

“美食+旅游”催生新业态

本报记者 赵珊

当美食与旅游牵手，一串串踏寻美食的足迹绘就一幅幅美好生活的画卷。

近日，由中国旅游研究院主办的“2024 美食旅游发展大会”在湖南省衡阳市举办。大会围绕“融合、创新与高质量发展”主题，通过主题演讲、成果发布、嘉宾对话等，探索“美食+旅游”深度融合创新发展路径，推动中国美食旅游高质量发展。

成出游重要选项

如今，越来越多的游客为了追求美食去旅游，通过美食感受当地特有的生活气息和人文魅力。国庆节假期，各地特色美食受到游客喜爱。美团统计显示，20岁至30岁的消费者旅行时更喜欢打卡美食市集。国庆节假期正值东海开渔，去舟山、宁波、台州和温州等地来一场“海鲜味蕾游”成为潮流。大众点评数据显示，“渔村”“海岛”“海鲜”等近期环比搜索量增长近20%。

中国旅游研究院院长戴斌介绍，餐饮在旅游消费结构中的比重稳步增长。从今年前三季度的数据来看，旅游总花费和餐饮消费达历史新高。许多游客因为美食选择去某个城市。西安、成都、贵阳、南京、苏州、大同、顺德、长沙、汕头、福州以美食吸引众多游客到访，并成为人们认同的知名美食旅游城市。

中国旅游研究院规划与休闲研究所所长吴丰林代表美食旅游课题组发布的《2024 中国美食旅游发展报告》(以下简称《报告》)指出，随着大众旅游的发展，美食已成为游客规划行程时的重要考量因素，甚至成为旅游的主要目的。93.1%的游客认为体验美食是旅游的主要因素。以旅游的方式享受异地美食、品味美食文化成为游客的重要选项。

文化内涵有魅力

《报告》指出，美食旅游的本质



当地美食。国庆节假期，游客在云南省红河哈尼族彝族自治州建水县紫陶衍生品店消费。

是美食文化体验。美食文化是与创新理念、创意方式、现代时尚等元素充分结合的复合物。82.5%的游客对美食本身所蕴含的文化内涵感兴趣，说明美食文化对人们有着巨大的吸引力。

戴斌介绍，随着需求升级和供给丰富，游客不再满足于只在酒店、餐厅品尝特色美食，而希望通过品尝美食融入当地生活，感受当地的历史文化和民俗风情，进而丰富自己的旅游体验。他们愿意花费更多的时间、精力，了解美食背后的食材来源、制作工艺、传承故事以及与之相关的节日庆典、生活习惯等。

中国旅游研究院美食旅游专项调查显示，21.8%的游客认为美食旅游是一趟深入体验当地文化的旅程。59.3%的游客表示如果有机会，愿意进一步了解目的地美食文化。26.2%的游客愿意学习目的地特色美食的烹饪技巧和方法。

美食和文化融合出多种文旅新业态，促进了美食旅游发展。《报告》指出，“美食+节庆”将美食直

接作为旅游吸引物，美食节成为旅游目的地的重要吸引力；“美食+博物馆”成为“美食+”复合主题旅游产品和业态中的重要内容；“美食+非遗”在丰富旅游产品、树立独特的美食旅游品牌形象等方面具有重要作用；餐饮业需要新元素，游客需要体验更具地域特色的新产品，这使得“美食+文创”相得益彰。目前，美食产业逐渐向文化氛围优越的空间集聚。那些具有浓厚美食文化底蕴、完善商业配套设施、旺盛的居民出游潜力的地区，也是美食旅游相对集中的区域。

创新发展是亮点

从淄博烧烤到天水麻辣烫，美食已成为地方旅游竞争力的关键要素，也是游客与当地文化连接的重要桥梁。

本次大会发布了2024 美食旅游融合发展案例和2024 美食旅游创新

发展案例，重庆美食“渝味360碗”品牌、南安“成功家宴”、唐山宴、辽宁省“红旗大集”、费大厨·让辣椒炒肉成为国民菜、游埠小馆“江南第一早茶”、重庆市·礼宴巴国等都已成为当地旅游发展的亮点。

世界中餐业联合会会长邢颖认为，美食旅游与城市特色产业紧密相关，政府和企业可通过特色供给创造新需求，通过细分化需求牵引新供给，持续营造浓厚文化和旅游消费氛围。

《报告》建议，地方应树立大美食旅游思维，将美食文化与民俗文化、生态文化、科技文化等整合起来，打包成以美食文化体验为主导的美食旅游线路产品，同时加强美食文化交流互鉴。

戴斌认为，美食旅游要有烟火气，也要有文化味，美食旅游发展须建立在大众旅游和餐饮的现实基础上，关注游客对美食文化内涵等的需求，以深厚的文化底蕴、持之以恒的品质控制、最温暖的态度，让游客与城市产生共鸣。

黑龙江哈尔滨：下足真功夫 延续“尔滨热”

本报记者 方圆

“这边车位停满了，右手边有新停车场，都能停下。”10月6日上午，在黑龙江东北虎林园，哈尔滨市文化旅游局市场监管处工作人员李晓妹一边指挥，一边对车内游客说。

国庆节期间，哈尔滨市文化广电和旅游局对全市重点景区实行蹲点督导机制，李晓妹负责东北虎林园景区，在营业时间内对景区明察暗访。

去年冬季，随着哈尔滨旅游火爆出圈，东北虎林园游客量激增，不少游客反馈停车难。为解决问题，东北虎林园对停车场重新规划，开辟出一片新场地，此举得到游客认可。

引导游客停好车后，李晓妹走进游客服务中心，以一名游客的视角细心观察。此时，服务中心里人头攒动，游客正在志愿者的引导下，井然有序地进入景区。

“也不知道这里能不能存行李。”一对来自湖南的情侣提着行李箱，向景区走去。

“当然可以，还是免费的。”李晓妹听见两人交谈，立刻带领他们找到了免费存包处。

再往里走是一处暖心服务亭。天气渐凉，工作人员为游客提供了免费的热水和姜糖水。

“我早上来的时候共4大罐儿，现在不到中午，就只剩两罐，看来热水需求量很大，冬季快到了，还得多做准备才行。”李晓妹对景区工作人员说。

“每个人在所负责景区发现的问题，都要在当天反馈到工作群里。我和同事所做的一切努力，都为让游客满意，让去年的‘尔滨热’继续延续下去。”李晓妹说。

国庆节假期，哈尔滨以“国庆金秋日一起游尔滨”为主题，在“精、



国庆节假期，哈尔滨大剧院成为游客“尔滨”之行的必打卡景点。图为观演市民和游客在剧院广场参观。

优、特、新”上下功夫，统筹文旅资源，策划推出一系列文旅新场景、新产品、新路线、新玩法，为广大市民游客提供更多元化的选择和更高质量的旅游体验，激发旅游消费活力。

哈尔滨发挥世界“音乐之城”优势，借助省市各大剧院、音乐厅和新兴演艺空间，加强各门类优质演出供给，为市民游客带来丰盛的文化大餐。国庆节假期，哈尔滨大剧院、哈尔滨音乐厅、老会堂音乐厅等为市民游客带来青春版话剧《你好，疯子！》《东方旭日交响套曲音乐会》《歌颂祖国主题室内专场音乐会》。由哈尔滨话剧院创排的国家艺术基金2024年度大型舞台剧和作品资助项目《工人村》、哈尔滨儿童艺术剧院编排的儿童剧《图书馆神奇的一夜》、哈尔滨歌剧院编排的音乐剧《永恒的

旋律》、蚂蚁剧场编排的喜剧《花田错》等多场演出，满足了市民游客的文化需求。哈尔滨音乐厅、哈尔滨大剧院等为市民游客共带来30台43场高品质(剧)节目。

哈尔滨街头巷尾花团锦簇，处处洋溢着“中国红”，从历史文化街区到现代科技产业园，从中央大街、果戈里大街到中华巴洛克、滨洲铁路桥，节日氛围隆重热烈，五星红旗成为最亮丽的风景线。热门文博场所“吸睛”，大批市民游客选择到博物馆、纪念馆等红色旅游景区景点和爱国主义教育基地重温红色记忆、参访革命遗址、聆听红色故事，感受家国情怀。

哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新介绍，国庆节假期，哈尔滨发挥旅游工作联席会议机制作用，文

旅、公安、应急、市场、交通、商务等部门协调联动，全力维护旅游市场秩序；开发上线“畅游哈尔滨”综合服务平台，打造数字哈尔滨文旅消费地图；推出各区县(市)文旅局和主要景区“文旅首席服务官”制度，24小时在线为市民游客排忧解难，保障游客在哈尔滨畅游度假，享受高质量旅游体验。

王洪新介绍，今年哈尔滨文旅持续开启“宠客模式”，全面提升游客“吃住行游购娱”全流程旅行体验，通过鼓励餐厅饭店增设“小份菜”，满足南方游客饮食需求；采纳游客建议，延长有关场所营业时间，满足市民游客夜游“尔滨”需求；开发上线“畅游哈尔滨”综合服务平台，让游客享受便捷高效的旅游体验；筹建中央大街国际旅游集散中心，为游客提供旅游咨询、投诉处理、箱包寄存与转运、重点景区接驳等服务；不断优化旅游市场秩序，联合开展“十大涉旅监管护游行动”……

一系列旅游服务举措，推动旅游服务提档升级，用人性化、精细化服务赢得口碑，持续提升游客旅游体验感，也让他们更愿再来多来“尔滨”。

“当前，我们正在围绕举办2025年第9届亚冬会，高标准策划第41届中国哈尔滨国际冰雪节系列活动，设计推出‘跟着赛事(节事)去旅行’线路和产品。我们将坚持游客至上、服务至诚的理念，着力打造世界级冰雪旅游度假胜地，让游客在‘尔滨’感受到全方位的关怀和服务，相信今年的冰雪季，一定会继续保持‘尔滨热’的良好态势，真诚欢迎国内外游客朋友届时齐聚尔滨、共襄盛举。”王洪新说。

本报电(记者朱金宜)抖音生活服务日前公布今年国庆节假期平台消费趋势。数据显示，10月1日至6日，用户在抖音平台吃喝玩乐等消费持续增长，其中酒店住宿订单量同比增长2倍多。短途游轮、景点票务订单量较去年同期增幅达512%和63%。

国庆节假期，县域小城、非遗国潮、亲子消费、赏秋游等受到游客欢迎。

不少年轻游客偏爱小城烟火气。抖音生活服务相关负责人介绍，90后是在平台下单县域游的主力，00后在县域小城的消费量同比增长79%。10月1日至6日，云南玉龙在抖音相关团购订单量同比增长327%，江西婺源、广西阳朔、浙江安吉、河北正定、江苏宜兴等特色县域旅游团购订单量达到去年同期2倍以上。

体验国风古韵的非遗持续走热，游客花式体验非遗，灯会、茶馆、博物馆成为受欢迎的消费场所。在全国多个景区，不少游客用短视频记录打铁花非遗技艺、火壶表演，国庆节假期前5天抖音相关视频播放量达到3.6亿次。因《黑神话·悟空》走红的山西文旅热力十足，游戏取景地隰县小西天景区抖音团购订单量同比增长50多倍，朔州、忻州和大同等地的订单量也大幅增长。

亲子游方面，不少消费者选择亲子摄影定格假日美好，平台团购订单量同比增幅近2倍。动物园、游乐场、室内亲子乐园也是亲子游群体常去的场所。随着追求松弛感成为假日休闲潮流，本地周边游人气更旺，不少人举家郊游，参与垂钓等休闲活动。

金秋时节，绝美秋色在不同地区“上新”，吸引游客在国庆节假期选择赏秋色、品秋韵的生态游。数据显示，新疆阿勒泰、辽宁本溪、湖南张家界、四川阿坝等地迎来赏秋潮，吃喝玩乐团购量明显增长。

地道美食也为国庆节假期文旅

国庆节假期文旅消费旺

消费热度添了一把火。数据显示，10月1日至6日，抖音生活服务多个地方菜系餐饮销量增长翻倍，具有地方风味特色的美食团购增长尤为可观，其中南京盐水鸭团购同比增长917%、天水麻辣烫团购订单量增长386%。正值食蟹旺季，蟹黄面订单量同比增长320%。同时，东北铁锅炖、山西刀削面、广东肠粉、四川火锅和北京烤鸭销量也比去年同期显著提升。

抖音生活服务相关负责人表示，平台不断丰富商品供给，上线“国庆假期体验保障专项”及“安心游”服务，更好地满足大众假期品质消费需求，助力消费场景多元化，为节日经济发展增添新活力。

行沉浸式演出《我在武隆》面世

本报电(陈卫荣)近日，全景行沉浸式演出《我在武隆》在重庆武隆首演。戏剧、音乐、舞蹈、威亚等多种演艺形式的演员们以曼妙身姿为笔，勾勒出一幅幅生动图景。武隆的自然山水仿佛被赋予生命，神奇的喀斯特地貌缓缓铺展在游客眼前。

重庆武隆集合了天坑、地缝、草原、峡谷、瀑布、溶洞、森林、河流等多种自然景观。形成于120万年前、长度近3公里的溶洞“芙蓉洞”，3座平均高度超过300米的天然石拱桥“天生三桥”，深度近300米的天坑……这些喀斯特地貌古老而罕见，武隆因此被誉为“世界喀斯特生态博物馆”。

《我在武隆》融合戏剧、音乐、舞蹈等多种演艺形式，包含原生山歌、古典室内乐、室内交响乐等多种音乐形式，通过多媒体技术，打破常规观演模式，游客既是观众又是演员，穿梭于光影构建的溶洞奇境，用视觉、听觉、触觉、嗅觉共同感受武隆的魅力。行沉浸式演出是将观众置于表演环境中，在进行观演中与

员互动。这种新型体验激发出文旅融合的潜力。看演员与雷电共舞，穿越云层缝隙；看花朵竞相绽放，与精灵花间共舞；漫天星光下，树木绚烂生长，蝴蝶翩跹，蜜蜂飞舞，“不倒翁蘑菇”在人群中摇曳。《我在武隆》有6个独立又相互联系的演区，呈现出“一步一景、一步一演”的特点。6个演区以小提琴、大提琴、弦贝斯、长笛、钢琴5种乐器构成的曲式与武隆的“天、地、山、林、水”相呼应，带领观众探索自然的奥秘。

除了推出《我在武隆》，启明东方星聚城作为文旅体商农综合体，在武隆还建有“星光电影公园”“星光时尚公园”“星光潮玩公园”“星光童话公园”“星光千灯公园”等主题公园以及“武隆书院”“武隆茶馆”“武隆火锅”三大文旅地标，邀游客感受“天生三桥”的壮美奇境、“仙女山”的唯美秘境、“芙蓉洞”的梦幻仙境和“川江号子”的传奇故事。这些项目不仅丰富了游客的娱乐体验，也为武隆文旅产业高质量发展注入了新活力。

张家界黄龙洞游人如织



素有“世界溶洞全能冠军”美誉的湖南张家界黄龙洞景区在国庆节假期迎来旅游高峰。黄龙洞是世界自然遗产武陵源风景名胜区的组成部分，洞中有洞，洞中有

河，数以万计的钟乳石、石笋、石柱、石花等构成“地下迷宫”，令中外游客叹为观止。图为游客游览黄龙洞。

吴咨廷摄