

# 场景多元 玩法多样 “小众”受宠 “五一”假期文旅消费热潮涌动



马蜂窝供图



去哪儿平台供图



携程供图

■中国城市报记者 张亚欣

继春节、清明假期之后，“五一”假期，消费者出游需求更是迎来全面释放，文旅消费井喷式爆发，全国旅游市场也呈现多点开花、全面繁荣的态势。

综合各大在线旅游平台数据，“五一”假期，国内旅游市场在去年同期高位基础上保持稳中有增的态势，市场内部结构性变化也开始显现，入境游增速高于国内游，下沉市场增速高于一、二线城市。两股力量交织也正成为影响中国旅游市场未来发展的重要因素。

“五一”假期，不少年轻人既要去掉“班气”，又要远离传统目的地超高的人气，寻找宝藏小众旅游目的地。携程旅行数据显示，全国三线城市及以下城市的景区及酒店客流量增幅显著高于三线城市以上城市。除了传统热门目的地保持着“人从众”的超高旅游热度外，部分小城旅游持续升温。同时，县城旅游表现亮眼，“小县城跑赢大都市”，下沉市场增速超越一、二线城市。携程数据显示，在该平台旅游订单同比增速方面，一、二线城市小于三、四线城市，三、四线城市小于县城市场。

“下沉市场基数较小，增长空间更大。再加上游客追求更松弛的游玩状态和更具性价比的体验，加速了下沉趋势。”携程研究院行业分析师王亚磊分析，相比一、二线城市“人挤人”，下沉市场为游客身心放松地度过假期提供了可能。而且，相比一、二线城市假期高企的住宿、餐饮费用，下沉市场也更有性价比，县城市场酒店间夜均价仅为一、二线热门城市均价的一半。

不同于资源丰富的大城市，小线城市仅依靠一个出圈标签，便可成倍带动旅游经济增长。去哪儿大数据研究员粗略计算，吃一顿天水麻辣烫

人均消费30元，带动当地消费650元；体验一次泉州簪花仅需40元，带动当地消费900元；去平潭追蓝眼泪高铁大约40元，带动当地消费700元……以此计算，火“出圈”的小众网红城市，在旅游达人打卡下整体消费放大近20倍。

同时，演唱会、音乐节、艺术展等文化演艺活动在激发文旅消费方面也发挥了重要作用，成为推动旅游经济发展的流量密码。“五一”假期，凤凰传奇、杨乃文、张杰、薛之谦、潘玮柏、苏打绿等知名歌手的演唱会以及草莓音乐节、咪豆音乐节、太湖湾音乐节等活动，相继在北京、南京、杭州、成都、太原、常州等城市举办，吸引了大量年轻游客参加。据途牛数据，上述相关目的地的交通、住宿、餐饮、旅游等消费热度均显著提升。

这个假期，“味蕾游”也成为年轻人出行的热门选择，带动多地餐饮消费。美团数据显示，假期前三天，全国餐饮堂食订单量较去年同期增长超73%，部分餐厅排队等位超过1000桌。其中，成都、杭州、北京、重庆、上海位列全国异地游客堂食订单量前五。

马蜂窝目的地研究院院长孙云蕾称，在目的地选择、行程线路规划、当地避坑指南等常规问题之外，小众景点、热门目的地新玩法以及当地最地道美食小店成为年轻人关心的重点。体验感正在取代目的地成为年轻人旅游出行的第一诉求。

值得一提的是，南方地区的降雨天气在一定程度上影响了不少人的旅行计划，但也让以博物馆为代表的室内文旅场景热度飙升。本就深受年轻人喜爱的博物馆在假期一票难求，“五一”期间，首次展出睡虎地秦墓出土的29件竹简和木牍的湖北省博物馆成为马蜂窝

热度上涨最快的博物馆；陕西历史博物馆、三星堆博物馆紧随其后，热度涨幅均超过300%。

而随着各地气温的回升，夜游及夜市也成为假期的一大热门。在消费者青睐的夜游打卡地中，既有充满烟火气的夜市，也有富有人文气息的夜间游园。例如，石家庄正定夜市在携程旅行平台的搜索热度环比上升了近70%；“五一”期间开放的苏州“青陵用直”夜游景区的搜索热度持续攀升，开园首日仅夜游人园客流量就接近景区最大承载力。

此外，伴随出入境便利化措施相继落地，中国旅游与世界的连接更加紧密。入境游方面，携程数据显示，该平台相关订单同比增长105%；中国单方面免签及相互免签的国家，累计入境游客同比增长约2.5倍。

与此同时，出境游继续以接近翻倍的速度增长。据飞猪数据，其出境酒店预订量同比增长约1倍；租车自驾游从国内火到了海外，预订金额同比去年大增超3倍；国际邮轮供给快速恢复，邮轮游迎来大爆发，预订量同比去年激增超15倍。数据还显示，出境游性价比继续小幅提升，预订均价同比去年微降，其中国际机票、国际酒店预订更明显，均在10%以上。

携程研究院相关负责人表示，“五一”假期文旅态势火爆的同时，也发生部分景区接待能力不足、游客负面情绪较重的问题。可以预期，旅游市场增速将逐步平缓，而旅游市场的下沉趋势及入境旅游的发展，将更加考验国内旅游市场的发展质量。一、二线目的地如何在高位基础上创新旅游项目，持续增强吸引力？三、四线城市及县城市场如何应对火爆的客流？地方政府及企业如何把文旅质量提上去？这些问题都值得持续深入思考。

# 我与“五一”文旅：徜徉新蓝海 收获新体验



洛阳风起民宿特色国风房间内景。芳芳供图

我叫芳芳，是一名来自新疆的80后，也是途家洛阳风起民宿的房东。“五一”期间，河南洛阳旅游十分火爆，我的民宿几乎天天满客。“欲问古今兴废事，请君只看洛阳城”，作为历史上的十三朝古都，洛阳文化底蕴深厚。而且“洛阳牡丹甲天下”，每年洛阳牡丹季都会吸引众多游客前来赏花。牡丹花节叠加“五

## 洛阳民宿房东：为客人提供不止于住宿的深度文化体验

一”假期，是洛阳最热闹的时候。我之所以选择在洛阳开民宿，一方面是因为这里属于我的祖籍地，我对洛阳有着很深厚的感情；另一方面是因为洛阳的故事极具吸引力，它拥有其他古都所不具有的独特魅力，需要人慢慢品味。

近年来，随着“国潮风”掀起，年轻人对中国传统文化的兴趣日益浓厚，以马面裙为代表的中华传统服饰元素逐渐流行，这也让洛阳的旅游业态焕发出新的活力。

与其说我的民宿是为游客提供住宿的地方，不如说它更像一个文化载体。为营造古色古

香的住宿体验，我用富有大唐美学的元素装饰民宿房间，还贴心地为住店的客人提供汉服，让他们身居住处就能沉浸式感受古风魅力。“五一”期间，我还在民宿内特意准备了迎春牡丹花，以及《唐诗洛阳记》《河南寻宝记》等与洛阳文化相关的书籍，让客人在游玩之余也能通过阅读更深入地了解洛阳。如果只是走马观花地游览未免辜负了洛阳厚重的历史文化底蕴，掌握一些背景知识再去逛景点，可以收获更

深刻的体验。其实，洛阳不仅有古风体验场景，还有许多好吃、好玩儿的地方。我专门制作了一份“逛吃指南”来推荐洛阳的景点和美食，并且还会根据时令变化更新指南内容。比如“五一”期间，我推荐了一些自然景观和应季美食，让客人能够体验洛阳当季之美。说实话，洛阳的民宿市场竞争激烈，尤其是今年，我身边的民宿房东数量几乎翻倍。但我相信，只要能够坚持提供特色服务和体验，并不不断探索模式，形

成体系，我的民宿就能在市场上脱颖而出。同时，我也希望通过民宿这样一个空间，为客人提供不止于住宿的深度文化体验，给他们留下难忘的回忆。如今，洛阳政府和途家民宿平台都推出了诸多举措帮助民宿行业有序发展。我期待未来市场发展越来越规范，也希望民宿能成为洛阳旅游的金字招牌。作为民宿房东，我也在不断学习和探索，力求为客人提供更优质的服务。（中国城市报记者张亚欣采访整理）

## 文旅体验达人：梦回大唐，“穿越”到“长安十二时辰”

我叫李媛媛，是个文旅体验达人。这个“五一”假期，我走进了陕西西安的热门打卡目的地——长安十二时辰主题街区。身处其中，我看到有很多游客都身着美观雅致的汉服，他们或手持纸扇、或佩戴花簪，仿佛成为了唐朝的文人墨客、官廷贵妇，穿梭在由繁花翠竹与鸟雀画屏组成的唐风布景中。不少阖家出行的游客更是“全家总动员”，一家几口都换上了精美的唐代服饰。孩子与父母手牵手在街区中漫步，与“孙思邈”“上官婉儿”等人物互动，沉浸式体验盛唐风情。

我在游玩过程中了解到，汉服换装摄影一直是该街区“全唐化”业态的重要组成部分。街区的火热也带动了周边汉服产业的繁荣发展，汉服店数量从一开始的几家增至如今的上千家。我在街区内的许鹤子美妆馆进行了汉服改造体验，注意到这家店在“五一”期间上新了百余件新款唐制汉服以及“十二花神”主题妆容，既带古意又有新意。

在长安十二时辰主题街区的大唐弘文馆，我看到许多小朋友在“大唐礼官”的带领下学习行唐礼仪，并与父母一同制作非遗花灯、皮影。这种寓教于“游”的研学体验项目，以游戏、娱乐、互动的形式，向下一代传递了唐代历史文化知识，也极大丰富了亲子家庭的假期生活。据了解，目前街区

已形成唐文化专题研学课程与特色沉浸式主题研学两大产品体系，可以为不同年龄段、不同需求的客群提供定制化研学产品。街区里随处可见唐风与科技的融合：游客用内置芯片的“开元通宝”体验沉浸式消费、在3D全彩真人打印店制作一个微缩版的个人古装手办、丽人街的全息投影欣赏大唐繁盛景象……此外，《极乐之宴》《万邦来朝》等数字技术加持的沉浸式演艺消除了传统艺术表现与游客间的隔阂，让游客得以深度融入文旅场景。“值此良辰吉日，特邀众爱卿与朕同品稀世佳肴，共赏异域歌舞。”夜幕降临，长安十二时辰主题街区中的大型唐文化沉浸式餐饮体验项目《乐宴·盛



陕西省西安市长安十二时辰主题街区人流如织。陕文投集团供图

## 旅游攻略专家：年轻人出游更追求个性化

我叫李宇月，是旅游社区马蜂窝的一名攻略专家。我的工作就是在各个马蜂窝攻略群内回答来自天南海北旅行者们的提问，为他们的旅行排忧解难。近期，我最大的感受就是从一座城市到城市中的一个街区，再到一个街区上的某一家小吃店，年轻人的旅游目标可以说是“一天比一天”小。

过去，旅行者的问题大多围绕目的地选择、行程线路规划、住宿推荐、当地避坑指南等常规问题。现如今，年轻人的问题则更多围绕“目的地有哪些小众景点”“热门目的地还有哪些新奇玩法”“去哪里品尝最地道的当地美食”等。这意味着年轻人出游已不再满足于传统的旅游路线和标准化的旅行体验，他们渴望个性化和定制化的玩法，希望能够按照自己的兴趣和偏好来规划行程，不再执着地追求网红地标打卡，主打“随心所欲”。

“五一”期间，一位去长沙的游客给我留下了深刻印象。这位游客出发前通过天气预报发现，小长假期间当地几乎天天都有可能下雨，或为出游带来不便。于是她在攻略群内询问，住

哪里可以尽可能多地到当地特色美食外卖。”反正我这次旅游的主要目的是享受美食，哪怕住在酒店不出门，只要尝到了，就算来过。”她讲出了自己的旅游逻辑。接到需求后，我第一时间把长沙的美食街按照区域罗列出来，比如五一商圈、城东、城南、城北等。然后再把每个区域内对应的美食街以及相关美食推荐整理出来，这样在游客选择的时候能起到针对性作用。最后在每个区域内，把游客所需价格区间的酒店按舒适度排序，帮助游客更高效、便捷地作出决策。

通过为这位喜爱美食的游客做攻略，也让我对自己的工作内容产生了新的认知。我曾一度认为，作为一名旅游攻略专家的基础是对各大旅游城市、著名景区的信息了如指掌，但随着Z世代成为旅游大军的中坚力量，我逐渐发现，年轻人的旅行方式正变得越来越个性——比起过去的走马观花式的参观，如今能够满足自己的体验才是他们更注重的需求。（中国城市报记者张亚欣采访整理）