人民日报海外版

2024年8月23日 星期五

责编：赵 珊 邮箱：hwbtravel@126.com

小而美 特色足

县域旅游释放消费新动能

本报记者 **赵 珊**

今年，一些县域旅游目的地热度持续升温，游客纷至沓来。“小而美”的县域旅游发展强劲，硬件设施和服务水平不断提升，性价比高，满足了人们多元出游需求，成为文旅消费新亮点。

消费规模增长快

近日，河北省正定县荣国府景区开启“一梦入红楼”沉浸式夜游，推出“群芳夜宴”等8大主题演艺，实景演出、全息投影、红楼诗词、情景旅拍等让游客体验“人在画中游”。夜游为正定旅游焕新添彩。今年上半年，正定接待游客量超过3397万人次，比去年同期增加327.71%。

美团统计显示，暑期县域文旅消费规模快速增长，嵊泗、安吉、桐庐、延吉等热门目的地环比增幅超过60%。携程数据显示，暑期县域旅游订单同比增长22%，高于一线城市增速。

记者从去哪儿平台了解到，暑期参与县域旅游的游客大多来自一二线城市，异地游客占比达77%。是否可以较为方便到达，是异地旅客选择县域目的地时重要的决策因素。荔波高铁站距离知名景区小七孔仅11公里，贵阳至荔波的高铁开通运营后，荔波接待游客人数持续大幅增长，已成为今年贵州最热门的旅游目的地之一。

今年县域酒店均价与去年暑期基本持平，较2019年同期有较为明显的涨幅，县域最受欢迎的是连锁酒店和中高星酒店。去哪儿大数据研究院研究员蔡木子分析，越来越多的连锁酒店集团、中高档酒店加速布局县域市场。可以预期，交通较便利、特别是靠近知名风景区的县城将是酒旅市场未来重要的增长点。

新兴业态涌现多

县域有优美的自然景色、宁静的田园风光、多彩的历史文化和悠闲惬意的生活空间，正成为许多游客的“心灵栖息地”。

“从上海自驾2小时抵达江苏宜兴，森林、竹海、茶田……仿佛穿行于绿野仙踪。”“浙江桐庐凭借森林古道和峡谷漂流带来的清凉感，引来许多游客。”在大众点评等平台上，一些“纳凉小城”获得众多“点赞”。

去县域寻美味也成为不少人的出游动机。“去不了土耳其，我去‘国际乌’。跟着义乌必吃榜吃了一圈，最喜欢贝迪餐厅的土耳其烤肉。”美团数据显示，县域味蕾游的文旅消费规模呈上升趋势。

随着县域旅游“火出圈”，新兴文旅消费业态也在县域生根发芽。

广东省惠东县在暑期仅巽寮湾就迎来游客70万人次，全县滨海片区接待游客超132万人次。游客在巽寮湾不仅能品尝海鲜，体验划船、游泳等传统旅游项目，还能接触小众运动。在海边滑翔伞基地，游客在教练带领下体验空中飞行，大海、落日、群山、丛林……尽收眼底。“滑翔伞是近几年发展起来的小众运动，惠东巽寮湾有山有水，具备发展滑翔伞的市场条件。”滑翔伞基地相关负责人介绍。

浙江省青田县咖啡文化悠久，如今县城有数百家咖啡馆，“满城尽飘咖啡香”。美团数据显示，今年以来，“青田旅游”相关搜索量同比增长109.7倍。为填补夜间消费场景的空白，青田县的“幸福咖啡馆”探索日咖夜酒新经营模式，咖啡馆在夜间变身小酒馆，每天能迎来一两百位客人，旅游旺季时一天接待量超过700人。

美团近日发布的《2024年轻人县城旅居报告》显示，上半年，徒步蕨类森林、苍山采野生菌、去溪流边拓染等县域新奇体验的订单快速增长。大理市、淳安县、长沙县的赛车订单量多，瑞安市、万宁市、阳朔县、惠东县、都江堰市的滑翔伞订单量多，博乐市、都江堰市、胶州市的射击射箭订单量增长快。

独特景观魅力足

与知名景区和热门旅游城市“人从众”的拥挤相比，县域旅游的环境更加舒适。更多的游客选择县域，表明当地旅游消费日趋成熟，多层次、多业态、多样化的旅游市场格局逐渐形成。

县域旅游正释放消费新动能。全国A级旅游景区的县域覆盖率由2012年的73%提升至2023年的93%，旅游景区有力支撑旅游发展和县域经济发展。

携程研究院分析认为，旅游市场下沉背后反映出中国旅游市场目的地更加多元，县域旅游主打特色小众。据不完全统计，去年12月以来，10个省级行政区共新增127家4A级景区，其中65%分布于县城及县级市，且旅游产品也在快速迭代升级。

中国旅游研究院战略研究所副研究员韩元军告诉记者，县域旅游能够出圈需要具备独特的生态旅游资源和文化旅游资源，包括美食、音乐、非遗、建筑等。此外，便捷的交通、消费新场景和实惠的价格也不可或缺。县域旅游要长红，须打造独特的旅游吸引物，完善住宿、餐饮、购物等商业配套，同时形成目的地独特标识。既舒适又有性价比的县域旅游目的地才能持续吸引大众。

游客在浙江省德清县普济桥游玩。 **谢尚国**摄（**新华社**发）

游客在新疆维吾尔自治区奇台县江布拉克景区骑行游玩。 **韩 峻**摄（**人民图片**）

游客在陕西省宜川县观赏壮美的黄河壶口瀑布。 **王 警**摄（**人民图片**）

户外运动成旅行风潮

体育旅游消费市场快速增长

本报电（记者**赵珊**）近日，同程旅行联合咕咚APP发布了《2024体育休闲消费报告》，分析体育户外休闲旅游消费新趋势，今年体育旅游消费市场快速增长，成为旅游业发展的亮点之一。1月至7月，体育旅游的搜索热度增长87%，户外运动参与人数同比增长19%。

在巴黎奥运会期间，前往法国跟团游的热度增长225%，反映出国际体育赛事对旅游需求的影响力。除了观看比赛，人们还积极参与运动，咕咚用户喜爱的户外运动有跑步、骑行和健走。同程旅行上体育旅游的热门玩法包括观赛游、登山徒步、户外骑行、马拉松和水上运动等。这些融合了体育和旅游的活动不仅带给人们运动的乐趣，还助人们探索新兴旅游目的地。户外骑行和登山徒步最受青睐，展现出人们对健身和自然探索的浓厚兴趣。90后占比最高，80后则是健步走的主要人群，00后骑行用户数量快速增长。

上半年，北京、成都、上海、深圳、杭州、苏州等多个城市举办的马拉松比赛吸引了各地长跑爱好者参加。北京的奥林匹克森林公园、玉渊潭公园和朝阳公园，上海的世纪公园、广州的天河体育中心、深圳的人才公园是最受欢迎的跑场。骑行关注度最高的城市是北京、西安和杭州，北京的长安街夜骑、胡同骑行，西安的古城骑行，杭州的千岛湖、西湖环湖骑行都颇受关注。

与运动户外相关的景区预订热度也快速增长，上半年相关景区预订热度同比增长108%。北京的鸟巢和水立方参观体验、杭州的千岛湖骑行、云南的基诺山雨林徒步、北京长安街夜骑和三亚珊瑚礁潜水等体育旅游项目受欢迎。7月，长安街夜骑相关搜索热度同比增长超过3倍。此外，峨眉山、黄山和长白山各类登山徒步的旅游产品预订也持续火热。

到篁岭品乡韵

本报记者 **周 欢**文/图

“咔嚓咔嚓……”一早，在江西省婺源县篁岭村晒工坊内的观景台，村里的农民摄影师曹加祥指导村民布置晒秋景观之余，端起相机，按下快门，定格篁岭绚烂的秋色——

初秋的朝阳洒落在山间，氤氲的薄雾渐渐散开，百余米落差的山坡上，错落排布着一栋栋白墙黛瓦的民居，民居窗外伸出的晒架上，托举着圆圆的竹制大晒匾，里面盛满了红彤彤的辣椒、黄澄澄的玉米、金灿灿的柿子……远远望去，就像一幅清逸山村水墨画上的缤纷点缀。

“这就是篁岭晒秋！”曹加祥告诉记者。

2009年，当地引入婺源篁岭文旅股份有限公司，对篁岭村进行统一规划建设，打造乡村旅游项目。“开发之初，我们就思考要深入挖掘篁岭村的特色文化，把乡土文化融入到乡村旅游中，让游客不仅有美丽的乡景可看，更有特色的乡韵、乡俗、乡味可品。”婺源篁岭文旅股份有限公司董事长吴向阳说。

篁岭村依山而建，缺少平坦的晒场，村里的先民们就在屋檐下、窗户外搭晒架，晾晒农产品。渐渐地，晒秋就演变成篁岭的特色农俗。“每天早上，村民们端出的一个个大晒匾，像是放置在大自然里的调色盘。初次见到时，非常震撼。规划过程中，我们就决定把晒秋作为篁岭旅游品牌的核心元素予以打造。”吴向阳说。

举办晒秋文化节、设置最佳晒秋摄影点、开发晒秋体验项目……晒秋，从当地的一项农俗，变成了标志性文旅品牌，吸引着无数游客慕名而来。2014年，篁岭晒秋景观被文化部评为“最美中国符号”。

“徽之为郡，在山岭川谷崎岖之中。”这座“挂在山崖上的村庄”，有着上百栋传统徽派建筑风格的古民居，与远山近谷一同构成篁岭最基本的风貌。

近600年的风雨，曾让篁岭饱经风霜。“开发前，篁岭一度面临人走屋空的困境，很多民居因长期缺少维护而陈旧破败。”吴向阳介绍，“我们遵循修旧如旧、最小干预的原则，尽量使用原材料、按照原形制、运用原工艺，对村里120多栋古建筑进行了排危和修缮，并注重保护建筑里的文化元素。”

走进篁岭村众屋茶吧，戏台的大屏上循环播放着篁岭“涅槃”的故事。曹加祥再次端起相机，拍下屋子梁柱等构件上的木雕，记者通过照片看清上面精美的图案——木制藻井天棚上的“百鸟朝凤”图、木柱上的“和合二仙”和“刘海戏金蟾”故事……“篁岭组建专业修复团队，运用圆雕、浮雕、透雕等多种工艺，修复了古建筑中的‘婺源三雕’——砖雕、木雕、石雕艺术。”曹加祥说。

此外，篁岭还将散落在婺源其他古村中缺乏保护的祠堂、书院、客馆、官厅、民宅、牌坊等40余栋明清古建筑，“寄养”在篁岭天街、水街、花街等地，“既让古建筑焕发新生机，也丰富了篁岭的文化内涵和旅游资源。”吴向阳说。

如果说，晒秋和徽派民居是吸引游客的“形”，那么，带有浓郁地方特色的非遗就是留住游客的“魂”。

篁岭村晒秋

在篁岭村天街的众多店铺中，一家制作并售卖油纸伞的店格外亮眼——门楣上吊挂着的油纸伞，或鲜亮艳丽，或清新简约，或古典素雅，不时吸引往来的游客驻足细赏。

2015年，归乡的曹文娟在篁岭租下两间店铺，并决定去有着悠久油纸伞制作历史的婺源甲路村，学习油纸伞制作技艺。“学成归来，店铺一开张，就成了游客热门打卡点。店里每年都要卖1000多把油纸伞，其中绘有‘篁岭晒秋’图案的油纸伞，是最畅销的。开这个店，不仅自己致富了，也传承和传播了婺源的非遗。”曹文娟说。

甲路油纸伞、竹编、米酒、板凳龙灯、徽州婚俗、盘山花灯……篁岭村把本村和周边的手艺人、非遗传承人请过来，打造非遗相关业态，并不定期举行文化民俗活动，留给游客可感可及的、丰富的“篁岭记忆”。

篁岭，曾经“养在深闺人未识”的偏僻山村，如今已华丽转身，成为“天下谁人不识君”的著名乡村旅游目的地。2014年，篁岭景区获评国家4A级旅游景区。2023年，篁岭村被联合国世界旅游组织评为“最佳旅游乡村”。今年上半年，篁岭村接待游客超140万人次，营收达2亿元。

外国游客游览张家界大峡谷景区的玻璃桥。 **吴咨廷**摄

中外游客打卡张家界玻璃桥

吴咨廷 罗克文

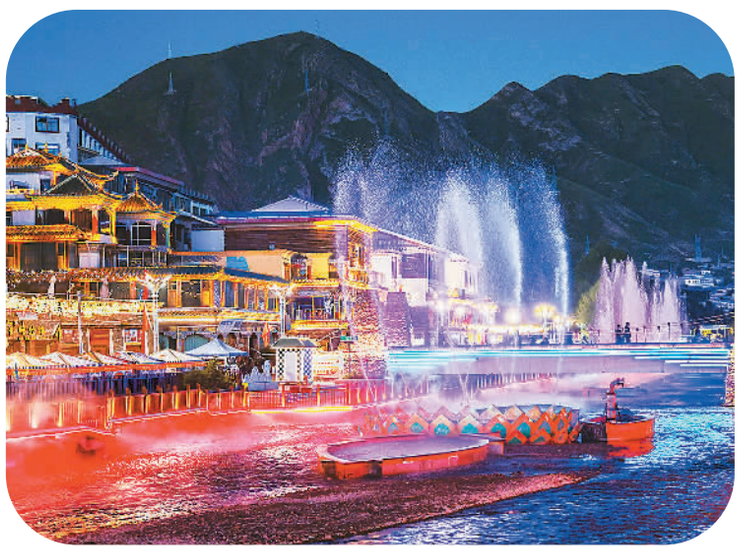
近期，湖南省张家界大峡谷景区的玻璃桥吸引众多游客。这座世界上首座斜拉式高山峡谷全透明玻璃桥，日均接待游客超过1万人次。

“哇！震撼、壮观，太刺激了。”来自广州的大学生李奇和同学踏上玻璃桥，一边拍照，一边欣赏旖旎的峡谷山水风光。玻璃桥全长430米，透明玻璃带来的惊险刺激让一些游客大呼过瘾，有些胆小的游客则扶着护栏慢慢挪步，或闭着眼睛被同伴领着前行。

玻璃桥也吸引了许多外国游客。张家界大峡谷景区相关负责人介绍，进入暑期，入境游持续升温，张家界成为越来越多外国游客中国行的热门目的地。7月，张家界大峡谷景区接待了来自法国、意大利、泰国、马来西亚、韩国等40多个国家的外国游客超过8万人次。

为优化中外游客暑期旅游体验，张家界大峡谷景区推出3种体验线路，优化错峰游览、延长开放时间，设置凉爽舒适的休息区，安排专业的讲解人员。为服务好越来越多的入境游客，景区升级支付便利服务，简化游览验证手续，将新版外国人永久居留身份证、护照等证件作为身份验证凭证，实现入境游客一“刷”畅游。

据悉，暑期旅游高峰将持续到8月下旬，除了玻璃桥，张家界大峡谷景区还推出高空蹦极、高空滑索、攀岩等一系列运动体验项目，受到广大游客喜爱。



青海省玉树藏族自治州玉树市的康巴风情街，采用“上居下商”与集中商业区相结合的建筑模式建设，既解决了原有居民的基本住房需求，又通过植入商业文化和休闲娱乐业态，为居民提供就业。目前，康巴风情街已发展成为集商业、文化、旅游、居住于一体的特色滨水商业街，具有浓郁康巴风貌。

上图：康巴风情街华灯璀璨，吸引不少游客前来。

王 初摄（**人民图片**）

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售3元/份 国内定价全年420元 国内统一刊号：CN11-0066