



新华社记者
马晓洁 万倩仪

刚刚过去的“五一”假期,游客更倾向于选择“自然疗愈+高性价比+文化体验”的出游方式,“人少不贵”的低密度旅游受到青睐。

当人们旅行的脚步放缓,文旅产业升级的步伐也在悄然加速。如何让“宝藏小城”不断扩容、持续长红?

避开“人挤人”“低密度”受青睐

“不想再挤景区了,今年‘五一’我躲进了窑洞。”来自杭州的“90后”程序员张依伟选择避开人潮,在山西平遥一处民宿度过假期。

这家民宿距离平遥古城有30分钟车程。店主告诉记者,大部分房源在假期开始半月前就已订完。

“来这儿的客人一般都对乡土有向往,想领略慢节奏之美。”店主说,住宿房间是自己搭建的夯土房,餐厅和咖啡馆由窑洞改造。槐花季时,游客们在这里做槐花饼、酿槐花米酒。

除自然疗愈外,一些游客更青睐高性价比。在“老牌”流量目的地“人挤人”的背景下,去三线及以下中小城市“休闲式度假”成为新选择。

“对三口之家来说,吃喝玩一体的度假区特别划算,高级大床房四天三晚只要999元。”即将到来的端午假期,南京的宋女士打算和家人去长白山度假。

当文化旅游越来越兴起,不少小城的宝藏文化也成为深度体验项目。

在云南省普洱市景迈山,一家专注于做文化体验的精品民宿从去年12月中旬至今几乎一直处于“满房”状态,大部分散客的提前预定期超过一个月。

民宿品牌运营经理程雨婷告诉记者,2023年普洱景迈山古茶林文化景观列入《世界遗产名录》前,该地鲜为人知。“我们发现‘住宿+玩乐体验’类产品更受游客欢迎,所以策划了景迈山村落深度体验之旅。”

上海的上班族牛佳瑶,则去江西景德镇制作了一件陶瓷作品。景德镇雕塑瓷厂旁的喜阅书房老板介绍,为让游客深度体验特色文化,他们不仅会教授陶瓷制作技巧,还会讲解陶瓷文化的历史和内涵,让更多人了解瓷都。

文旅产业升级加速

『宝藏小城』缘何不断扩容

从“流量时代”向“质量时代”转型

低密度旅游持续升温,反映了消费者需求的转变,更折射出中国旅游市场从“流量时代”向“质量时代”的深



近日,游客在贵州省黎平侗寨寨门外拍照。
本组图片均由新华社发



近日,普洱景迈山芒景村茶农王莉(中)在自家茶园里向游客讲解采茶技巧。

度转型。

从需求端来看,低密度旅游备受追捧的背后,是游客们在旅游打卡项目上“做减法”、在舒适体验度上“做加法”的消费新理念,也是在生活高速运转中渴望寻求本真和宁静自在的心态转变。

在贵州侗寨聆听藏在鼓楼里的天籁之音“侗族大歌”;去广东河源体验首届鱼灯夜游活动,观看非遗火壶表演……“排队2小时,拍照5分钟”的打卡式旅游逐渐让人们疲惫,深度体验新奇有趣的文化旅游亮点越来越有吸引力。

在程雨婷看来,未被过度商业化、古朴的传统在地性文化非常值得挖

掘。徒步、采茶、品饮、游寨、手作、诵歌……程雨婷与团队定制了多项景迈山村落体验活动,如布朗族小调弹唱、火塘烤茶、茶束制作等,不少国外游客也特意为此而来。

南开大学旅游与服务学院调研显示,68%的“95后”游客认为“深度体验在地文化”比“打卡地标”更有价值,42%的人会为了一项非遗技艺或传统节日专程规划行程。随着旅游市场主力年轻化,旅游消费将越来越追求多元化、个性化和品质化。

从供给端来看,小城的服务设施、产业配套、市场体系等日益完善,也恰好接住游客们的新需求。

业内人士分析,当前我国旅游

市场蓬勃发展,仅靠顶级景区来支撑旅游需求的增长,空间已非常有限,需开辟新的流量池来承接巨大的游客量。

一些加速发展的小城县城,便应运而“红”。高铁交通基建的完善,使三四线及县域市场与中心城市的直达性大大提高;高星豪华酒店的下沉,标准化服务让游客更省心放心;旅游业态供给的丰富,也为游客提供更多个性化选择。

需求侧和供给侧的吻合,是旅游市场在多样化发展中的生动探索,游客和旅游产业正在用理性与创意重新定义“高质量旅行”。

差异化体验是高质量旅游的生命力

业内人士认为,与面临持续“超载”难题的“顶流”景区相比,不少小众景点具备独特优势,可提前布局补齐短板,提升破题能力。

去年8月起突然承接“泼天流量”的山西隰县,目前已增加酒店配套、打造特色美食品牌、完成街面地砖铺设。今年“五一”期间,隰县小西天景区制定了安全应急预案,同时开通4条旅游游览路线,将县域旅游资源串珠成链。

“小城接待能力的提升需要各部门协同发力,逐步提供完备的基础设施和公共服务。”隰县县委常委、宣传

部长吕学慧说。

也有一些人担忧,随着低密度旅游日益火爆,小众目的地会否日益同质化?

“对于有特色文化的目的地,要考虑外地和本地的边界感,游客大量涌入可能会使特色消失,影响长足发展。”程雨婷说,由于景区和生活区重叠,游客大量涌入打扰到本地人生活,一些本地人已从景迈山古寨搬离。

对不少游客来说,差异化体验是高质量旅游的生命力所在,独特且具有辨识度的区域特色文化IP,远比千篇一律的打卡点更动人。北京市社会科学院副研究员王鹏表示,在迎接流量的同时,也要注重保护当地的文化习俗和生态环境,实现旅游业的可持续发展。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授李宏认为,小城还可通过大数据分析等智慧化管理优化服务效率。“如广西桂林推出智慧平台,游客通过小程序一键预约滑翔伞、民宿、美食,还能获取精准的路线规划和停车服务。”李宏说。

低密度旅游让人们对于“如何更好生活”有了更多想象,也为文旅市场带来更多机遇。以深厚的文化内核为根基,以暖心的配套服务为支撑,才能让更多“宝藏小城”从网红走向长红。

(新华社北京5月19日电)

亮绝活出新招

多地发力激活文旅消费新动能

新华社记者
段菁菁 童芳 齐健

5月19日,第15个“中国旅游日”如约而至。今年,“锦绣山河,美好旅程”的主题不仅描绘着山河如画的壮阔图景,更映射出中国文旅产业高质量发展的澎湃气象——各地正在通过深挖特色资源激活市场潜能、补贴“真金白银”释放消费活力、优化消费环境提升旅游体验,不断激发文旅消费新动能。

深挖特色资源: 创新产品激活市场潜能

近日,在杭州湘湖直升机场,一场“Cityfly”之旅正颠覆人们对观光游的认知。杭州市民张先生首次体验市内低空飞行时惊叹:“在空中看,钱塘江像一条丝带穿过繁华都市,西湖与宝石山也尽收眼底。”

当前,杭州正以“打造全国低空经济领军城市”为总体定位打造低空场景应用。作为今年旅游日杭州活动的主推项目,萧山湘湖直升机场、富阳永安山滑翔伞基地、建德航空小镇等低空体验点串联起“飞阅杭州”新场景,航线覆盖景区游览、短途通勤以及个人定制。

而在千里之外的四川,一场“安逸游四川”的文旅交响曲正在上演。5月18日,成都、德阳、眉山等地联合推出的“百里百景”线路,将大熊猫基地、三星堆遗址与雪山温泉等串联。



近日,游客在云南省腾冲市和顺古镇体验特色旅拍。

“随着大众旅游需求升级,我们正在重新定义‘在路上’。”成都文旅金牌推介大使雍倩说,“当蜿蜒的道路邂逅非遗,当交通动脉串联起生态秘境,这条风景廊道本身就是一场沉浸式的天府美学巡礼。”

在贵州,“非遗+旅拍”的模式正让古寨焕发新生。“漫步村寨,文化历史与生活烟火交织,就想穿上瑶族服装用镜头定格。”在黔南瑶



近日,游客在陵水红角岭国际滑翔伞飞行营地体验滑翔伞飞行。
本组图片均由新华社发

山古寨,贵阳游客冷丹忍不住赞叹。

以创新为笔,各地勾勒出更多“诗与远方”的新画卷。中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山认为,文旅的繁荣创造了更多消费热点和经济增长点,折射出国内消费的巨大潜力,为未来市场潜力进一步释放提供了想象空间。

“真金白银”惠民: “多轮驱动”激活消费引擎

“我预约好了,上午逛石浦渔港古城、下午游影视城,赶上门票免费,一口气省下200多元钱。”一周前,杭州游客钱先生就为自己制订了宁波象山的旅行计划。

作为2025年“中国旅游日”主会场,宁波以83家A级景区免费开放、1290万元消费券投放为支点,撬动惠民政策与文旅场景深度融合。宁波市文化广电旅游局局长应建勇介绍,浙江今夏还将在全省范围内推出覆盖“食住行游购娱学”的千项优惠,形成政策“组合拳”。

当“海丝古港”点燃消费热情,四川正打造“政府+平台”的“双重福利”。旅游日当天,除了剑门关、海螺沟等数十家景区免票开放,携程“全球游四川”与美团“千城万店”特惠形成互补,高德打车券、滴滴景区礼包打通出行“最后一公里”,构建“门票+交通+住宿”的全链条消费生态。

中国旅游景区协会副理事长兼秘书长陈献春介绍,“中国旅游日”主题月期间,协会联动全国景区推出“欢乐消费季”,通过“门票+体验”组合折扣、住宿联动优惠、消费券直减等举措,预计触达4000万人次,让利超8000万元。

优化旅游环境: 让“头回客”成为“回头客”

原始森林、滔滔江水、雪山、茶园……西藏

林芝墨脱县曾因地形险峻、交通闭塞被称为“高原孤岛”。如今,这片秘境正从“高原孤岛”变身“服务高地”。

“没想到在如此偏远的高山峡谷还能用上景区无线网。”江西游客廖涛对墨脱之行赞不绝口。

墨脱县委书记符永波说,在客流量大的果果塘景区,当地打造的游客服务站不仅提供补水、充电、免费网络等服务,还提供景点讲解、路线规划、酒店预订等,努力让更多“头回客”成为“回头客”。

旅行不仅是看风景,更是人与“他乡”的温情互动。当下,越来越多旅游目的地通过精细化服务,让游客感受“宾至如归”的温暖。在贵州荔波,当地用歌舞洗去游客白天奔波的疲惫。荔波县民族宗教事务局局长蒙隼介绍,今年荔波打造免费夜间演出“火塘民族歌会”,用水族民歌的悠扬、苗族敬酒歌的热烈、瑶族猴鼓舞的奔放为游客烹制“非遗宵夜”,将旅途疲惫转化为文化共鸣。

而在东海之滨宁波,82家博物馆在5月19日打破周一闭馆的惯例,集体“不打烊”。遍布全城的71个省级旅游驿站,像散落街巷的“文化便利店”,用休憩补给、信息咨询、文化展示等服务,带给游客更好的旅游体验。

业内专家认为,提升旅游目的地口碑,传播是“加分项”,服务才是“基础分”。只有顺应消费新趋势,以全面提升旅游品质为目标,持续补短板、强特色,才能更好地实现“近悦远来”的美好愿景。

(新华社北京5月19日电)