

县域旅游火起来 如何火下去

诚意,便实现了一场人与城的双向奔赴。

“火起来”更要“火下去”

“被看见”只是第一步。

《全国县域旅游高质量发展研究报告2023》显示,2022年,旅游总收入超百亿元且接待游客总人数超千万的旅游大县只有79个,旅游收入低于30亿元的县城占纳入统计的县城总数的65.86%。由此看来,县域旅游市场仍有很大发展空间。

张君坦言,试图抓住“风口”的县域旅游发展仍面临一些制约因素。

承载力与服务水平,往往成为县城“走红”或“招黑”的分水岭。张君说,在一些景区,公厕、停车位等配套服务设施改造提升跟不上,旅游高峰期常出现如厕难、停车难问题;一些从业人员职业素养不足,服务标准不规范,也会影响游客的印象和评价。

如何让“火起来”的县域旅游持续“火下去”?

首先,充分挖掘自身特色。旅游市场正从大众化向精细化、差异化、个性化转变,县城需立足自身独特优势,以小博大,满足游客不断升级的多元化需求。

受访专家表示,一些古村落、乡村景区往往通过一景一物在社交媒体上“破圈”。这些能承载“乡愁”的旅游目的地,一方面需保护好村庄传统肌理,提升颜值,另一方面也需融入特色文旅元素,打造“人无我有、人有我特”的新IP,形成小城的独特标签。

其次,要加快设施提档升级。

中国旅游研究院研究员韩元军说,县域旅游要实现主客共享,既能满足本地人需要,又能满足游客需要。基础设施是否完善、配套服务是否匹配,往往是县域旅游能否发展起来的关键。同时,也要避免为打造流量盲目开发的冲动。一些地方为打造网红景点,随意征收古村古镇的老房子进行改造甚至拆除,容易落入“千村一面”的窠臼,让老村镇过于商业化。

最终,需锚定长远发展格局。“对于搬不走、挪不动的旅游目的地来说,需采取培育型发展模式,走可持续发展的路子。”北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建说,县域旅游要“火下去”,需锚定“长期主义”,着眼打造深度的文化体验,让目的地持续释放吸引力。(据新华社北京5月18日电)

体验;从单一产品到多元玩法,旅游正更多回归生活的本质。县域旅游热正是在这一背景下应运而生。

性价比高、轻松自在,是县城受到年轻人青睐的重要原因。

“五一”假期,无锡“95后”丁志辉与朋友去了浙江衢州。往年与父母一起出游,都是去大城市,制订周密的出行计划,人均开销至少2000元,“费钱又费力”。

“性价比是硬道理。我们挑选目的地也很随性,朋友说衢州的‘鸭头’好吃,就来了说走就走的旅行。”丁志辉说。

但凡经历过假期的“人从众”,就知道安静自在的时光有多难得。小县城正成为不少游客的“心灵栖息地”。中国旅游研究院规划与休闲所副研究员李雪认为,县城并非仅有美丽的风景,也蕴含高品质的生活空间,这恰恰是构成县域旅游竞争力的内核要素。

不少县城“天赋异禀”,特色IP令其成为游客“打卡”目的地。

将“村超”赛事与文旅资源深度融合,“五一”期间,榕江县共接待游客超40万人次,实现旅游综合收入超4亿元。在重庆市彭水苗族土家族自治县,踩花山节逐渐成为当地一张靓丽的文旅名片。

更不用提,一些县城本身就是曾经的古都,历史悠久;一些县城“深藏不露”,文化底蕴丰厚。

另一方面,交通基建的改善,也让县城与大城市的距离越来越“短”。

同程研究院首席研究员程超功指出,县级城市的交通通达性近年来大幅提高,如高铁已覆盖超过90%的50万人口以上规模城市,不少县城也逐步增加公交车、接驳车、共享单车等交通配套,提升出行体验。

“用‘十分’服务欢迎游客”“努力做游客最喜爱的小县城”……被游客热情激发的县城们,也接二连三为游客奉上更好的产品和服务。

“五一”期间,盱眙做足“龙虾”文章,为文旅消费引流。假期前,便宣布“五一”至8月开展夜市特色活动,打造夜食、夜购、夜娱、夜游场景;还准备了“福利”;凡在盱眙“薅龙虾”满200元的游客可凭发票免门票游玩4A级景区。游客的探索热情邂逅县城的服务



新华社记者

这一轮,旅游业“泼天的流量”带火的是县城。

“县域旅游”正悄然来到C位。社交媒体上,与此相关的话题也持续走热。“五一”假期后,北京市民小静和同事聊起,发现同一办公室的5人不约而同地“打卡”了某个县城。

县域旅游走红背后,有天时、地利、人和多重因素;更值得思考的是,“火起来”的县城,该如何“火下去”?

“五一”小长假

游客在安徽省黄山市黟县西递古村游玩赏景。

新华社发

小县城悄然占据旅游C位

“五一”假期前,湖北女生小洁抱着地图研究了半天,想找个“小地方”,安安静静住上几天。“不用多么出名,不用有太多景点,能看看青山绿水就很满足了。”

有类似想法的人不在少数。选择旅游目的地时,越来越多人不想去大城市人挤人,而是开始挖掘“宝藏”县城、寻找县城之美。

刚刚过去的“五一”黄金周,我国旅游市场下沉化趋势更加明显,在旅游订单同比增速上,一二线城市小于三四线城市,三四线城市小于县城市场。

一天出杯7941杯咖啡!“五一”小长假,浙江安吉县利用废弃石

灰岩矿坑改造的“深蓝计划”咖啡馆再次“沸腾”起来。来自上海的林小姐在矿坑湖边散步。“这是我第二次来。”她说,这里可以听音乐、看书,安静享受属于自己的时光。

浙江义乌国际商贸城五区进口商品城汇聚100多个国家和地区15万种“洋特产”,假期五天内,商贸城涌入超90万人次,“一天上三四次货”“忙到没空吃饭”成为老板们的常态。

“我们特地拎了两个空包。”游客张强说,义乌的惊喜不仅在于“进货式旅游”的体验,还在于风味各异的万国美食,“不是土耳其去不起,而是义乌更有性价比。”

在江苏盱眙的大棚农贸市场,聚集着数十家以经营小龙虾为主的餐饮店、大排档。暮色降临,数千平方米的露天

广场上,游客座无虚席,空气中弥漫着扑鼻香气。

相比南方的“热辣滚烫”,北国小城的五月则是“上春山”的最佳时节。在离网红“尔滨”中心城区不远的黑龙江尚志市,游客涌向风光旖旎的亚布力度假区、帽儿山景区,感受壮美景色。

尚志市文旅局局长张君介绍,当地旅游市场延续冬季冰雪游的火爆,八大景区同时开放。截至5月10日,尚志市2024年累计接待游客突破162万人次,旅游业直接收入3.88亿元,同比增长175%。

在小红书上,“县城旅游”有超过38万篇笔记。人们热情分享值得一去的县城:读过千遍沈从文,不如去一次古老的凤凰古城;在平潭岛看蓝眼泪,像碎钻撒入大海,又像星星坠落人间;

诺邓千年古村,每天起床都是袅袅炊烟,一切都慢下来了……

“畅游中国,幸福生活”,这是今年“中国旅游日”的主题,也是当下县域旅游的写照。据统计,全国A级旅游景区的县城覆盖率由2012年的73%提升至2023年的93%。县域旅游构成中国旅游的基本盘,县城旅游的发展水平反映着中国旅游业真实的发展水平。

走红背后的“天时”“地利”“人和”

县域旅游走红背后,有着趋势创造机遇的“天时”,也有县城“天赋异禀”的“地利”,更有协力双向奔赴的“人和”。

携程研究院行业分析师王亚磊说,消费者不断成长,从追求“打卡”到注重

厉行节约 反对浪费

文明用餐 珍惜粮食

省委宣传部 省委网信办 省文明办 甘肃日报社 甘肃日报报业集团有限责任公司 甘肃新媒体集团 甘肃银行