

民俗体验成端午出游热门

本报记者 赵珊

记者近日从多家在线旅游平台了解到，端午假期旅游市场持续火热。无论是观看龙舟竞渡、沉浸式感受民俗，还是深入森林深呼吸、寻清凉避暑，游客更喜欢深度体验。

“今年端午假期，单纯的景点打卡已不能满足游客需求，民俗沉浸式体验受青睐。民俗游相关搜索热度同比增长55%。”马蜂窝旅游研究院负责人魏健介绍。

能够体验端午传统民俗的旅游目的地颇受游客欢迎。去哪儿旅行大数据研究院研究员杨涵告诉记者：“江西上饶成为端午古风旅游的热门，上饶葛仙村度假区搜索量同比增长7倍，游客在此可体验射五毒、沐兰汤等古礼，还能观看端午旱地龙舟和夜游鱼灯；在浙江嘉兴乌镇西栅，游客可沉浸式体验江南水乡传统端午活动，预订热度同比增长4倍。”

赛龙舟是极富代表性的端午习俗。携程平台上，近一周“龙舟”相关搜索量环比增长41.3%，端午



在湖北省襄阳市保康县的一家幼儿园，孩子们在老师的指导下学习包粽子。

杨 韞摄（人民图片）



在江苏省如皋市开展的亲子龙舟手工活动上，大小朋友体验制作龙舟模型，感受传统节日魅力。

徐 慧摄（人民图片）

晨光漫过西山，洒在龙泉镇琉璃渠村青灰的屋脊上，一缕轻烟从窗口袅袅升起，仿佛穿越700多年的时光信使——这里曾为故宫烧制金瓦，为天坛生产琉璃，如今正以新的方式传承文化薪火。

地处西山永定河文化带，龙泉镇既有京西古道、三家店码头、辽代窑窑遗址、明清御窑等历史文化遗存，也有山地果园、河畔芦花、农耕文化体验馆等生态美景。依托丰富资源，龙泉镇近年来走出一条农文旅融合发展的特色道路。

让文脉“可触可感可传承”

在龙泉镇，全镇57处文保单位星罗棋布：三家店白衣庵古朴典雅，琉璃渠村厂商宅院雕梁画栋，赵家洼村白云禅寺古柏苍劲……它们不是被围起来的“景点”，而是融入村民生活和游客旅途的“陪伴”。

在琉璃渠村，国家级非遗“琉璃烧制技艺”引来不少游客。走进

金隅琉璃文化创意产业园，游客可亲手揉泥、塑形、上釉，在1300℃窑火中见证一块素坯蜕变为流光溢彩的琉璃构件；在西辛房村，泥塑艺人将农耕记忆捏进泥土，在田埂边立起“春播秋收”主题泥塑群；太平鼓声年复一年敲响，鼓槌起落间，是唐代雅韵，是百姓祈愿，更是街巷间滚烫的烟火气……

当地秉持“活化有度”的更新理念：不拆青砖、不粉老墙、不移古树，同时在道路改造和民宿外墙嵌入琉璃元素，在有机修缮中保留文化肌理，让龙泉镇在新旧融合中葆有特色、朝气蓬勃。

让绿水青山“长得出产、留得住人”

中门寺、龙泉务、赵家洼、天桥浮4个村子连片的640亩果园里，苹果枝头挂霜，杏子透出蜜光、樱桃红得像灯笼——它们是百姓的

线上种草 线下奔赴 特色内容驱动“体验式旅行”

本报记者 朱金宜

刷刷短视频，看看直播，被某个场景或某段故事打动，随即收拾行囊，预订出游——对于越来越多的游客来说，“指尖上的旅行决策”不再陌生。抖音生活服务日前发布的《2026抖音文旅消费趋势报告》显示，过去一年，短视频与直播等内容持续激发文旅新增量，88%的用户已形成内容驱动直接下单的消费习惯。同时，体验经济正在激发文旅新活力，沉浸式体验、情绪价值、非遗文博等成为文旅消费热门趋势。

如何让更多优质内容激发用户“从心动到行动”，带动更多目的地将流量转化为人气“留量”和经济增量？近日，抖音生活服务LIFE+文旅生态大会在浙江杭州举办，平台代表、文旅从业者、专家学者等围绕丰富内容生态、赋能文旅消费、激发行业增长等展开研讨。

从“我去过”到“我体验过”： 游客看重深度参与

在安徽歙县的徽墨工坊里手工制作墨条、在陕西西安的飞行剧院里“穿越”回唐朝一睹大明宫的飞檐斗拱、到云南普洱的咖啡庄园里品味不同品种咖啡的风味……如今，游客在选择目的地和玩法时，有参与感的沉浸式体验成为一种重要因素。

抖音平台数据显示，随着沉浸式旅游成为主流，有着热门IP或互动式NPC的景区景点受到欢迎。开封万岁山武侠城、唐山河头老街等国风主题景区，上海迪士尼度假区、北京环球度假区等热门动漫IP主题公园，以及郑州海昌海洋公园、南京红山森林动物园等动物主题景区位列热门IP/NPC景区景点前列。

这些可玩度高、互动性强的景区景点，对于游客来说往往是早已“线上种草”的目的地。《2026抖音文旅消费趋势报告》显示，用户通过短视频获取旅行灵感，过去一年，用户在抖音搜索酒旅相关内容677亿次，47%的用户通过直播间预订景区，通过短视频下单的景区订单量同比增长23%，通过“视频推荐”的酒店消费额同比增长112%。

“高考前一段时间，我的短视频账号评论区多了许多求祝福的留言。高考结束后，到景区来找我互动的游客也变多了，有的游客还会跟我分享考试心得和对大学生活的期待。”开封万岁山武侠城景区的NPC“状元郎”拓海告诉记者，从2024年11月到景区工作以来，他见过不少从短视频或直播中认识他的游客。作为意气风发的“状元郎”，拓海认为自己的工作很有意义：“通过近距离互动，我能把‘一举高中’‘学业进步’等美好祝福传递给游客，为他们提供正能量满满的情绪价值。”

除了NPC互动外，“苏超”等体育赛事、演唱会、非遗民俗、旅拍妆造等各类体验场景，经过短视频切片等数字内容的呈现，都能成为游客“线下奔赴”的出游理由。好内容和好体验，也让游客自发举起手机，打卡分享，形成“种草—决策—体验—分享—再种草”的良性循环。据统



河北唐山河头老街灯火璀璨、流光溢彩。

李文明摄（人民图片）

计，超过60%的抖音酒旅订单用户存在复购行为，平均复购周期为19天，1.71亿用户发布视频分享吃喝玩乐内容，在社交平台上交流更多新鲜玩法和“心动目的地”。

从小众城乡到宝藏去处： 让更多目的地出圈

品尝地道美食、与“唐代诗人”面对面对诗、欣赏流光溢彩的大唐夜景……在唐山河头老街，烟火气和文文化味并存的体验让不少游客流连忘返。据介绍，景区在设计线下空间时，就注重游览场景的互动性与趣味性，吸引游客打卡拍照、发布分享，让特色风格成为易于传播的“视觉名片”，这让河头老街在多个社交平台上迅速走红。2025年，河头老景区接待游客超800万人次，其中外地游客占比90%以上，让唐山这座工业城市有了文旅新气象，真正实现“一座景区带火一座城”。

具有“活人感”的个体故事，同样是让游客认识一城一村的窗口。一段记录景德镇街头摊贩“鸡排哥”工作日常的短视频，在平台上播放量超过13亿次，有网友评论“这种认真生活的态度，特别打动人”。这份真实的温暖也跨越地域，吸引大量网友来到景德镇，感受当地的风土人情。“鸡排哥”走红后的2025年国庆假期，景德镇抖音酒旅类消费订单量增长113%，景点门票订单量也增长1倍多。

浙江大学旅游研究所副所长周永广介绍，在抖音推出的相关乡村旅游推广项目中，浙江温州苍南、台州天台、杭州径山被列为重点目的地，结合各地特色打造差异化营销方案，将天台塔后村、苍南168黄金海岸线、余杭径山村分别打造为山地康养、滨海旅游、平原茶旅游融合范例。“平台不只是把乡村‘推上热搜’，更是深入乡村，助力本地人提升‘讲故



长春动植物公园NPC“雪饼猴”为游客奉上互动式表演。

新华社记者 张 楠摄

事’的能力，让乡村旅游高质量发展拥有可持续发展的造血能力。”周永广说。

“目的地不是被规划的，而是被放大的。我们相信每一座城市都有独一无二的心跳，而我们要做的，就是让更多人听见。”抖音生活服务游玩行业负责人吴嘉伟介绍，过去一年，抖音已联动全国超100个城市、景区和县域文旅目的地，打造了多个现象级出圈案例。未来，平台将继续在各级政府指导下，携手目的地与生态伙伴，共同书写更多鲜活的中国目的地增长故事，让每一处特色都能被传播、被看见、被体验。

从传统经营到数字赋能： 助力商家做好生意

“线上种草、线下奔赴”的深层价值，在于为文旅商家做好生意提供了新的增长路径。过去，文旅行业高度依赖地理位置和硬件设施，“酒香也怕巷子深”。现在，通过数字传播等方式，平台成为各地文旅产业及经营主体的“特色放大器”“服务展示

屏”“经营增收场”，并通过政企协同和全域布局，让线上展现的文旅魅力转化为线下的良好体验和优质服务，催热各地文旅消费。

本次大会期间，抖音生活服务发布“心动目的地”战略，聚焦挖掘区域特色热点、打造区域地方名片、整合区域文旅资源、提振区域文旅经济，具体分为四方面落地：联合各级政府推出亿级消费券和文旅一卡通等专项补贴；打造“城市旅游卡”“心动榜”等抖音酒旅行业专属产品矩阵；围绕亲子、度假等核心消费场景推出全年营销活动；通过内容传播、乡村帮扶、非遗推广等公益举措，助力乡村文旅发展。同时发布“LIFE+酒旅行业解决方案”，协助商家提升数字化经营能力，实现可持续增长。

中国旅游协会秘书长葛磊表示，在抖音等互联网平台的赋能下，各地文旅发展经历了场景出圈、服务出圈、“草根”出圈等“网红”阶段，未来的“长红”之路，需要坚持“文化有根”“审美有品”“真诚有心”，用优质的内容和体验打动人心。

北京市门头沟区龙泉镇：

窑火映山河 古道焕新生

陈 强 马汲彬



金隅琉璃文化创意产业园中的琉璃烧制技艺展示区。

马汲彬摄

“幸福果”。游客在这里可以沉浸式体验农事活动。

游客挽起裤脚下田摘杏；孩子们在果园里辨识二十四节气图谱；老人在树荫下教游客编柳条筐……果园里不仅有蜂蜜、香梨等农产品，还有丰富多彩的体验项目，不时传来阵阵欢声笑语。

民宿是乡村生活的诗意注脚：四合院的老榆木桌面上，摆着新焙的野茶，席间摆一盏琉璃盏，盛满山月。推窗即见永定河波光粼粼，拿出徒步向导备好的手绘地图，清晨即可来一场徒步……游客在村里住下，既能享受慢节奏的生活，又能亲近自然、放松身心。

创新融合发展农文旅

龙泉镇推动农文旅融合发展，让产业链上的各个主体充分联动，打造“观光—体验—消费—分享”的闭环。

用京腔京韵讲古道往事、带网

友“云逛琉璃渠”、直播摘白杏、吃咯吱……通过短视频、在线直播等方式呈现龙泉镇真实、亲切、接地气的形象，吸引了不少网友前来打卡。

在旅游产品方面，龙泉镇打造“走进京西”深度研学线，将琉璃渠、三家店码头、龙泉务辽窑、古道驿站等串联成线；推出“吸氧+采摘+手作+静养”体验游，让赵家洼村、西辛房泥塑村、中门寺果园集群等点位成为娱乐体验、生态康养的打卡地。

从果园到餐桌，从窗口到文创店，从民宿到直播间，村民能够参与的工作越来越多：在琉璃工坊当导师，在果园当“农事管家”，在民宿做主理人，把自家腌菜变成网红伴手礼……通过发展乡村文化旅游，村民们的钱袋子也渐渐鼓了起来。

“文化是魂，农业是根，旅游是桥。”龙泉镇党委书记李栋说，“我们希望从古老文化根脉中汲取创新融合发展农文旅产业的力量，促进乡村全面振兴。”