

2022

旅游虽难 亮点纷呈

本报记者
刘圆圆

今年仍是旅游业深受疫情影响的一年，也是全体旅游人踔厉进取的一年。近日，中国旅游研究院在2022中国旅游集团化发展论坛上发布了国内旅游、中国休闲、旅游景区度假区等7项报告，盘点今年的旅游情况。虽然国内旅游市场时断时续，但仍涌现出多种新业态、新产品，呈现出令人欣喜的景象。

看点1：“近程化”出游是主旋律

日前，中国旅游研究院发布《中国国内旅游发展年度报告（2022-2023）》显示，在疫情等不确定因素的影响下，2022年国内旅游的出游距离和目的地游憩半径明显收缩，81.24%的国内旅游流动表现为省内旅游流动，而远程的省际旅游客流仅占18.76%，近程旅游和本地休闲成为国内旅游的空间特征。国内

内旅游呈现出短时间、近距离、高频次等新特征，“轻旅游”“微度假”“宅酒店”等成为新亮点。人们更加在意身边的美丽风景和日常的美好生活。

今年“十一”假期，美团发布的消费数据显示，选择城市休闲玩乐、周边深度游的消费者增多。消费者以出游前三天制订计划居多，“临

时决策”特征显著。提前三天内产生的旅游订单量，比三天前下单的订单量高出5倍左右。

此外，国民休闲时间大幅提升，周末休闲日趋常态化。近距离的出行、高频次的休闲已成为疫情以来国民旅游休闲的主要特征，距家1至3公里以内区域构成休闲活动的空间范围。休闲活动丰富多样，休闲场景趋

于多元，文化休闲在城镇居民日常生活中的比重日益提升，参观博物馆、展览馆、科技馆等文化场所的城镇居民持续增加。

业内专家表示，在传统文旅的基础上，本地游、周边释放的消费潜力，通过本地平台的连接，可以有效匹配本地丰富的优质供给，拉动本地消费，从而盘活假日经济。

看点2：露营度假成“新宠”

2022年，拥有令人心动的自然美景和差异化度假方式的露营旅游，成为当之无愧的旅游新热点。

这一年，在途牛旅游平台上，以“景区+露营”为主题的周边自驾游产品的搜索量和预订量持续较高，比如江苏省常州市茅山森林世界、浙江省杭州市临安慕仁太阳谷、四川省成都市麓客岛露营地、广东省珠海市横琴星乐度露营小镇等。这类目的地包

含度假休闲的露营酒店或露营地，依托附近景区资源，设有烧烤、桨板、皮划艇、垂钓等多种户外体验，适合全家出游。携程平台上的露营产品已覆盖国内152个城市，在今年露营产品预订中，78%以上的游客更偏好过夜露营产品，露营客群集中在家庭亲子和商务团建。此外，同程旅行推出露营+烧烤、露营+音乐、露营+沙滩等一系列“露营+”的新玩

法，也满足游客个性化需求，深受市场欢迎。

为有序引导露营旅游的发展，近日，文化和旅游部等14部门印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》（以下简称《意见》）。

《意见》提出，大力发展自驾车旅居车露营地、帐篷露营地、青少年营地等多种营地形态，满足多样化露营需求。推进文化和旅游深度融合发

展，充分挖掘文化资源，丰富露营旅游休闲体验。与户外运动、自然教育、休闲康养等融合，打造优质产品。鼓励提升营地配套餐饮、活动组织等服务，提高露营旅游休闲品质。

业内人士表示，《意见》将对露营旅游产生积极影响，露营产品覆盖面进一步拓宽，促进露营旅游向“精致露营”“体验为王”“品质化、规范化、产业化”等方面加速发展。

看点3：冰雪旅游再升温

随着北京冬奥会结束后的首个冬季到来，冰雪旅游迎来了最佳时期。

12月17日，第24届哈尔滨冰雪大世界迎客，中国最北省份黑龙江的冰雪旅游再次升温。早在11月，全国多地的滑雪场就陆续开业，“滑雪”等冰雪主题词在旅游平台的搜索热度持续走高，机票、酒店及滑雪场门票订单量均有明显涨幅。

12月7日，全国疫情防控政策

优化调整，带动了跨区流动出行快速增长，仅哈尔滨一地的酒店预订量单日涨幅就超过了40%。据同程旅行大数据显示，截至12月13日，去北方滑雪过冬成为近期冬游热度最高的主题之一，哈尔滨酒店预订量翻倍、张家口酒店预订量达到1.5倍涨幅。从热门预订航线来看，哈尔滨、长春、沈阳将成为节前的热门目的地。

11月底陆续开业的张家口各大滑雪场，“滑雪套餐”类酒店套餐产品受到市场欢迎。

途家民宿数据显示，崇礼云顶滑雪公园周边民宿，12月预订量环比11月增幅两成。北京延庆高山滑雪中心周边民宿，11月、12月预订量同比去年增幅三成。2022北京冰雪文化旅游季，以“畅享北京冬季玩转激情冰雪”为主题，推出“8

条京张体育文化主题线路”，汇集滑雪、徒步、登山、骑行、自驾、康养、美食、温泉度假、网红打卡和冰雪文化展示等多种元素。

北京冬奥会带火了冰雪旅游，也让冰雪游的产品更加丰富，旅游形式更加多元化。冰雪运动、冰雪体验、冰雪欣赏、冰雪艺术等冰雪旅游项目，已经早就不仅仅是去堆雪人、看看冰雕。

看点4：沉浸式体验开启文旅新思路

12月8日，文化和旅游部公布2022年度文化和旅游最佳创新成果名单，“‘长安十二时辰+大唐不夜城’唐文化全景展示创新实践”等3项成果为2022年度文化和旅游最佳创新成果。

“一进大门，就感觉时空转换了一样，扑面而来的都是大唐街市的盛景，李白诗当歌、胡姬曼妙独舞、狄仁杰探案解密，还有《长安十二时辰》中的张小敬、李必……没想到可以如此亲

近历史，体验感很好！”体验过“长安十二时辰”主题街区游览的游客说。

用一场沉浸式“唐潮”之旅实力出圈，以“西安样板”殊荣火爆全国，自今年5月开放运营后，“长安十二时辰”主题街区每天吸引万名游客前来观光。穿行在街巷中，太上玄元灯、花萼相辉楼等1:1还原的影视化场景，让市民游客真切感受唐代长安气息的同时，已然忘记真实身份，纷纷自诩“大唐人”。

随着“沉浸式文旅”成为热词，多地的博物馆、景区等地纷纷结合自身特点，设计沉浸式体验新花样，成为游客新宠。

山东博物馆内的“晶·彩——探寻神奇的矿物世界”和“山东龙——穿越白垩纪”展览，就在今年吸引了众多市民游客前来观赏。据工作人员介绍，展览布景时，结合了裸眼3D、VR、科学绘画、实景小模型等多重手段，让游客能够产生身临其境

沉浸式的体验。

业内人士表示，作为文旅“新宠”，沉浸式体验打开了塑造文旅场景的新思路。中国沉浸式产业起步晚、后劲足、市场大，发展潜力巨大，如今在“万物皆可沉浸”的带动下，沉浸式已经开始不断融入文旅场景，业态日趋多元。下一步要在注重挖掘独特文化底蕴的同时，将文化蕴含的价值与新技术、新形式、新要素结合，不断创造新的消费场景，满足消费需求。

看点5：“囤旅游”受年轻人青睐

12月23日，飞猪发布年终总结《2022年度囤旅游报告》。报告显示，近三年来，飞猪囤旅游套餐商品的购买用户数年均增长49%，套餐商品的成交额年均增长超55%。“先囤货、后预约”的囤旅游模式已成为不确定出游条件下的主要旅游消费选择。

报告显示，2022年，囤旅游的购买用户中，“90后”及“00后”占比超六成。其

中，“00后”成为囤旅游新势力，其在套餐商品上的消费额同比增长三成。

从需求端看，消费人群的变化使囤旅游的内涵与外延随之改变。今年囤旅游的热销商品呈现出显著的品质化、个性化特征。

对于旅游商家而言，通过囤旅游可实现销量与品牌价值的双向增长。囤旅游不仅推高了目的地的热度，还带来了

未来可期的客流。吉林长白山位列2022年度囤旅游热门目的地第一，海南三亚、澳门、福建厦门、浙江杭州、浙江湖州、上海、北京、宁夏中卫、云南西双版纳均在前十。

中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文旅研究院院长吴若山认为，“囤旅游虽是疫情前的产物，但近三年持续受到市场关注，已成为2022年旅

游消费必不可少的选项。从消费端看，这种模式更好地顺应了游客结构和疫后出游习惯的变化，为消费者带来更划算、更灵活、更丰富的出游体验和服务。从供给端看，在行业承压阶段，通过预售可以帮助商家回笼资金、售卖远期库存，尤其对于受挫严重的中小商家，预售商品更代表着未来的服务机会与生意希望，在稳定商家信心上起到了重要作用。”

看点6：工业旅游大有可为

过去一提到旅游，人们想到的多是游历名山大川、追寻江河湖海，但随着经济社会发展，涌现出一批“工业旅游粉”。新疆可托海矿山公园等曾经的工业遗址遗迹，就纷纷通过开发红色旅游、研学旅游、工业怀旧、探险体验、休闲度假等模式重新焕发生机。

日前，文化和旅游部推出53个国家工业旅游示范基地，“工业锈带”蝶变“生活秀带”“发展绣带”，人们打卡工业旅游地标，在旅游休闲中充

分感受城市品格、工匠精神。

作为一种旅游新理念和产品新形式，当前工业旅游已成为旅游界“新宠”。从废旧厂房的改造，到现代文化艺术集聚空间，留存下来的不仅仅是老工业遗迹，也是城市发展的记忆。

工业旅游是传承工业文化、弘扬工业精神的重要途径，是推动工业遗产创造性转化和创新性发展的重要载体，更是展现国家工业化成果、宣传民族品牌的重要窗口。国务院印发的

《“十四五”旅游业发展规划》中提出，鼓励依托工业生产场所、生产工艺和工业遗产开展工业旅游，建设一批国家工业旅游示范基地。随着国家和地方陆续出台一系列政策文件，以工业旅游示范基地、工业文化遗产为基础的政策框架逐步完善，资源型地区工业旅游得到快速发展。

业内人士表示，我国工业遗产资源丰富，将工业遗产的保护利用与旅游发展有机结合，不仅有利于丰富旅

游产品内容、拓展旅游消费空间，有助于实现经济效益、社会效益和生态效益的共同增长。不过，目前工业旅游的发展也面临一些问题和挑战，如一些企业对工业资源开发积极性不足，有的工业旅游运营模式不清晰，有的工业旅游项目与研学教育、科普、文创等融合度不够，公众对工业旅游的认知度还有待提升等。如何让“工业+旅游”实现“1+1>2”的效果，仍是待解的难题。

