



观众在北京王府井银泰 in88—B2展厅参观“壮美中轴”世界文化遗产北京中轴线展。中新社发 杜建坡摄

从“人”出发创亮点 跨界携手共精彩

——2024年国内旅游行业十大热点

《黑神话：悟空》带山西文旅“上大分”

8月20日,首个国产3A(高成本、高体量、高质量)游戏大作《黑神话:悟空》上线,“引爆”全球游戏圈,而游戏里众多取景地也受到玩家高度关注。公开信息显示,该游戏在国内36个景点取景,其中山西取景地高达27处。

《黑神话:悟空》上线当日,各大在线旅游平台关于山西的搜索量瞬时激增,而这波热度一直延续至今。据统计,今年国庆假期,山西全省共接待国内游客数量较上年同期增长84.99%;游客旅游总花费226.87亿元,较上年同期增长101.85%;游戏中涉及的27个山西文物景点累计接待游客188.54万人次,累计门票收入5616.70万元。

点评:《黑神话:悟空》为山西文旅展现风采、吸引客流创造了绝佳的机会。游戏IP可助力打开文旅营销的新局面:一方面,大型知名游戏IP受众广泛、传播度高,有助于打开目的地知名度,从而将线上游戏热度转化为线下旅游热度;另一方面,此类大型游戏IP在海外亦具备较强影响力,其独特的文化魅力和沉浸式体验能够逐步影响并吸引潜在的海外客户,从而显著提升中国文化和旅游的全球吸引力。此外,随着新一代年轻旅行者文化自信和审美水准的不断提升,影视、游戏等作品中的文化元素与旅游碰撞而出的火花,已成为目的地和景区重点关注与发展的全新增长点。

政策利好助推入境游热度攀升

今年以来,从免签“朋友圈”扩大,到全面实施邮轮入境免签,再到扩大邮轮口岸出境免签范围,我国免签政策持续优化。特别是不久前,国家移民管理局发布公告,将过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为240小时(10天),同时新增21个口岸为过境免签人员入境口岸,并进一步扩大停留活动区域。此举将继续拉动我国入境游市场增长。

接二连三的好政策吸引了不少外国游客特别是旅游博主来到中国,他们通过视频等形式展现出中国人民的热情友善以及中国生活的丰富多彩。相关内容吸引不少网友关注,且催生了诸如“City不City”等的热梗,一些城市与旅游目的地也因此再次火爆“出圈”。在网络社交平台上,带有“China Travel”(中国旅行)关键词的视频几乎自带流量,引发

大量海内外网友“围观”。国家移民管理局数据显示,今年三季度全国各口岸入境外国人818.6万人次,同比上升48.8%;其中,通过免签入境488.5万人次,同比上升78.6%。此外,上述“240”新政的实施,也让“去中国过中国年”的旅行思路受到更多外国游客青睐。

点评:入境游市场显著增长,是我国经济实力和国际影响力持续提升的表现,也反映出我国旅游业正在不断发展和完善,对外国游客的吸引力不断增强。免签时间的延长,将推动外籍游客从“一省/市游”进阶为“两省/市游”,一次入境、多重体验。我国旅游企业和目的地也不断推动支付、住宿、出行、景区门票等产品及服务的优化,全面提升外国游客的游玩体验,让他们了解中国、爱上中国。

低空旅游迎来更多发展机遇

今年《政府工作报告》提到,积极打造生物制造、商业航天、低空经济等新增长引擎。这是低空经济首次被写入《政府工作报告》。8月,《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》发布,明确提出推进商旅文体健融合发展,提升项目体验性、互动性,推出多种类型特色旅游产品,鼓励邮轮游艇、房车露营、低空飞行等新业态发展,支持“音乐+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等融合业态发展。

随着利好政策落地以及“低空+旅游”等应用场景渐趋成熟,低空旅游迎来更多发展机遇。目前,低空旅游试点已在北京、山东、江苏等多个省市展开。例如,趁着暑期旅游高峰,作为北京市唯一入选全国首批“民用无人驾驶航空试验区”的地区,延庆区推出了包括空中游览、高空跳

伞、动力伞飞行、低空研学、飞行体验以及无人机飞手培训等多项创新体验项目。

点评:布局低空旅游,除足够的空域和广阔的视野外,还需足够的旅游资源,包括自然景观、历史文化等,以丰富游客的观光体验。良好的基础设施和接待能力也很重要,可以为游客提供更好的服务。尽管低空旅游方兴未艾、发展态势喜人,但近年来低空游览飞行事故频发。对此,应建立完善的安全管理制度和标准,包括飞行员的培训、飞行器的检查和维修、飞行计划的审批等;加强飞行器的监管和安全管理,确保飞行器的性能和安全程度符合相关标准;加强飞行员的培训和管理,确保他们具备足够的安全意识和技能;加强游客的安全教育和培训,确保游客了解安全知识,遵守安全规定。

“影视+文旅”带火新疆阿勒泰

5月,迷你剧《我的阿勒泰》热播,再加上难得一见的“限时限量款”美景——极光出现在阿勒泰上空,使得新疆维吾尔自治区阿勒泰地区的旅游热度持续飙升。

观众被《我的阿勒泰》中展现的草原、戈壁滩、牧场、雪山等自然美景深深吸引,剧中人物自由如诗的生活状态也激发了观众对阿勒泰的好奇和向往。观众对壮丽美景和特色文化的憧憬,直接转化为旅游的动力,推动了阿勒泰旅游热度的提升。

近年来,影视剧带火地方旅游的现象屡见不鲜。例如,《长安十二时辰》让古都西安的文旅业更上一层楼;《去有风的地方》让云南省大理白族自治州成为当年春

节假期旅游市场的一匹黑马;《繁花》让上海再度走红,不仅和平饭店、碧云园酒家成为热门打卡地,就连排骨年糕、上海泡饭、“玲子同款耳环”也成为热销品。

点评:从长远来看,“影视+文旅”,特别是“微短剧、迷你剧+文旅”的模式值得推广。这种模式能够充分利用影视作品的传播力和影响力,将当地的旅游资源推广到更广泛的受众中,从而吸引更多游客前来旅游,也可以为当地经济发展创造更多机会。不过,也需要注意保护当地的生态环境和文化传统,避免过度开发和过度商业化,以保障旅游资源的可持续性和当地文化传承的连贯性。

一碗麻辣烫让甘肃天水爆火“出圈”

满满鲜亮红油、瞬间唤醒味蕾的手擀粉,再配以“建议全国普及甘肃麻辣烫”的旁白,一条短短7秒的抖音自拍开始转动甘肃省天水市的“命运齿轮”。3月,甘肃天水麻辣烫频频登微博热搜,在短视频平台上爆火,相关内容点击播放量很快突破10亿次,成为继淄博烧烤、哈尔滨冻梨之后的又一“爆款”。这波“泼天流量”更是直接促使当地旅游业飞速升温。

近年来,探寻美食已成为深受年轻人喜爱的旅行主题之一,淄博烧烤等地域美食也摇身一变,成为了影响力和巨大的城市旅游名片。而天水麻辣烫的火爆,为游客前往当地旅行提供了新动力,也给天水文旅产业发展带来了新机遇。数据显示,仅3月1日至3月20日,天水市累计接待游客便达236万人次,实现旅游综合收入13.7亿元。天水市麦积山、伏羲庙、天水古城、水帘洞、大像山等重点景区内客流如织。

点评:“吃”作为“旅游六要素”之一,在旅游活动中扮演着不可缺少的角色。随着生活水平的提升,人们对于饮食的需求也不再局限于饱腹,而是追求更高层次的味蕾享受和其中蕴含的精神文化。美食不仅能够丰富旅游产品,展现当地文化和历史,还有助于促进旅游目的地品牌形象的塑造。因此,美食正逐渐成为旅游目的地营销新重点之一。

北京中轴线申遗成功 尽显古都魅力

7月,北京中轴线被正式列入《世界遗产名录》,成为北京的第八项世界遗产。北京中轴线是一条能全面体现古都文化、红色文化、京味文化的中心轴,更是一条“美食轴”“文化消费轴”“City Walk(城市漫步)轴”。北京中轴线区域关联大运河等4处世界遗产、恭王府等3个5A级旅游景区、国家博物馆等31家文博场馆、中国美术馆等20家艺术场馆,还分布着百余项国家级、市级非遗项目。全长7.8公里的北京中轴线上,串联着钟鼓楼、万宁桥、正阳门、永定门等15个文化遗产构成要素。

同程发布的《2024年度北京旅游消费报告》显示,申遗成功后,北京中轴线的关注度快速上升,已成为中外游客来北京旅游的打卡必选项、北京旅游的最大IP。

点评:随着申遗成功,中轴线成为古都北京新的文化符号。在业内看来,北京中轴线就是一条生生不息的文化资源带。未来,要继续深入挖掘其中的精神内涵,推动中华优秀传统文化与旅游产业深度融合,让旅游成为人们感悟中国文化、增强文化自信的重要渠道。

“奔县游”性价比高、人气旺

“不是大城市去不起,而是小县城更有性价比。”年轻游客的话,映射出县城旅游的火热。

携程发布的《2024年国庆旅游消费报告》显示,随着旅游市场回归常态,一大批年轻人爱上“奔县游”,带动县城旅游日均订单同比增长40%;增速最高的前10个县旅游目的地,如山西临汾隰县等,同比增速均超过4倍。另据去哪儿平台搜索数据,人少、小众、反向是国庆期间搜索热度飙升幅度最高的词。酒店预订数据也显示,节日期间预订增幅最高的是小(县)城。

节假日期间,去热门城市的机票

飞涨,火车票一票难求,住宿、餐饮等价格上涨也很明显,这让不少游客觉得缺乏性价比。而一些中小城市包括县城,消费价格相对比较稳定,不挤又不贵,容易吸引到一部分游客。

点评:近年来,随着我国基础设施建设的不断完善,县城旅游具备通达的交通、便利的住宿、独特的美食等优势;再加上,县城旅游的特色资源能够满足游客个性化的文旅体验需求,所以“奔县游”逐渐走红。面对巨大的发展机遇,县城旅游目的地仍需要内外兼修,以特色化、精细化、品质化的发展策略实现长期健康发展。

李子柒归来 生动展示非遗风采

11月12日,短视频创作者李子柒时隔3年后首次更新,在社交平台发布了一则“为奶奶制作漆器衣柜”的视频,生动展示了我国非遗项目漆器的制作工艺和魅力。随后,李子柒又连续发布了展示桑蚕丝织、植物染色、蜀锦织造、绒花制作等多项非遗技艺的作品。四川省文化和旅游厅还为了“李子柒非遗工作站”授牌。

近年来,“跟着非遗去旅游”逐渐成为潮流,非遗体验成了人们旅行中的新亮点。这有助于让更多人感受到非遗魅力,共享非遗保护成果。对

此,多地文旅部门纷纷展示自家优秀的非遗项目,并邀请李子柒前去体验。这些项目包括宣城的宣纸、南京的绒花、襄阳的炮龙竹、英山的缠花景泰蓝以及福州的三条簪等。

点评:以文塑旅,以旅彰文。非遗作为一种“活态文化”,应形成依靠于人、作用于人的活态传承。当下,年轻一代正积极发挥人在非遗保护传承中的关键作用,以创新之心坚守传承之道,让非遗技艺“潮”起来,帮助古老非遗走进现代生活,助力经济社会的发展。

发型师晓华演绎“一个人带火一座城”

11月,一位名叫晓华的理发师,因其“最听得懂话”而迅速走红网络。她的理发视频在网络上吸引了超过150万人点赞,其理发店所在的长泥坡村乃至怀化市迅速走红。

随着晓华的爆火,湖南省怀化市瞬间变身“懂你之城”,吸引各地游客前来打卡。当地文旅部门反应迅速,向全国网友递出“橄榄枝”——在怀化高铁南站出站口,来自通道侗族自治县的阿妹身着侗族服饰,跳起欢快的迎宾舞,一辆辆“发型师晓华”粉丝免费接送车”从高铁站驶出。为方便居民和游客,当地甚至连夜铺路扩街。

当客流转化为消费,数据十分可观。据统计,晓华走红后,7天拉动现场消费超

2000万元,拉动怀化市消费1.2亿元。

点评:让顾客“笑着走出理发店”的发型师带动周边旅游,一方面是人们从“晓华现象”所蕴含的个人特色,转向对怀化区域文化的迁移关注;另一方面是由于地方政府的积极服务保障,同时也离不开怀化周边交通先导造就的发展“快道”支撑。种种因素综合发酵后,怀化地区的秀美画卷、文化百景才有更好的机会向更多游客徐徐展开。“泼天的流量”让怀化这座湖南城市成为新晋打卡地,也引发了业内关于城市文旅发展逻辑变化的思考——维持热度并不断为目的地赋能,才是发展文旅的硬道理。

冰雪旅游业态多元、特色鲜明

综合各大在线旅游平台数据,11月以来,冰雪游相关搜索热度环比增长超过3倍,延边、乌鲁木齐、齐齐哈尔、吉林等地成为冬季冰雪游黑马目的地。

文化和旅游部推出了12条2024—2025全国冰雪旅游精品线路,覆盖北京、山西、内蒙古、辽宁、吉林等地,让游客既可以“跟着赛事去旅行”,又能感受冰雪旅游区域发展态势及文化传承轨迹。

《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》《推动东北地区冰雪经济高质量发展助力全面振兴取得新突破实施方案》相继发布,为我国冰雪旅游的进一步发展创造了新契机。

此外,冰雪产业的业态也日益多元化,比如,新疆阿勒泰地区充分挖掘“冰雪+体育”潜力,相继举办国际雪联越野滑雪FIS积分系列赛等赛事,提升自身在冰雪运动版图中的知名度和影响力。

点评:随着生活水平的提升,人们对于休闲娱乐的需求也在增加,而冰雪运动作为一种新兴的休闲方式,受到越来越多消费者的青睐。在发展冰雪旅游的过程中,相关地区应注重保护和传承当地的文化遗产,并不断创新,为游客提供新颖的旅游体验;同时,避免过度商业化导致的资源浪费和环境破坏,寻找经济效益与社会效益之间的平衡点。