

2023

旅游业强势复苏

迸发新活力

本报记者 刘圆圆

在2023年,您出门旅游了吗?很多人都会给出肯定的答案。各大景区再现人潮涌动的火爆场景,旅游市场迎来久违的“烟火气”。

近日,中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)发布《中国旅游集团化发展报告(2023)》,预测2023年全年国内旅游人次达54.07亿,国内旅游收入将达5.2万亿元,分别恢复至2019年的90%和91%。

展望2024年,旅游业发展前景仍然可期,更多的“诗和远方”值得追寻。

关键词: 沉浸式文旅

身临其境“触摸”风景

今年以来,我国文旅市场加速回暖,以沉浸式旅游为代表的新供给越来越受游客追捧。大众点评发布的数据显示,8月以来,平台上含“沉浸式”关键词的笔记数量同比增长近70%，“沉浸式”成为上海、武汉、北京、成都、杭州等城市消费者搜索的热门关键词。

《“十四五”旅游业发展规划》提出,“开发数字化体验产品,发展沉浸式互动体验、虚拟现实、智慧导览等新型旅游服务”“推动智能旅游公共服务、旅游市场治理‘智慧大脑’、交互式沉浸式旅游演艺等技术研发与应用示范”。

文旅部也在今年发布20个沉浸式文旅新业态示范案例,从夜游锦江、大唐不夜城,到《又见平遥》《遇见大庸》《知音号》等经典演出,各种类型的沉浸式项目成为文旅业态创新的标杆。“今年以来,全国文化和旅游市场加速回暖,沉浸式业态跑出了加速度,通过文旅资源、数字技

术与空间创意的融合创新,促进了当地产业和消费的双升级。”文化和旅游部产业发展司副司长马力说。

不仅如此,很多城市还将打造沉浸式街区作为文旅产业发展亮点,通过修缮老建筑、还原历史布景,将独特的建筑风格、地道的当地美食、传统的节庆表演展示出来,人文古韵和商业氛围融为一体,游客深入其间,不仅能满足休闲、娱乐、社交等需求,也能更深入地读懂一座城市的历史文化。

沉浸式旅游走热,得益于供给和需求两端发力。美团文旅研究院院长路梦西认为,随着我国旅游消费需求不断升级,旅游方式逐渐从走马观花式的“赶景点”向深度游览、互动式休闲转变。紧跟旅游消费趋势,沉浸式体验新空间通过融入更多文化元素,提升了游客参与感,进一步改善了旅游体验。

关键词: 演唱会+旅游

一张票带火一座城

今年以来,演唱会如雨后春笋般在各大城市纷纷亮相。海量客流的涌入,不仅为城市提供了可观的门票收入,还带来了城市旅游市场的火热。

据中演协对今年一季度的观察,演唱会票务销售新趋势之一,就是跨城购票观演的消费者比例大幅提升,平均跨城观演率超50%。为了看一场演唱会,专门奔赴一座城市,顺便把这座城市的网红景点、特色美食打卡一遍,成为不少年轻人的旅行新潮流。

相关数据统计,周杰伦在海口的4场演唱会共吸引15.46万人次观众入场,其中海南省外观众9.51万人次,占观众总数的61.5%。这期间,海口共实现旅游收入9.76亿元,其中,住宿收

入1.34亿元,餐饮收入0.72亿元,购物收入3.22亿元。海口在周杰伦演唱会期间实现的文旅收入,甚至超过“端午”“五一”以及春节假期。

为吸引“演唱会经济”的青睐,福建省厦门市在场地租金上发布了政策,针对演唱会类活动,减免场地租金高达30%,吸引更多演出公司选择在厦门进行巡回演出;扬州市则出台了一揽子税收优惠政策,对演唱会举办方的企业所得税、营业税等进行了明显减免,从而吸引更多演出公司选择在扬州举办演唱会。

一直以来,“旅游人次多了、旅游收入没有同步增长”的问题始终困扰着业界,“演唱会经济”所带来的就是破题的一个方向,因为其带来的是愿意为休闲娱乐消费的人群。

关键词: 旅游“特种兵”

日行四万步

也许人们无法追溯第一批旅游“特种兵”具体在何时出现,但可以确认的是,“特种兵式旅游”在2023年彻底出圈了。

和以往悠闲观光的旅游方式不同,“特种兵式旅游”用尽可能少的时间、费用游览尽可能多的景点,主打的就是一个“极限挑战”。周五下午还在工作、学习的年轻人,当天晚上也许就已经闪现泰山山顶。日行四万步,三天逛三城,全都不在话下。

复旦大学旅游学系教授沈涵认为,年轻人对小众独特和性价比的追求带火了“特种兵式旅游”——这种旅游方式花费便宜,性价比高;年轻人追求与众不同,并喜欢在社交平台上分享旅游体验。如此一来,也就不难理解“特种兵式旅游”

三天逛三城

能成为年轻人中的流行和时尚。

2023年春,曾经在淄博感受过温暖的大学生们启程奔赴一场春暖花开的约定,带火了淄博烧烤。让淄博迅速成为热门旅游目的地。据蚂蜂窝旅游数据,一拨又一拨游客“进淄赶烤”,让淄博在2023年“五一”假期热度环比增长605%。热情的“特种兵”是先锋队,也是主力军。连带着其他游客一道,一定程度上盘活了疫情之后的国内旅游业。

从春夏走到秋冬,旅游“特种兵”们拖着行李风风火火地出游,致力于在不同城市开发旅游新副本,用最新奇有趣的视角记录不一样的旅游体验,经由互联网传播推广,彻底点燃了人们的旅游热情,也带火了一批网红城市。

关键词: “Citywalk”(城市漫步)

寻找不期而遇的美好

从今年春天开始,“Citywalk”火遍全网。亚运会期间,杭州推出了亚运版“Citywalk”指南;北京、上海、广州等地也都有更应时应景的路线和活动。

“Citywalk”意为“城市漫步”,是一种以徒步探索城市的休闲出行模式,是一种慢节奏、沉浸式的城市漫步,是一种体验城市文化的独特方式。“Citywalk”说走就走,下班可以,周末可以甚至是夜里也可以。慢节奏的“Citywalk”无疑是放松解压的一种生活方式,主打一个“随遇而安”。这种漫步不到知名景点凑热闹,甚至没有明确的目的,只是随意的闲逛,感受城市的烟火气息。参与门槛也很低,花销节俭由人——可以不花一分钱,走走逛逛,也可以选择走进道路两旁的店铺进行消费。

根据小红书《2023年度生活趋势观察报告》显示,2023年,“Citywalk”相关话题在小红书浏览量超过21亿次,搜索同比增长140倍,有超过370万篇笔记分享了与“Citywalk”相关的故事。24-33岁的年轻人成为“Citywalk”主力军,他们用脚步感受城市的韵律,欣赏低速的景观,发现身边的美好。

无论是漫无目的,还是有路线规划,整体来看,“Citywalk”都是人们与城市交互的过程。

在快节奏的城市生活中,“Citywalk”的兴起正迎合了人们旅游的心态转变。当下人们追求的旅行模式要有“留白”,以及“像当地人一样”体验当地生活方式,放松解压、深度和沉浸式成为不可或缺的三大要素。

关键词: 入境游

市场增长趋势不变

12月1日起,中国对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚六国实施了免签入境政策。为我国入境游注入一股暖流,有望强力拉动我国入境旅游市场的发展。

国务院办公厅也于近期印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》,其中特别提到实施入境旅游促进计划,将优化入境旅游产品和线路,推出更多广受入境游客欢迎的旅游产品和服务等。

全国政协委员、中国旅游研究院院长戴斌表示,入境旅游、国内旅游、出境旅游三大市场需要协调发展。“签证的便利化往往是决定入境旅游数量、消费非常重要的前提条件,释放了对海外游客进入中国的一种善意,也提供了更多便利。”

免签政策对入境游市场带来的积极效应立

竿见影。多家旅游平台国际机票搜索量出现上涨。国家移民管理局统计数据也显示,相关国家人员入境数量持续上升。

“入境游复苏潜力巨大。”携程集团联合创始人、董事局主席梁建章表示,一些主要经济体入境旅游收入占GDP的1%至3%,如果中国入境旅游收入能占到GDP的1.5%,将带来超万亿元的市场增量空间。

“我国入境游发展仍有较大上升空间。”众信旅游集团副总裁首席政务官宁国新认为,现阶段的重中之重是讲好“中国故事”,开发更多吸引国外游客的旅游线路和产品,并非一味地强调古老文明标签,当今中国的现代化、科技感以及国泰民安的生活现状更应该被多多传播出去。“在明年,入境游市场持续向好的趋势不会变。”

关键词: 出境游

为世界旅游注入新动能

新冠疫情曾让出境游按下了暂停键。在今年,出境游利好政策不断推出,市场热度逐步恢复,中国游客再次为世界各地旅游业注入新动能。

2月6日,我国试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴20个国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务。当日上午,载有首个北京出境旅游团成员的航班在首都机场起飞前往新加坡,当天还有多个出境团从全国各地赴泰国、柬埔寨、印度尼西亚等国家。

在首发团下榻酒店的当晚,中国驻新加坡大使和领事参赞以及很多旅游业同行都前来欢迎,很多从业者都说中国游客回归世界给了他们希望。

我国出境游在今年有序恢复,让更多游客踏出国门,品味旅游带来的幸福感。今年2

月、3月和8月,文旅部分三批次发布了试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务的通知,目前试点出境团队游国家和地区已增加到138个。

中国护照“含金量”越来越高,说走就走的目的地越来越多。今年以来,格鲁吉亚、泰国、突尼斯、马来西亚、新加坡等国宣布对中国游客免签。伴随着元旦、春节等假期临近,多家旅游平台表示出境游消费将迎来新高。

尽管中国出境游市场全面恢复的号角已经吹响,但我国出境游市场仍然受到航班资源、签证和当地旅游供应链等客观因素的限制。旅游业业内人士认为,2023年是出境旅游市场的一个恢复期,出境游不会是“报复性消费”,而是“反弹式恢复”。



图福良 摄

齐波 摄

齐波 摄

贾宇 摄

图福良 摄