场洞察报告》,自20世纪初,美国佛罗里达等地“候鸟式养老”旅居显现。1912年,美国布雷登顿市为吸引北方居民长期租住推出了首批冬季度假屋;1950—1990年,全球旅游业兴起,度假酒店、长租公寓式酒店进入市场,旅居与酒店深度融合;随后,分时度假模式流行,国际酒店集团纷纷布局度假型物业,希尔顿和万豪等全球连锁酒店集团开始扩展度假酒店业,旅居加速发展。21世纪初,欧洲和东南亚公寓酒店发展日趋成熟,旅居逐步成为酒店细分市场之一。例如,2002年,雅高推出专注公寓式酒店运营的Adagio品牌;2008年Airbnb成立,颠覆了传统住宿市场。随着远程办公的兴起,长短租混合模式催生“新旅居”需求,各酒店集团开始探索长住型产品。2020年后,疫情进一步推动远程办公,酒店办公成为常态化,国际品牌加持长住型酒店,旅居市场迎来新增长。^②

随着世界经济社会的发展、各国政策的支持以及科技的发展等,旅居呈“百花齐放”的格局。如泰国有退休签证(Retirement Visa),有效期1年(可无限次续签),目标人群是50周岁及以上的外国公民;马来西亚有第二家园计划(Malaysia My Second Home, MM2H),针对50岁以上的外籍退休人士,颁发10年签证,生活成本和国内二线城市差不多;欧盟“绿色旅居护照”计划,带动成员国跨境客流增长45%;日本蒲公英介护村模式验证“养老+旅居”的可行性,客户复购率达82%;新加坡“智慧旅居大脑”动态调配资源,使客房空置率控制在3%以内;爱沙尼亚“旅居链”实现房源智能合约管理,纠纷率下降76%;迪拜“未来城市”计划构建全球首个区块链旅居身份系统,实现无感通关。^③

全球旅居产业正经历几何级增长拐点。世界旅游组织(UNWTO)数据显示,2023年旅居市场规模突破6200亿美元,较疫情前增长217%。^④这场变革绝非简单的产品迭代,而是形成了以“空间+服务+技术”为核心的立体化产业集群效应。

国内旅居率先从浙江、海南、云南、山东等省份发轫。旅居云南成为在“文旅供给-消费升级”双重趋势推动下的新产业机遇、高质量发展的新抓手。例如,2025年1月15日,文化和旅游部、中国气象局联合推出包括西双版纳在内的26个“避寒康养好去处”;^⑤云南、海南、广西等地以“避寒”目的地吸引众多游客。不仅如此,各地还积极探索发展旅居产业,如海南计划针对60岁以上人群推出银发旅游产品,探索“冬南夏北”旅居养老模式^⑥;云南2024年出台了《加快推进旅居云南建设三年行动》,推动乡村旅居、城镇旅居、温泉旅

① 伟航.旅居经济:撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL].(2025-04-07)[2025-10-07].<https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGC5kw5vzGNAH4yQ7w>.

② 彭润咨询团队.彭润发布|旅居住宿市场洞察报告[EB/OL].(2025-06-26)[2025-10-21].<https://mp.weixin.qq.com/s/FVsB6TfUZPHyAFZvG6d3-Q>.

③ 旅居产业呈现集群化爆发趋势:重构人类生存新范式[EB/OL].(2025-03-19)[2025-10-07].<https://mp.weixin.qq.com/s/gBVfISGLuHTyskq4ahl0NdG>.

④ 旅居产业呈现集群化爆发趋势:重构人类生存新范式[EB/OL].(2025-03-19)[2025-10-21].<https://mp.weixin.qq.com/s/gBVfISGLuHTyskq4ahl0NdG>.

⑤ 中国气象局.中国气象局与文化和旅游部联合发布10条全国冰雪旅游路线和26个今冬避寒康养好去处[EB/OL].(2025-01-15)[2025-10-07].https://www.cma.gov.cn/zibd/2025zt/20250114/2025011403/202501/t20250115_6799470.html.

⑥ 海南省旅游和文化广电体育厅.海南将推出银发旅游精品旅游线路探索“冬南夏北”旅居养老模式[EB/OL].(2025-03-14)[2025-10-07].https://lwt.hainan.gov.cn/ywdt/ywdt_55370/ghkf/202503/t20250314_3832892.html.

居、医养旅居、养老旅居、文艺旅居、体育旅居和边境幸福旅居等八大新业态^①；广西出台相关政策，大力发展旅居养老、康养旅游等产业，并建设改造一批适老定居型养老社区，支持建设一批旅居养老服务综合体^②。2016—2025 年中国旅居市场客房供应量年均复合增长率达 20%，远超传统短住酒店的 14%^③；2025 年上半年，仅云南一地就接待旅居游客 280 万人次，同比增长 45.4%，人均停留时长 91 天，直接带动消费超 400 亿元^④。文化和旅游部相关负责人表示，加快发展包括旅居在内的新业态是把文化旅游业培育成为支柱产业的重要着力点。要紧跟人们旅游需求变化的新趋势，加快推动旅居休闲产业高质量发展，增加高品质的旅居产品和服务，在更好地满足人民群众对诗和远方、美好生活的向往的同时，释放文化和旅游消费的更强活力。^⑤

三、旅居：发展的底层逻辑

旅居正从单一的观光，转换扩展为一种多维度的“居”“游”结合的生活方式，实现从“欢迎来旅游”到“住下来生活”，拓展旅游业发展的价值渠道，使旅游业发生质的变化。从走马观花到“停下来享受”，延长在旅游目的地的时间；从“逛吃”到“住用”再到“沉浸式生活”，促进“流量变现、存量盘活、增量管控、变量融合”转变，拓展消费空间，拉长产业链，促进一些地方从观光型旅游目的地转向“观光+度假”等综合型旅游目的地，推进旅游业可持续发展。^⑥

（一）发展的理论逻辑

从发展的理论逻辑来讲，旅居涉及旅游、社会学、移民、经济学等多学科理论的综合交叉应用。移民理论认为，移民（migration）是一个“超常规的复杂现象”，也是一个特殊的社会进程，其最大的特点是发生一种与人类生活相关的环境转变。“移民”通常意味着放弃一种社会设置，而进入另一种较为不同的社会设置。构成“移民”的基本条件就是发生某种空间性的流动，并且以重新定居为目标。移民是一种特殊的人口流动形式，其中的推拉理论来自美国社会学家莱文斯坦（E. G. Ravenstein）的著作《移民的规律》（*Laws of the Migration*），作者对移民的迁徙规律进行了总结，认为人口迁移以经济动机为主，目的是追求生产和生活条件的改善。其他学者对此理论进行了丰富，认为决定人口迁移行为的因素是原住地的推力和迁入地的拉力，而这个因素不只局限于经济动机。^⑦

另一个理论性解释是地理套利。地理套利这个词来自英文 Geoarbitrage，首次出现在《福布斯》（*Forbes Magazine*）杂志上，指的是利用在高生活成本地区获得收入的人群将日常开支转移到生活成本较低的国家，从而提升幸福指数。美国著名作家蒂姆·费里斯敏锐地洞察到，众多旅游游民选择在生活成本较低的国家或地区度过大部分时间。^⑧曼奇内利的研究也揭示出，旅游游民倾向于在不同生活成本的目的地之间流动，以灵活地平衡生活成本与收入，进而活得更潇洒。^⑨地理套利成为旅游游民“生活方式设计”

① 新华网. 云南文旅向新求变：从“旅居品牌”到“消费升级” [EB/OL]. (2025-05-15) [2025-10-07]. <https://www.xinhuanet.com/ci/20250515/1b5c479238a54d88b7ab73e2686ef532/c.html>.

② 广西壮族自治区民政厅. 广西壮族自治区民政厅等 21 部门关于印发《广西深化养老服务改革发展的若干措施》的通知（桂民发〔2025〕20 号）[EB/OL]. (2025-07-30) [2025-10-07]. <http://mzt.gxzf.gov.cn/xxgk/zcwj/gmf/t23365215.shtml>.

③ 王丹丹. 抢夺中高端旅居市场，希尔顿惠庭为何是“稳健之选”？[EB/OL]. (2025-07-22) [2025-10-07]. https://mp.weixin.qq.com/s/aQM_UVt6JCVYHgJ8-wvKgw.

④ 云南新闻网. 流量变“留量”！旅居云南吸引力辐射全球 [EB/OL]. (2025-08-27) [2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/02MIszmjIPm09zBGxxYYIw>.

⑤ 师晓峰. 沉浸式文旅！从“打卡式旅游”到“沉浸式旅居”，“旅居产业”时代背景、发展机遇、特征规律、要素分析与实现路径 [EB/OL]. (2025-09-29) [2025-10-05]. <https://mp.weixin.qq.com/s/hHr3I26gibrDKG060wgzJQ>.

⑥ 明庆忠. 旅居热，折射旅游业发展新趋势 [N]. 光明日报, 2025-06-06 (5).

⑦ 侯成, 张艳萍. 基于推拉理论的非物质文化遗产旅游动机研究：以南充市为例 [J]. 中共桂林市委党校学报, 2024, (2): 28-35.

⑧ FERRISS T. The 4-Hour Workweek: Escape 9-5, Live Anywhere, and Join the New Rich [M]. New York: Crown Publishers, 2007.

⑨ MANCINELLI F. Digital Nomads: Freedom, Responsibility and the Neoliberal Order [J]. Information Technology & Tourism, 2020, (3): 417-437.

的关键要素，也成为其忠实实践者。地理套利不仅包括旅游游民为了节省生活成本而实施的“在高收入地区赚钱，去低消费地区生活”策略，还包括他们选择比现居住地自然环境更好、文化体验更丰富，更能满足其社交需求的地方居住。因此，泰国的曼谷和清迈、印度尼西亚的巴厘岛、德国的柏林、西班牙的巴塞罗那、葡萄牙的里斯本等地备受全球旅游游民的青睐，成为该群体最理想的聚居地。^① 在国内，旅居的主要人群是退休人员，还有 FIRE 人^②、远程工作者、自由职业者等。他们一是为了改变生活环境，如避寒、避暑、避霾等季节性旅居；二是为了降低生活成本，如选择云南玉溪抚仙湖、建水、弥勒、腾冲、芒市等地，这些地方不仅气候条件好，物价也不高。地理套利还可以衍生为双重套利（Dual Arbitrage）：一是旅居人群除了在旅居地享受更好的居住环境和更低的生活成本外，还可以在当地工作，有的甚至可以找到比原住地更好的工作；二是有些一线城市的家庭把房产置换到二、三线城市，不仅不会降低居住质量，还可以获得不错的现金流。现代人利用地理套利，成为“高性价比生存策略”——既能提高生活质量、降低生活成本，又能追求更美好的生活、追求工作与生活的平衡。

慢旅游与传统旅游最大的差异是体验深度的不同。慢旅游是一个文化沉浸的过程，主张进入一个陌生区域，融入当地生活，充分了解地方文化。如在旅游地长时间停留，像居家生活一样，亲自到市场买菜做饭、随意游逛，没有特定的目的地和出行计划。与其说慢旅游是一种旅行，倒不如说是一种“另类生活方式”的选择和体会。^③ 慢旅游的 5M 理念对旅居有一定解释力，这个理念在图 1 中得到了详细的阐述和展示。



图 1 慢旅游 5M 理念

（二）发展的实践逻辑

旅居的兴起，一是政策支持、消费升级、技术创新以及价值观变迁等多重因素驱动的结果，从中央到地方的政策红利成为重要推力。旅居已成为“扩大内需”的重要抓手：国务院《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》明确提出“丰富避寒避暑旅居、冬日暖阳等特色产品”；云南省将“旅居云南”作为全省文旅品牌，计划建设 3000 个重点旅居村，2025 年首期“旅居云南”航旅产品销售额突破 1.31 亿元。^④ 二是技术革命的现实推力。高速交通网减少了地理摩擦，远程协作工具实现了工作方式的真正解放。“数字游民”群体的兴起，是技术赋能自由流动的最典型表征。许多社会群体如程序员、设计师、自由撰稿人等，他们不再受地域限制，只要有网络，就可以在任何地方开展工作。据中国旅游研究院调查，“数字游民”社会群体已占到调查者的 11.9%。^⑤ 这部分人可以将工作与旅行完美结合，在旅居的过程中，既能完成工作任务，又能享受旅行的乐趣。三是价值改变的精神引力。在物质日益丰盈的前提下，后物质主义思潮兴起，人们开始寻求更深度的意义归属与价值实现。人们从浮躁的“打卡式”

① 姚建华，杨涵庚. 西方数字游民研究述评与中国启示 [J]. 中国青年研究，2023，（11）：81-89.

② FIRE 是“Financial Independence, Retire Early”（财务独立，提前退休）的缩写，指获得选择的自由——可以选择继续工作、从事热爱的事业、陪伴家人或探索世界的人。

③ 曹宁，明庆忠. “慢旅游”开发的基本理念与开发路径探讨 [J]. 旅游论坛，2015，（1）：81-86.

④ 云南省人民政府. 我省培育业态打造样板 全力擦亮“旅居云南”品牌 [EB/OL]. (2025-01-13) [2025-10-07]. https://www.yn.gov.cn/ywdt/bmdt/202501/t20250113_307976.html.

⑤ 中华人民共和国文化和旅游部. 《中国旅居市场需求调查报告》：越来越多年轻群体体验旅居出行 [EB/OL]. (2024-08-15) [2025-10-07]. https://www.mct.gov.cn/wlbphone/wlbydd/xxfb/zsdw/202408/t20240815_954688.html.

观光, 转向渴望在相对充裕的时间内, 以“在地者”姿态体验异质文化、学习新技能、重构身心平衡、反思生活意义, 更加注重对生命质量的追寻。在他们看来, 旅居不仅是一种旅行, 更是一种生活方式的选择, 能够让他们摆脱日常工作的压力, 体验别样的生活。这种消费观念的转变, 促使更多人踏上旅居之路。四是旅游与经济的互动能力。“后现代生活方式”得到诗意觉醒, 需求侧的多元渴望得到供给侧的有效回应; 旅游资源富集但传统产业薄弱的区域也需要可持续增长路径, 凭借资源优势, 旅居可成为地区重要发展动力。五是社会压力与心理健康受到关注。现代社会竞争激烈, 旅居成为人们缓解压力、调整心态的有效方式。离开熟悉的环境, 在一个陌生的地方, 放慢生活节奏, 与自然亲近, 与不同的人交流, 能够让他们忘却烦恼, 重新找回内心的平静。

四、旅居: 旅游的产业重构与价值新生

产业重构是指通过对现有产业的重新组织、优化和创新, 从而提升竞争力、效率 and 创新能力。其中通常涉及对产业链中各个环节的分析、评估和调整, 以实现资源的最佳利用和价值的最大化。产业重构是一个动态过程, 核心目标是实现资源的高效配置、推动创新、提高产业整体效益和社会价值。价值新生指的是价值的一种新的形态或方法的出现, 或者是对现有价值观的重新定义和创新。^①

(一) 旅居引导发展方式转变, 促进资源价值更好变现

随着旅居人群变化及旅居消费理念的变化, 更多旅居业态也随之产生并介入, 激发出旅游市场的活力和创造力。据世界银行最新研究, 旅居产业对 GDP 的贡献率在 2022 年已超过传统旅游业的 1.8 倍, 成为后疫情时代经济复苏的“隐形引擎”。^② 人们注意到, 不少地方的酒店、景区等为适应新趋势而转型, 许多有条件的民宿将营销策略转向旅居, 获客更加年轻化、更具时尚性。有的地方发展乡村旅居, 形成“村集体+农户+运营主体”的联农带农益农机制, 促进乡村全面振兴。如云南大理的“云栖里”民宿集群为全国旅居发展提供了典型样本。该平台 2023 年数据显示, 旅居客平均停留 42 天, 年消费总额达 18 万元/人, 是传统游客的 9.3 倍。其消费结构呈现三大特征: 一是在地化消费占比达 68%, 73% 的旅居者每周购买本地农产品, 客单价较游客高 40%; 二是知识付费成新增长点, 非遗扎染课程复购率达 76%, 占文化消费的 34%; 三是腾冲和顺古镇通过“民宿集群+非遗工坊”模式, 2024 年旅居收入带动古镇商铺租金上涨 40%。^③

(二) 旅居带来协同效应和价值增加

坚持市场化、专业化、标准化、规模化、品牌化发展方向, 带来旅居业新业态发展、经营主体引育、人居环境提升、公共服务配套、宣传推广赋能、促进文化传承和活化利用等方面的效应。体验式消费正改变传统零售业格局, 为人们提供更多文化体验机会, 形成新的经济增长点。此外, 一改以往观光旅游中交通等非弹性消费占比大的情况, 增加了弹性消费和在地花费。地方美食费用已成为旅居消费的一大笔支出, 越来越多的旅居者愿意在康养疗养上消费, 以民宿、青年旅社、经济型酒店等为代表的经济型住宿也成为主要选择, 还有不少人购买第二居所、租赁当地人房产旅居, 形成“消费-生产-传播”的闭环效应。以浙江莫干山的案例为例, 2023 年当地民宿客单价同比提升 27%, 但核心驱动力并非住宿收入, 而是由旅居者衍生的“在地服务”——共享办公空间实现年营收增长 140%。除此之外, 还有本地健身私教课程预约量激增 3 倍, 短视频创作者年带货农产品超 5000 万元。^④

(三) 旅居促进旅游业创新发展, 拓展旅游目的地内涵与外延

在产业重构上, 其突出特点是围绕“游”“居”产业链纵向拓展与横向延伸, 涵盖资源开发、服务提供到终端客户体验各环节。拓展文旅产业发展空间、激活文旅产业增量, 串联起上游、中游和下游产业

① FERRISS T. The 4-Hour Workweek: Escape 9-5, Live Anywhere, and Join the New Rich [M]. New York: Crown Publishers, 2007.

② 伟航. 旅居经济: 撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL]. (2025-04-07)[2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGG5kw5vzGNAH4yQ7w>.

③ 伟航. 旅居经济: 撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL]. (2025-04-07)[2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGG5kw5vzGNAH4yQ7w>.

④ 伟航. 旅居经济: 撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL]. (2025-04-07)[2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGG5kw5vzGNAH4yQ7w>.

链,开辟新赛道、塑造新动能,使旅游产业活力进一步释放。海南陵水黎安港的“候鸟社区”项目,展示了旅居产业对传统产业的颠覆性改造,适老化改造市场规模达127亿元,其中智能健康监测设备安装量年增65%;康养服务衍生出“旅居医疗保险”新产品,保费规模突破8亿元;本地居民通过“候鸟管家”平台获得服务收入,人均增收2.3万元/年。^①

(四) 旅居促进旅游业量质齐升

第一,旅居业促进个性化、定制化服务兴起,提供更细化的专属服务。例如,定制化住宿体验更注重为客户设计符合个性需求的住宿环境,使客户在异地居住时拥有高度的归属感和舒适感。第二,促进个性化健康管理。例如,基于客户的健康数据和生活习惯,提供量身定制的健康管理方案、心理支持和康复疗养服务,让客户在享受旅居生活的同时兼顾自身健康管理。第三,提供定制化的深度文化体验、主题活动,提升客户对当地文化的认识和了解,丰富旅居体验。世界银行在2023年发布的《全球旅居经济报告》指出,旅居产业已形成独特的“三螺旋”结构。一是空间价值重构:每增加1%的旅居人口,区域生产总值(GDP)增速提升0.35%(传统旅游业仅0.12%);二是知识密度提升:旅居者平均学历比本地人口高1.8个层级;三是生态韧性增强:旅居驱动的消费模式使资源利用效率提升40%。^②

五、旅居:旅游发展的未来路径

要推动旅游业发展、建设旅游强国,就要从多个维度进行转变。旅居发展是旅游市场发展的一个重要趋势,旅居正是这一转变的一大关键。旅居已成为旅游发展的“新物种”。而“始于山水、归于烟火”的美好旅居体验,正从“流量热词”逐步向“发展命题”转变。旅居是一场在新思想下的“旅游变革”,必然会引致旅游的转型升级、量质齐升,从“宝藏小城”“烟火乡村”到“养老旅居”“文艺旅居”“数字移民”,从“欢迎来”到“留下来”,从“逛吃”到“住用”,不仅吸引了各地的游客,还吸引了众多国际友人。

(一) 多维解码:构建旅居产业的运行逻辑

1. 适应季节性旅居的供需关系

夏日凉爽气候成为躲避酷暑的“自然空调”,冬日暖阳是逃离寒冷的“天然温室”,所以每年冬天东北人作为候鸟旅居者迁移到海南、云南等地,三亚表现最明显,人口短期内增长三成;云南网2025年8月7日报道,全国夏季避暑型气象康养资源县域数量云南有92个,位居全国第一,昆明更是拿下了全球避暑胜地第一名。全国各地游客到云南旅游、旅居避暑的热情不减。如2025年1月至7月,云南旅居人数已达330.74万人,同比增长46.3%。^③季节性、周期性旅居需要目的地提高弹性供给能力,做好预案,认真研究旅居产业可持续发展的关键问题。要做好转型升级,推动业态创新、产品创新、模式创新、服务创优,提高供给侧对消费侧的呼应度,推进夜间消费经济、旅游休闲街区、文旅消费城市等发展,创新文旅消费新产品、新服务、新场景。

2. 驱动专业化的旅居市场发展

旅居以更长的停留时间为纽带,将吃、住、玩、游、购、娱等体验深度融合,诠释了从短暂游览到深度沉浸的业态转变。为更好地满足旅居客需求,推动旅居目的地从“大而全”转向“专而精”,形成各具特色的旅居IP,需要高度专业化的旅居市场。大理市中和村56个闲置院落向艺术家开放,累计吸引“新大理人”千余人,其中国内知名艺术家百余人,多家客栈、旅拍企业、培训学校、动漫创意企业入驻,曾经的“失地村”成为远近闻名的“文艺村”。^④

3. 注重社群重塑主客关系

旅居者融入当地社区,像当地人一样买菜做饭、散步聊天,体验一种慢节奏的生活。从“走马观花”

① 伟航.旅居经济:撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL].(2025-04-07)[2025-10-07].<https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGG5kw5vzGNAH4yQ7w>.

② 伟航.旅居经济:撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL].(2025-04-07)[2025-10-07].<https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGG5kw5vzGNAH4yQ7w>.

③ 伟航.旅居经济:撬动区域增长的“空间重构者”(深度分析)[EB/OL].(2025-04-07)[2025-10-07].<https://mp.weixin.qq.com/s/NcOBHGG5kw5vzGNAH4yQ7w>.

④ 大理自治州人民政府.大理州着力打造“艺术家第二居所”文化品牌:聚集艺术人才融汇文化创意[EB/OL].(2024-05-17)[2025-10-21].<https://www.dali.gov.cn/dlrnzf/c101532/202405/170daaa76ef943feaa97ccba20efcc6b.shtml>.

到“安家落户”，从“游客”到“旅居客”，重构游客与旅游、游客与目的地的关系，诠释了从短暂游览到深度沉浸的业态转变，旅居成了一种生活方式。如云南沙溪古镇的旅居者自发组建的微信群不仅分享租房信息，还挖掘出周边隐秘的徒步路线。^① 社群共创让地方价值得到重新发现，当旅居者与当地人从“服务与被服务”变成“亲友关系”，地域文化的传播便有了情感温度。

4. 利用旅居资源盘活房地产

旅居创新让不动产“动”起来，从“一次性销售”转向“持续性服务收益”，为房地产去库存提供了新思路。旅居介入地产有更多的形式参与，旅居最大的衍生消费则是旅居地产的开发与销售，还有地产长短租赁等多种形式的产品发展。如，据云南省房产交易的监测数据显示，2024 年 1—10 月份，全省共销售商品房 16.81 万套，其中外省群体购房 5.41 万套，占比高达 32.2%，表明了外来人群在安居与旅居方面的旺盛需求；^② 又如，三亚的产权式酒店让业主每年可免费使用 45 天，其余时间为委托运营获取分红；^③ 杭州的长租公寓通过“按月短租+会员制”的方式吸引数字游客；黄山的民宿集群则整合闲置农房，统一改造后形成差异化住宿产品。

5. 旅居促进生活的重构

深度参与让旅居者不再是文化旁观者，而成为地方生活的积极建构者。《瞭望》杂志发表的《旅居云南正勃兴》称，几年前，四川人郭鹏在昆明西山区大墨雨村旅居，成为“新村民”，在他潜心斫琴的同时，还静静享受这里的悠闲时光。“柴米油盐才叫日子。”如今，郭鹏的父母也搬来和他一起生活，他们租下一亩多地养鸡种菜，还经营着一家川菜馆。一位在云南大理旅居 3 年的设计师说：“在这里，我每周都去三次市集，认识了卖鲜花饼的阿婆；每月参加两次白族扎染工作坊，现在能独立完成作品；甚至加入了本地的足球队。”^④ 他们不再是匆匆过客，而是把旅居地当成日常栖居的第二故乡。

(二) 提升：被动经历转化为主动选择

旅游不一定旅居，但旅居必然归属于旅游。旅居正在重塑人们的生活方式、消费行为和社会关系，逐渐从一种被动的经历转化为一种主动的选择，成为在“文旅供给-消费升级”双重趋势推动下的新产业机遇，高质量发展的新抓手，在未来可有效助力实现跃升式大发展。^⑤ 在未来，应乘势而上，下好“先手棋”、谋划“制胜招”，促进旅游高质量发展、建成世界旅游强国。第一，要优化旅居营商环境，创新“金用服”合作模式，激发旅居市场主体活力，营造宜居、宜游、宜业、宜养的旅居环境。第二，制定旅居服务规范及标准，推动旅居服务市场化、专业化、标准化、规模化、品牌化发展。第三，搭建集信息、服务、交易于一体的综合性平台——“旅居网”，涵盖各类旅居产品信息，如旅居地产、民宿、酒店、度假村、康养基地等。第四，强化旅居理论基础研究，探索旅居业的发展趋势和规律^⑥。第五，通过发展旅居提升旅游业的核心竞争力。旅居的特点在于“长周期消费”，与传统旅游“门票+交通”的短期消费不同，旅居客群的消费涵盖住宿、餐饮、本地体验等全链条，且停留时间显著更长。坚持市场化、专业化、标准化、规模化、品牌化发展方向，有望带来新业态发展、人居环境提升等，也可形成新的经济增长点。浩华统计显示，2024 年旅居酒店平均入住时长为 2.3 天，出租率 66%，均高于中高端酒店（54% 出租率、1.5 天平均入住时长）。^⑦ 据云南省文化和旅游厅官方资料，2024 年云南外来旅居人数为 389.75 万人次，

① 胡彧之. 流动的家園：旅居经济时代的生活重构与地域新生 [EB/OL]. (2025-08-12) [2025-10-21]. https://mp.weixin.qq.com/s/8-y4VpD1nX53-PR7p_P4CA.

② 陆超. “有一种叫云南的生活”：旅居云南为什么爆火了 [EB/OL]. (2025-06-22) [2025-10-09]. <https://mp.weixin.qq.com/s/dCHmuPQAZCXUd-JTtOnY2w>.

③ 胡彧之. 流动的家園：旅居经济时代的生活重构与地域新生 [EB/OL]. (2025-08-12) [2025-10-09]. https://mp.weixin.qq.com/s/8-y4VpD1nX53-PR7p_P4CA.

④ 王长山, 王贤思, 严勇. 旅居云南正勃兴 [J]. 瞭望, 2025, (35): 58-60.

⑤ 明庆忠. 旅居云南引领云南旅游新变革 [N]. 云南日报, 2025-03-28 (5).

⑥ 明庆忠, 张文娟. 云岭时评 | 谈谈旅居云南的“先手棋”“制胜招” [EB/OL]. (2024-11-18) [2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/E6JdQzoB79gNK7z294dvqw>.

⑦ 浩华管理顾问公司. 从“住宿”到“生活”，旅居市场产品竞争力与投资新机遇 [EB/OL]. (2025-07-27) [2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/COw9knBRzmTgZPBbCZczRg>.

旅居消费规模 426 亿元人民币,人均花费达 10930 元。^①

(三) 纵横向延展: 构筑全产业链和发展空间

传统旅游业上游环节包括景区、酒店、餐饮、旅游交通等,中游环节包括传统旅行社、OTA 平台、文创演出、票务代理、其他旅游服务等,下游环节是旅游消费者。相比传统旅游,旅居是从观光转向更深层次的服务和产品,以“居”为核心、以“游”为方式、以“康”为目的的美好生活体验方式。在促进产业重构上,最突出的特点是围绕“游”“居”产业链的纵向拓展与横向延伸。旅居产业链涵盖从资源开发、服务提供到终端客户体验的各个环节,对旅游产业结构进行重构,建立一个跨行业的复杂的生态系统,形成文旅全产业链。首先,上游是资源开发环节,包括土地、房地产和基础设施开发,为旅居奠定基础。土地资源获取,是旅居的核心起点;基础设施建设,将旅居地无缝衔接至主要客源地城市,是生活配套的基本要求;房地产开发与投资,不仅要满足基础住宿需求,还要围绕长期居住体验而加入更多旅居需求设计。其次,中游是运营服务环节。涵盖住宿、健康、文化和生活服务等,为旅居者提供实际的产品和体验。居住服务为旅居者提供多样化的长期居住选择,包括度假村、服务式公寓、健康养老社区等;健康与康养服务通过提供全面的体检、康复疗养、运动课程、康养设施和个性化健康管理计划,为旅居者提供从身到心的健康管理和康养支持;文化与体验服务通过参与当地节庆、艺术活动、传统手工艺课程等,使旅居者深入体验和融入当地文化;生活配套服务包括餐饮、购物、交通和教育,让旅居者的日常生活更加便捷;数字化平台与技术服务,不仅可以帮助旅居者便捷地在线预订出行、住宿、玩乐等,还可以提供健康管理以及各项活动的安排等。最后,下游是终端消费,主要是消费者群体。包括:旅居康养群体,多为中老年人和有特定健康需求的人士;旅居度假群体,以家庭、朋友或个人旅游为主,追求放松、探险和文化体验;旅居教育群体,主要为家庭旅居的学龄儿童、青少年及短期学习或进修的成年人;旅居工作群体,以远程办公人士、自由职业者和创业者为主。

(四) 科技赋能: 体现服务与运营价值

1. 提升旅游业韧性

当“居住-工作-消费”的界限被打破,人类正在进入“空间即资本”的新纪元,这种基于流动性的经济范式,促进“流量变现、存量盘活、增量管控、变量融合”转变,旅居或许将重新定义 21 世纪的区域竞争力和韧性。2024 年中国旅居康养市场规模达 1242 亿元,预计 2030 年将突破 3000 亿元。云南康旅集团“悦养园城”、泰康之家“旅居疗养社区”等通过“医疗+旅居”组合实现溢价——会员费年均增长 18%,远超传统养老机构。^②

2. 使旅游智慧化应用更有运营效率

智慧旅居服务平台通过线上运营,帮助旅居者选什么去,还可了解玩什么、吃什么、看什么、住在哪、怎么去等的“旅居攻略”,依托智能推荐整合住宿、餐饮、交通、康养等提供一站式服务,还可通过人工智能等量身定制,让“说走就走的旅居”有了支撑。如“旅连连”平台为中小民宿提供动态定价、会员管理工具,服务超过 5000 家商户,降低住房空置率 15%;涂鸦智能“旅居场景解决方案”,实现灯光、温控、安防的远程控制,已接入希尔顿惠庭等 2000 余家酒店;抖音“旅居”话题播放量超 500 亿次,“向向的客栈”等自媒体通过短视频引流,带动客栈订单量增长 300%;上汽大通“智慧旅居系统”实现营地空位实时监测,用户满意度达 92%。^③

(五) 系统谋划: 构建旅居业的良性生态

旅居业健康发展,需要平衡资源禀赋、市场需求与长效治理,找到适合本地的发展路径。

第一,盘点核心资源,各地利用自身优势锁定目标客群。如福建武夷山的空气负氧离子浓度优势、江西婺源徽派建筑集群、贵州黔东南的苗族银饰非遗等,可为康养人群建立医疗配套、为艺术家打造创作基地、为亲子家庭设计研学教育课程,最终形成“人无我有”的特色竞争力。

^① 云南省文化和旅游厅. 此心安处是吾乡: 389 万余人何以旅居云南 [EB/OL]. (2025-01-20)[2025-10-07]. https://det.yn.gov.cn/html/2501/20_38037.shtml.

^② 张大新. 2025 年中国康养旅居产业: 银发经济驱动下的千亿蓝海崛起 [EB/OL]. (2025-06-09)[2025-10-07]. <https://mp.weixin.qq.com/s/fuAx-VRe10ca3YVVTxv7Q>.

^③ 星融私享会. 旅居经济: 从生活方式到投资风口的万亿级赛道解析 [EB/OL]. (2025-08-02)[2025-10-21]. <https://mp.weixin.qq.com/s/v7laSKty-377MQx7Wwk92A>.

第二,精准定位,锚定客群和构筑发展模式。需要因地制宜地进行设计,草原旅居不同于滨海度假,文化旅居、艺术旅居要避免变成简单的“民宿集群”。

第三,产业共生,让地方经济真正从旅居红利中获益。“旅居+本地产业”模式可避免“飞地式发展”,拓展旅、文、农、商、体、娱、研、教等消费新场景。如云南可以依托茶叶、咖啡、花卉、果蔬、道地药材、温泉、民俗文化等特色资源,创新打造“场景+体验”旅居产品,推动旅居与文化创意、休闲农业、医疗康养、户外运动、科普研学等特色产业融合发展。

第四,服务升级,打造旅居体验的“天花板”。提升基础设施条件,深挖当地文化,拓展非遗传习场所等功能,打造本地居民与旅居客群共建共享的公共文化服务新空间。基础设施要跳出“景区思维”,转向“社区标准”。文化活动主客共享,把非遗、文创、采风创作等有机植入旅居村(社区),整合农家书屋、艺术家第二居所等文化场所,打造新型公共文化空间,丰富旅居客的精神文化生活。建立住宿体系分级认证制度,规范服务标准——从卫生条件到网络速度,从退租政策到安全保障,这些都决定着旅居者的留存率。

第五,主客共享,体现旅居的社会价值。旅居的深层意义在于重新定义“家”与“远方”的关系。当价值观从“稳定”转向“体验”,当地方发展需要新动能,旅居便从少数人的选择变成大众的生活选项。对于个体,这是用空间流动性换取生活可能性;对于地方,这是用特色资源吸引发展新要素。当旅居者从“消费者”变成“建设者”,区域发展便能在碰撞中焕发新生。

正如卡尔维诺所言:“城市是记忆的容器。”^①旅居者们带着各自的记忆与技能,在不同城市留下印记,又带着新的体验奔赴下一站。这种流动不是漂泊,而是在多元生活中寻找自我的过程;这种经济不是零和游戏,而是主客共同创造价值的共生。

未来已来,那些能把握旅居规律的地方,终将在这场变革中收获发展新机遇。

World-class Sojourning Phenomenon: Its Developmental Logic, Value Renewal and Future Path

MING Qingzhong, YAN Xin

(Institute of Tourism and Cultural Industry, Yunnan University of Finance and Economics, Kunming, Yunnan, China 650221)

Abstract: Sojourning, a new lifestyle that bridges tourism and long-term residence by combining “traveling and living,” has gradually evolved into a global mass phenomenon. While this growing trend has attracted multidisciplinary attention and yielded some research outcomes, there remains a relative scarcity of theoretical, logical, and systematic studies on the subject. In light of this, the paper first demonstrates that sojourning has become a world-class phenomenon. It then analyzes the theoretical underpinnings of sojourning development by applying theories such as migration theory, geographic arbitrage, and slow tourism. Furthermore, it identifies the practical logic driving its development by examining factors and mechanisms including policy dividends, consumption upgrading, technological innovation, and interactions with regional economies. The paper elucidates and substantiates the significant value of sojourning in fostering value regeneration and industrial restructuring within tourism. Specifically, sojourning not only facilitates the better realization of resource value and generates added effects but also promotes innovation and development in the tourism sector, expands the connotations and denotations of tourist destinations, and enhances both the scale and quality of the tourism industry. Looking ahead, to advance the high-quality development of sojourning, it is essential to optimize its business environment, stimulate market vitality, and promote its marketization, specialization, standardization, scaling, and branding. In addition to establishing a comprehensive “Sojourning Network” platform that integrates information, services, and transactions, efforts should be made to further enhance core competitiveness. This includes expanding and constructing the entire industrial chain and development space, improving operational and service quality, and increasing the operational efficiency of smart tourism applications.

Key words: world-class sojourning phenomenon; development logic; value renewal; industrial reconstruction; future path

(责任编辑:杨云红)

^① 卡尔维诺. 看不见的城市 [M]. 张密,译. 南京:译林出版社,2023.