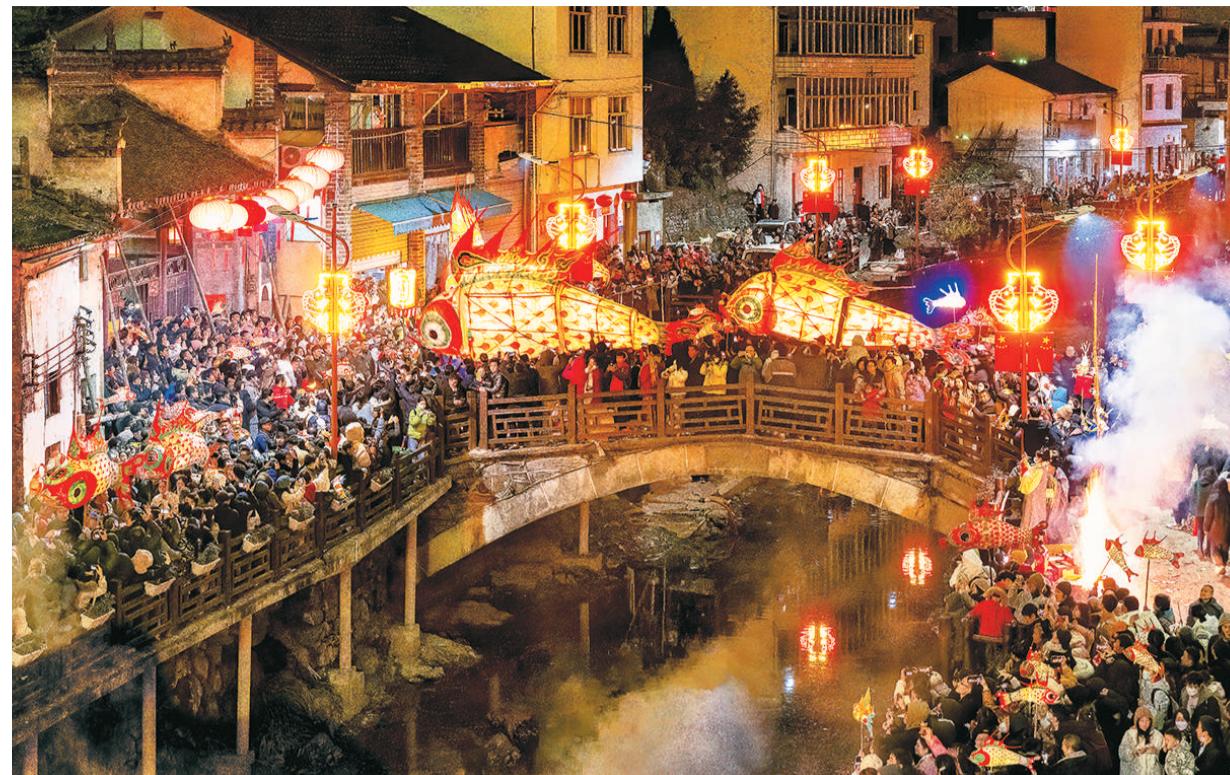


下一站，开启风物旅行

赵珊
李亚欧游客在黑龙江省同江市，近距离体验赫哲族鱼皮技艺，手触鱼皮鞋履，感受古老技艺的独特之处。
刘万平摄

一道特色美食、一场节庆活动、一项非遗技艺、一种文化习俗、一种生活方式……如今，各地风物日益吸引着广大游客特别是年轻游客的目光，风物旅行正为地方文旅发展注入新活力。

感受当地文化

“如今的旅行，正在从‘打卡景点’迈向‘深度体验’，从看山看水看风景的阶段延伸为关注各地的文化之美和生活之美。”中国旅游研究院院长戴斌道出当下文旅市场的变化，“风物是各地的重要文化标识，也是重要的旅游吸引物。”

何谓风物？戴斌表示，风物是指一个特定地域所孕育、承载并代代相传的独特文化印记与生活风貌的总和。它超越了单一的“土特产”概念，是一个更丰富的文化集合体，地方美食、节庆习俗、非遗传承、民俗艺术、文化IP等都可称之为风物。

不同地方的风物承载着独特的地域文化，在旅途中，游客收获了对当地的文化感知和情感共鸣。

00后北京游客王雪莹对关中文化的了解，始于一场风物旅行。她在网上看到陕西省袁家村的美食攻略，便决定前去大快朵颐。“那里汇集了油糕、油泼面等百余种陕西小吃，有浓厚的关中特色。一边尝美食，一边观看民俗，这种体验让我与这片土地产生了情感联结。”

鱼灯是安徽省歙县的特色风物，也是延续了数百年的活态民俗，它不仅是非遗，更被视为“有温度的文化

仪式”。其中，汪满田鱼灯已有600多年历史，每年正月十三到正月十六，鱼灯队巡游全村，为家家户户送上“年年有余”的祝福，也吸引了众多海内外游客的到来。今年春节期间，歙县接待游客112万人次，同比增长18.39%，旅游总花费10.87亿元，同比增长21.59%。

日前，在歙县竦口村的“歙州红”古陶工坊，举办了一场非遗体验，来自多国的外国游客，围着10岁的“非遗代表性小传承人”洪澜卿，沉浸式感受歙县古陶制作的魅力。小姑娘教他们揉泥、拉坯，飞转的陶轮上，陶土逐渐塑形，外国游客脸上沾着泥点，满眼新奇与兴奋。

风物像一串钥匙，打开了人们了解中华文化的一扇扇大门，也让一些原本默默无闻的小城走进大众视野。

“赫哲族渔猎文明的活态传承是黑龙江省同江市的特色风物。”赫哲族鱼皮衣制作技艺，是以渔猎为核心的民族非遗，“同江市文体广电和旅游局局长张志梅介绍。

非遗代表性传承人王海珠把自家闲置房屋，打造成集制作工坊、直播区及文化展厅于一体的文旅融合空间，游客可现场观看鱼皮画和鱼骨饰品的制作，并参与体验。

张志梅说：“同江全年推出3000余场赫哲族传统表演，开放近20处非遗工坊，通过文创产业园打造‘赫哲神偶IP’，将鱼皮传统纹样与现代审美结合，开发潮牌服饰、鱼鳞画、日常文创等近百种产品。”

“过另一种生活”

“我们没走常规路线，而是想感受当地不一样的生活方式。”00后游客北京大学生姜去广西旅游，就是奔着体验茶麸洗头去的。“在柳州市居民楼间的茶麸洗头小店，听邻里间聊着家常，感觉自己也是柳州人了。”

中国旅游研究院与马蜂窝联合发布的《中国风物报告》显示，今年上半年，马蜂窝平台上风物旅行相关内

容发布量达到2024年全年的145.7%。90后已成为风物旅行的主力军，00后也显示出巨大潜力。从观赏到体验，各地独具特色的非遗传承和民俗文化日益成为他们风物旅行的首选。

如今，游客在贵州雷山体验苗族“吃新节”，了解到每年稻子初熟时，当地人将第一把新谷献给天地祖先，并特意给鸟留一些，这延续千年的习俗透着人与自然和谐共生的古老智慧；到山西定襄观看面塑制作，老师傅用梳子当刀、剪刀作笔，用普通的面团捏出飞禽走兽、花鸟鱼虫等各式造型；到广东顺德大饱口福，仅早茶就有100多种，能连吃一周不重样。

在清华大学文化创意发展研究院副院长张铮看来，现在年轻人更希望文旅线路或产品能与日常生活紧密结合。“他们在旅行中更注重自我内心感受，不仅‘看别人过生活’，更渴望亲身‘过另一种生活’，真正体验不同地域的生活方式。”

风物旅行恰好可以满足这种需求。《中国风物报告》指出，风物是吸引游客了解、体验并最终爱上这里的重要理由。如今，越来越多年轻游客热衷发掘那些尚未被广泛关注的风物，深度体验原汁原味的当地特色。

在2025第十二届青岛王哥庄大馒头文化节现场，外国游客拍摄花样馒头。
张进刚摄 新华社发

风物旅行以独特地域文化为吸引物，能满足外国游客对深入了解中国文化的需求，也将成为各地发展入境游的差异化优势。

风物让文化变得可感知、可体验，打破了文化传播的抽象壁垒。中国幅员辽阔，不同地域的风物涵盖饮食、非遗、民俗等多形态，安徽歙县鱼灯、江西婺源甲路纸伞等具象化的风物，无需复杂解读，便能使外国游客直观地感受到中国文化的多样性。

相较于游览传统景点，风物体验更具沉浸感。游客可通过参与民俗体验、学习非遗技艺等活动，深度感知中国文化的魅力。这种体验式的文化传播更易引发情感共鸣，有助于游客

■文旅棱镜

风物旅行或成入境游新支点

宦梅丽

建立对中国文化的立体认知。同时，风物中蕴含的生态智慧、匠人精神等共性价值，还能成为中外文化交流的桥梁。

传统入境游线路多聚焦长城、故宫等标志性景点，而风物旅行则将视角延伸至小城村寨，各地风物以独特性和原生态特质，满足外国游客的多

元需求，成为个性化入境游产品。风物的产业化开发能丰富入境游产品体系，从非遗工坊研学到民俗节庆体验，从美食寻味之旅到文化IP打卡线路，多元产品矩阵可适配不同年龄段、不同兴趣偏好的外国游客，有效提升入境游的复购率和口碑传播力。

风物旅行还能带动区域协同发展，

形成入境游新增长极。很多风物分布在非传统旅游热点地区，其开发有助于引导外国游客从一线城市向二三线城市、小城镇和乡村延伸，既拓展了入境游的空间版图，又促进了区域文旅协调发展。

随着外国游客对深度体验中国文化的需求持续增长，风物旅行正精准契合这一市场新期待。当前，各地正通过打造沉浸式风物体验空间、开发国潮文创产品等举措，提升入境游吸引力。可以预见，凭借对中国文化的深度挖掘与生动呈现，风物旅行将进一步激活入境游市场潜力，或成撬动入境游高质量发展的新支点，为中外文化交流搭建起更具温度与活力的桥梁。

『你好！中国』主题系列活动走进伦敦

本报电（蓝健）中国之夜——“你好！中国”主题旅游推广活动近日在英国伦敦市政厅举办，多角度展示了友好、便捷、充满魅力的中国旅游形象，向海外游客发出盛情邀约，推动中英两国在文旅领域的深度合作与共赢发展。来自中国、英国以及欧洲其他国家的文化和旅游部门、旅游企业、酒店、机场、航空公司等机构的代表出席活动。

活动上举办了现场推介、商务交流、图片展览和非遗互动。英国旅游达人分享在中国美好便捷的旅游经历；主题图片展生动展现中国绚丽的自然风光和深厚的人文底蕴，吸引众多嘉宾驻足观赏；互动体验区营造了生动有趣的交流氛围，嘉宾们在投壶、漆扇、书法等活动中沉浸式感受中国文化的独特魅力。中外文化和旅游交流中心与中国东航、上海久事集团联合打造的“China Pass”旅游卡首次在海外发布。

世界旅游及旅行理事会副总裁杰米·沃特雷认为，作为全球重要的旅游市场，中国在持续推进入境旅游便利化方面作出了巨大努力，展现了中国文旅产业的开放姿态和发展潜力。

中国驻英国大使馆公使赵飞在致辞中表示，此次活动塑造中国旅游新形象、分享中国发展机遇、架设民心相通新桥梁，成为中英文旅游交流的又一亮点，希望激

发出两国更多合作灵感与共赢成果。

中外文化和旅游交流中心主任张维国表示，中外文化和旅游交流中心将充分发挥平台纽带作用，助力来自客源地、目的地、服务商等领域的各方代表充分对接，务实合作，共同开拓国际文旅市场的蓝海。

外国来宾现场观看“你好！中国”2025世界文化遗产主题旅游海外推广季图片展。
主办方供图2025“北京礼物”
全球文创大赛成果发布

本报北京电（记者赵珊）近日，2025“北京礼物”全球文创大赛成果发布会举办。实物赛道58件商品和设计赛道2项作品获奖。大赛自今年7月启动以来，共征集到4410件作品，获奖作品涵盖古都印记、国际礼物、红色主题、科创融合、场景创新、时尚潮流等多个品类。

今年以来，“北京礼物”销售渠道不断拓展。北京目前有30家主题门店，布局已从“景点导向”向“全域覆盖”转变，从“商品销售”向“文化体验”升级。

“未来，还将有更多特色突出的门店加入‘北京礼物’渠道体系，这些特色主题店将构建起北京更便捷的消费场景网络，让‘北京礼物’的文化温度触达更广泛的消费群体。”北京市文化和旅游局副局长徐振涛介绍。

广西龙胜：外国游客体验打谷子



近日，广西壮族自治区桂林市龙胜各族自治县开始收割稻谷，众多国内外游客走进龙脊梯田，体验稻谷收割的乐趣。据统计，今年1至9月，龙胜累计接待游客1083.7万人次，同比增长9.25%。其中，入境游客33.1万人次，同比增长67.27%。图为比利时游客在龙胜的平安壮寨体验打谷子。

庞革平文 韦吉阳图