

暑期游“热”起来

本报记者 赵 珊

暑期到来，旅游市场热度攀升，以情绪价值、体验型消费为核心的旅游需求持续高涨。避暑游“小众”特色目的地异军突起，亲子游从“打卡”转向“研学”，出入境游双向升温。

“小众避暑”成新趋势

7月，多地迎来高温天气，带动避暑游需求集中释放，新疆、甘肃、云南、内蒙古、黑龙江等地成为众多游客首选。途牛旅游网副总裁齐春光告诉记者，越来越多游客开始选择更具特色、客流量较少的新兴避暑地，注重差异化度假体验，“小众避暑”已成为今年避暑游的新趋势。

去哪儿旅行大数据研究院研究员杨涵介绍，今年暑期，以山林避暑为特色的小城预订热度增幅明显。黑龙江伊春凭借极高的森林覆盖率，成为避暑游的热门目的地。在吉林长白山，游客除了欣赏澄澈的天池外，还能深入密林体验火山温泉，当地国际度假区周边酒店的暑期预订量同比增长1.3倍。内蒙古兴安盟阿尔山近年来走红，年轻游客纷纷在热门打卡点“蓝房子”前留影，在不冻河畔欣赏日落，阿尔山国家森林公园热度环比增长约六成。

此外，以水系资源和雨林风情为特色的避暑地也受到游客青睐。贵州安顺拥有黄果树瀑布、陡坡塘瀑布等景观，暑期前往该目的地的机票预订量增长超过两成；浙江台州则凭借天台山大瀑布吸引大量游客。在拥有独特雨林风情的云南西双版纳，基诺山雨林徒步和中国科学院西双版纳热带植物园的旅游热度明显上升。

避暑游还不断涌现出新玩法。在四川成都邛崃皮缝峡谷徒步，游客能获得秘境探险般的体验；内蒙古呼伦贝尔乌拉盖的千米滑草，让游客尽享速度与乐趣。除了“漂流”“溯溪”，贵州的猴耳天坑和莲花古洞还依托地质奇观推出丰富的户外运动，吸引不少年轻游客，相关搜索热度平均增长148%。

途牛旅游网数据显示，三亚、大连、青岛、厦门、北海、海口、威海、泉州、宁波、深圳等海滨海岛类目的地同样是暑期出游热门。从北方的渤海、黄海沿岸到南方的热带海湾与海岛，多样化的海滨风光和度假体验能满足不同游客的休闲需求。

“到此一学”更受青睐

暑假是亲子出游高峰期，越来越多的父母愿意带着孩子走进大自然或博物馆，在“行走的课堂”中收获沉浸式的体验和成长。齐春光介绍，在途牛暑期出游用户中，亲子客群占比超过60%，游客需求呈现出“走得更远、体验更深、玩法更多元”的趋势。面向8至15岁青少年的亲子游产品，内容多元、兼具知识性与探索性，主打深度体验，如高校学府游、历史人文游、文博古建筑游、科学探索游、非遗体验游、休闲运动游等。面向8岁以下儿童的亲子游



产品则更注重休闲放松、科学启蒙、亲子互动等。

今年暑期，“跟着课本去旅行”成为亲子游热门主题。同程旅行数据显示，该平台上标注有“研学”“书本”“课文打卡”等关键词的暑期旅行产品搜索热度环比增长2.8倍。“非遗体验游”同样增长迅速。含扎染、制陶、造纸、苗绣、皮影戏等非遗手作体验的暑期亲子线路产品预订热度同比增长超30%。泉州、景德镇、苏州、西安、大同、洛阳等一批非遗特色鲜明的目的地热度快速增长。

马蜂窝旅游研究院负责人魏健告诉记者，暑期研学游不断拓展深度与广度，从“带孩子去博物馆”升级为更具获得感的沉浸式体验，在山西省的古建游、在云南雨林担任大象医生、与象同行的生态游，参观小米汽车工厂、北京首钢园、上海江南造船厂的工业游，都受到孩子和家长的喜爱。

同程研究院首席研究员程超功认为，今年暑期亲子游市场呈现出从“到此一游”向“到此一学”的深度转变。父母的消费理念升级，他们不再将亲子游视为单纯的“带孩子出门”，而是期望在一趟旅行中兼顾孩子的成长与自身的度假体验。这一趋势对旅游产品设计提出了更高要求。

出入境游双向升温

暑期是全年出入境游的旺季。多家航空公司近日宣布下调东南亚、欧美、中韩等国际航线燃油附加费，游客出行成本有所降低。杨涵告诉记者，暑期最热门的人境旅游目的地城市有上海、北京、广州、成都、深圳、青岛、沈阳、厦门、福州、昆明。此外，重庆、哈尔滨、杭州、大连、乌鲁木齐、南京、长春、海口、西安、武汉也将迎来大批外国游客。不少外国游客喜欢来中国体验地道文化，去大同看石窟、去敦煌研学丝路文化、去延吉体验民俗等，带动飞往这些城市的国际机票预订量同比显著增长。去哪儿旅行数据显示，暑期飞往伊宁、林芝的外国游客同比增长6.3倍，飞往徐州、宜昌的外国游客同比增长超5倍，飞往大同、义乌、佳木斯、南昌、桂林、大理、敦煌的外国游客均实现翻倍增长。

在线旅游平台统计显示，暑期

游与入境旅游相互赋能、双向繁荣。飞猪旅行首席执行官庄卓然认为，游客满意度是目的地未来市场吸引力的前瞻指标，基础服务、在地特色和技术能力也将成为影响目的地竞争力的重要因素。阿根廷共和国驻华大使马致远围绕中阿旅游交流合作、目的地服务提升和中国游客体验优化等内容发言，与会嘉宾就“目的地如何因地制宜提升游客满意度”“数智时代出境旅游的机遇与挑战”等主题开展圆桌研讨，共同探讨改善中国游客出境旅游体验、推动国际旅游合作走深走实的路径举措。



入境游客主要来自泰国、加拿大、美国、英国、俄罗斯、哈萨克斯坦、澳大利亚、蒙古国、瑞士等国家。

暑期出境游市场也持续升温。去哪儿旅行平台上的酒店预订量显

随着暑假到来，安徽省黄山市黟县宏村景区推出研学游、亲子游等多种旅游产品，吸引了众多游客。

游客在江苏省兴化市万亩荷塘景区乘坐木筏赏荷游玩。

四川省阿坝藏族羌族自治州阿坝县万余亩油菜花海迎来绽放，游客正在赏花游玩。

随着夏季气温升高，山西省运城盐湖的颜色更加浓艳，位于盐湖中央的“缤纷色块”池唯美梦幻，吸引游客前来游览。

加浓艳，位于盐湖中央的“缤纷色块”池唯美梦幻，吸引游客前来游览。

本报电（记者赵珊）“新质演艺·焕活夜态——2026旅游演艺与夜游经济发展研讨会”近日在河北承德举办。研讨会由全国工商联旅游业商会夜游经济专业委员会等主办。当前，旅游演艺与夜游经济已成为释放内需潜力、延伸消费链条、激发城市夜间活力的重要引擎，行业正处在从“规模扩张”迈向“质量跃升”的关键转型期。研讨会展示了国内标杆演艺和夜游项目的创新范式，从内容创作、技术应用、商业模式、文化表达等多维度，为全国夜游经济提质增效提供了可借鉴的参考。

全国工商联旅游业商会夜游经济专业委员会秘书长何海涛认为，面对行业挑战，关键在于“向新求质，以文焕夜”，行业应转向“内容与科技的有机融合”，通过沉浸式体验重塑观演关系，以原创内容替代同质复制，构建有温度、有故事、可持续的夜间文旅生态，让城市夜晚既有“烟火气”，更显“文化魂”。

知名旅游演艺导演、中国旅游演艺联盟执行主席梅洪介绍了大型实景演出《鼎盛王朝·康熙大典》的探索之路。该演出已推出15周年，以一台实景演出作为流量引擎，有效激活了承德的夜经济，除了演出，还以夜游街区、特色餐饮、文创以及住宿等留住游客。他建议，行业应以旅游演艺为引流入口，构建“演出+街区+消费”全链条，合力打造兼具“烟火气”与“文化味”的夜间消费新业态，推动文旅融合向更深更广的维度迈进。

视觉导演、舞美设计师程岳峰结合其创作的《永生的军团》《黄河大合唱》和《状元归来》等演艺项目，分享了对文旅演艺可持续发展的思考，当下演艺产品须完成从“观看”到“共情”再到“文化认同”的心理递进。

河南开封万岁山武侠城研究员赵文超解读了该景区如何从一座传统森林公园逆袭为年游客量超2400万的知名景区，其关键在于构建“六位一体”夜间演艺矩阵，配合江湖篝火晚会、星河许愿灯等强互动项目，推动游客从“旁观者”转变为“参与者”。

吴桥杂技大世界艺术总监曾

有『烟火气』显『文化魂』 2026旅游演艺与夜游经济发展研讨会举办 城市夜晚

玉芳带来了关于传统技艺与现代旅游融合的深度思考。作为国家级非物质文化遗产，吴桥杂技应如何吸引更多游客？传统的“撂地”表演难以满足游客的当下审美与互动需求，景区不断探索创新，将高难度杂技植入剧情叙事、融合国潮美学舞台设计，并增强游客体验环节，使古老技艺从“炫技”升维为蕴含情感温度的“艺术展演”。

与会的旅游演艺与夜游的运营方、导演、制作人、出品人一致认为，演艺为魂，夜游为脉，唯有在内容上深耕、在科技上善用、在模式上破界，方能实现从“网红”到“长红”的跨越。

农文旅融合 点亮“华夏东极”

凌晨3点多，当大半个中国仍沉浸在夜色中，黑龙江省抚远市东极阁上已聚满游客。江风微凉，人们举起手机，静候祖国东端第一缕晨光跃出江面。

有人为“追光”而来，也有人为“尝鲜”而至。看完日出，不少游客径直前往东极鱼市，抚远一天的烟火气，也由此热闹起来。

天刚蒙蒙亮，鱼市已是一派繁忙景象。吆喝声、直播声此起彼伏，摊位上三花、五罗、十八子等各色江鱼整齐摆放，鱼干等特产琳琅满目。游客穿梭其间，拍照打卡、挑选江鲜；一些商户支起铁锅炖鱼，鱼汤香气四溢，引得食客频频驻足。

作为全国最大的淡水鱼交易市场之一，东极鱼市既是抚远最具辨识度的消费地标，也是游客感受边境渔猎文化的重要窗口。借助冷链物流和直播电商，这里的江鲜正从“现场买”走向“全国卖”。

“以前生意主要靠老顾客和批发，现在来打卡的游客越来越多，大家不只是看看，还愿意买些特产带回去。我们也做直播，线上线下一起卖，每天最高销售额能有几万块钱。”鱼市商户李春燕说。

距离鱼市不远的“鲢尚皇鲢鱼锅”餐饮店内热气腾腾，鱼香四溢。店内主打的鲢鲤鱼可细分为16个部位涮煮，吸引了不少外地游客前来尝鲜。

“很多游客逛完鱼市就过来吃鱼，吃完觉得不错，还会顺手带走鲢鲤鱼礼盒、鱼肠等产品。”店铺负责人刘世明说。

在抚远，一条围绕“鱼”延伸出的消费链条不断拉长，边境小城的特色资源正加快转化为多元消费供给。

夏日里的乌苏镇抓吉赫哲族村，乌苏里江水缓缓流淌。沿江村落中，传统“木刻楞”民宿与渔家乐错落分布，“住在江边，吃在渔家，玩在民俗”正成为当地消费新场景。

依托赫哲族民俗特色，当地引导村民盘活闲置农房，打造特色民宿集群，采用“前店后厂”模式，将鱼皮衣制作、鱼皮画等非遗技艺转

化为可体验、可带走的文创产品；开展“乌苏里江捕鱼直播”，将传统渔猎生产转化为线上消费场景，带动手工艺品走向更广阔市场。

“以前游客待的时间短，看看日出、拍几张照片就走了；现在不少人会住上一晚，吃一顿全鱼宴，再体验鱼皮画制作，停留时间明显变长了。”村民曹丽伟说。她和家人在村里开起鱼馆，最多时一天接待七八桌客人，游客留下来了，民宿、餐饮、手工艺品的生意也跟着旺了起来。

目前，抓吉村44%的农户住房已转型开办渔家乐和特色民宿。传统村落在保护中焕发活力，民俗资源在传承中实现增值，越来越多村民吃上了“旅游饭”。

沿着乌苏里江展开的，不只有渔猎文化和民俗风情。在黑瞎子岛镇，4200亩红海蔓越莓种植基地连片铺展，作为亚洲最大的蔓越莓规模化种植基地，这片果园正成为当地农文旅融合发展的又一亮点。

“以前大家对蔓越莓的印象更多是果干、饮品，现在到基地来，游客能看到它怎么种、怎么管，还能亲手参与采摘，感受完全不一样。”抚远红海植业有限公司总经理李峰说。今年6月初，太空育种的蔓越莓种苗移栽大田后，研学团队、亲子游客和航天爱好者纷纷前来参观，田园观光客流明显增长。

每到采收季，大水漫过田间，浆果浮于水面，连片“红海”铺陈开来。游客不仅能观赏独特的采收景象，还能走进水中亲身体验采摘乐趣。这个兼具观赏性、参与感和传播力的特色项目，今年入选马蜂窝《2026中国文旅新玩法报告》TOP100，让抚远的蔓越莓水收场景走进更多人的视野。

晨光可赏、江鲜可品、民俗可感、田园可游，抚远正把特色资源串珠成链，构建起更完整的消费场景和消费链条。数据显示，今年1至5月，抚远接待游客67.43万人次，同比增长13.6%；旅游收入8.04亿元，同比增长23.12%。

（据新华社电 记者沈易瑾）

《2025年中国出境旅游者满意度研究报告》发布

本报电（吕雯）近日，由中国旅游研究院主办、飞猪旅行协办的“2025年中国出境旅游者满意度研究报告发布活动”在京举办。中国旅游研究院发布了《2025年中国出境旅游者满意度研究报告》。2025年，中国公民出境游约1.48亿人次，游客满意度保持在80.17分“满意”水平。

中国旅游研究院院长戴斌表示，中国旅游研究院持续开展出境游客满意度研究并发布相关成果，希望中国游客更加安全、自由、安心地行走在蓝色星球上，也希望以游客评价推动全球目的地服务品质提升，增进文明互鉴，促进出境旅

北京推出十余条特色观光采摘线路

本报电（记者施芳）由北京市园林绿化局主办的“京果飘香·2026全民采摘季”系列活动近日启动，推出十余条“缤纷果品”观光采摘线路，涵盖北京市上百个优质观光果园，活动持续至10月底，覆盖樱桃、桃、葡萄、苹果、梨等十余类北京特色鲜果的最佳赏味期。

据介绍，活动串联起精品民宿、文旅景点、休闲营地、乡村市集，更有绿道蜿蜒串联各节点，以“鲜果经济”带动京郊微度假消费新热点。各区同步推出主题活动。延庆区立足北纬40°果品黄金生长带，以“长城、世园、冬奥”三大IP赋能，推动“以果带

旅、以旅兴果”。通州区以大运河文化带为轴，精心推出樱桃采摘精华线、乡村田园休闲线、潮玩逛吃一日游三条精品旅游线路。昌平区金秋十月将继续举办北京苹果嘉年华，融入城市巡游、沉浸式展览等创新活动。

活动期间，相关部门将举办京津冀果品擂台赛，三地优质鲜果同台比拼，由行业专家从风味、品质、安全等维度严格评审，并邀请市民参与投票，选出老百姓认可的京津冀果品标杆。此外，每周六在朝阳公园举办“北京优农”特色农产品市集，让市民在家门口就能买到当天采摘的新鲜京果。