

文旅天下

春节旅途飘满“年味儿”

北京时间2月9日，“80后”的北京白领陈女士手里握着去南极的船票，在别称“世界尽头”的阿根廷小城乌斯怀亚的港口拍照留念、准备出发。东亚大陆一端，雨雪天气让国人又一次感受到南方冬季的寒冷，但这并没有阻挡他们出游的脚步——安徽人张先生一直在外务工，去县城新建的古城游玩是他和他的两个孩子最美好的春节记忆。旅途的故事有很多种，在农历新年实现的旅行总有独特韵味。

居民春节交通及住宿消费的主要动机。“过团圆年”的传统观念是居民春节出行需求的内在驱动力。

记者在春节假期中如何选择出行？记者了解到，飞机已成为人们春节长途旅行的首选交通工具，其次是高铁，传统意义上的巴士已成为短途出行或出游的选择。在时间上，根据携程数据，农历大年初二是出行高峰，多数游客会选择在家中完成跨年，然后开启自己的假期。

不过，与其他假期以休闲驱动为主的旅游消费相比，春节期间的旅游消费明显呈现出较强的文化驱动。北京、西安、天津、杭州、南京、成都等文化旅游基础较好的城市，尽管气候条件不如三亚等南方城市，但春节旅游市场依然是红红火火。

北京故宫博物院过大年、浙江横店《延禧攻略》春节庙会、江西关西客家围屋群古村落景区第二届年货担节……

驴妈妈旅游网数据显示，今年春节期间，除却常规热门体验内容外，各地景区也纷纷举办特色“年味儿”活动，吸引了大量游客到景区体验春节民俗。

同程国旅的春节旅游度假大数据显示，寻找和体验传统“年味儿”已经成为驱动春节旅游市场的核心动能，

旅游产品也已成为很多家庭的必备“年货”。

驴妈妈集团品牌部负责人李秋妍介绍，从体验内容来看，文化类景区出游人次增长最为明显，同比去年增长超六成。其中，民俗类景区如云南民俗村、山西晋中乔家大院、广东梅州熙和湾客乡文化旅游度假区、祈福景区如四川峨眉山、浙江杭州灵隐寺、山西五台山、文博景区如北京故宫、上海自然博物馆、四川成都武侯祠、广东科学中心等，都成为春节出游细分市场的人气景区。

今年不少酒店也将特色文化、传统年文化融合，打造场景化、沉浸式文化体验，起到了锦上添花效果。如地处白茶之乡浙江安吉的帐篷客度假酒店，不但有传统磨豆腐、制作传统辣酱等舌尖上的美味，更有安吉特色的文化娱乐项目猜灯谜等，既添文化趣味，又富美好寓意。李秋妍表示，出游的高频化、对精神文化和民俗文化的重视，都促使目的地和景区不断创新。

4亿人出游，大数据里的趋势和亮点

根据中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)综合测算显示，2019年春节假期，全国旅游接待总人数4.15亿人次，同比增长7.6%；实现旅游收入5139亿元，同比增长8.2%，文化和旅游市场繁荣有序。

超过4亿人次的中国人都去了哪儿？携程基于春节全国旅游市场情况和产品预订数据指出，春节长假期间我国游客从近1296个海内外城市出发，到达全球97个国家和地区、1372个国内外城市。

什么年龄段的中国人更偏爱在春节出游？根据携程跟团游和自由行订单数据，“80后”已经成为春节出游的绝对主力人群，占出行总人数超1/4。而“00后”春节正值寒假，能够有充足的时间选择和父母、朋友出游，占比也已达22%。



2月6日，游客在澳门大三巴牌坊游览。(新华社发)

在产品方面，春节假期国内游依然呈现出“北上玩雪，南下避寒”的总体特征。驴妈妈旅游网数据显示，到南方海滨城市、山水名胜避寒清肺，到东北感受万里雪飘的壮美、冰雪运动的快乐，到历史文化名城感受年味儿，是春节长线出游三大热门，预订人次火爆。同程艺龙数据显示，周边游的主力依然是休闲度假与民俗游，城乡新老庙会、乡村旅游、农家乐、主题乐园、温泉、历史遗迹、城市观光、古村镇、滑雪等出游主题需求旺盛。

区别于往年春节，今年春节县级市的游客出游热情也空前高涨。根据携程数据，增长较快的客源城市大部分为县级市，如广东鹤山、江苏昆山、浙江淳安等，这些城市春节旅游人数增长均超过200%。

此外，随着杭黄高铁的开通，安徽黄山在春节再次跻身“网红”。根据携程数据，黄山的高铁游产品同比翻倍增长，携程推出的“年味儿”产品也大受春节游客欢迎，例如“徽州韵味”系列，登黄山、游新安江、品宏村，全程包车游，解决游客交通难题。

许多境外旅行者也趁着新春佳节，入境体验中国新年的传统氛围。而春节期间的入境旅行者则偏爱城市游。天巡与携程联合发布的入境旅游数据显示，北上广三地是入境旅行者的首选目

的地，因为国内一线城市能提供繁华的都市生活体验以及便利的出行交通。此外，成都、厦门、重庆、武汉、福州、长沙、昆明也较受欢迎，这些旅游城市都以当地的特色美食或舒适的气候而闻名，说明入境旅行者在选择目的地时，侧重于美食玩乐、宜居气候以及飞行便捷3个因素。

过年来点儿仪式感，旅途中寻找“年味儿”

“相较于国内游，出境游其实也深受传统年文化的影响，全家一起出游的场景同样饱含过年的仪式感。”同程国旅相关负责人表示。

据国家移民管理局通报，2019年春节假期，全国口岸出境人员631.1万人次，同比增长12.48%，再创历史新高。记者从同程国旅了解到，就整体出境游而言，短线出境游依然是春节出境游需求主力，东南亚海岛游是国人春节黄金周出境游的首选，海岛线路的价格在春节假期出境游线路中也较贵。

“因温度适宜、距离不远、服务业发达，东亚及东南亚多个城市成为出境目的地的热门选择。”天巡相关负责人表示。携程数据也佐证了这一点，春节假期，泰国、日本订单占春节出境游总量超30%。受签证利好政策影响，

泰国旅游市场火热，线上和门店预订热情高涨，赴泰人数近10万；而冬季的日本也迎来了冰雪旅游旺季，超过5万游客通过携程前往日本，北海道滑雪成为潮流。

激烈竞争下，也有黑马涌现。天巡联合携程的数据显示，众多境外小众目的地颇受旅行者偏爱。其中，菲律宾宿务与泰国清莱以超过100%的增长率，成为当之无愧的出境自由黑马。

邮轮游一直以来也是春节的热门选项，“享受在海上过大年的独特体验”是大部分游客选择春节邮轮旅游的主要动机。同程国旅的春节旅游度假大数据显示，除夕前后出发至日本、新加坡、菲律宾、印尼等的中短途邮轮线路最受欢迎，内河邮轮主要以长江邮轮等地区的境外内河邮轮，将邮轮体验和异域文化完美融合。

随着国家外交关系的发展和直航交通的便利，中国出境游客开始把目光转向了遥远的南美洲。携程数据显示，春节期间阿根廷游客增长达128%，中国旅游者不仅有选择阿根廷与南美国家的多国游，还热衷“阿根廷+南极”的极地旅游产品。即便是极地邮轮上，也有包饺子、写春联等代表传统过年习俗的文化活动推出，让旅途飘起“中国年味儿”。

□□ 本报记者 鲁娜

在喜庆热闹的年味儿中，2019年春节假期进入尾声。己亥农历新年期间，尽管后半程遭遇了较大范围雨雪天气，但2019年春节旅游消费依然创下了新高，全国旅游目的地、旅游景区在浓浓的节日氛围中再次迎来了一个“丰收年”。同时，多国签证便利、海外春节活动丰富，以及大众出游时代人们期待走得更远，春节期间，越来越多的家庭团聚在海外。

2019年春节期间，作为新年货的旅游，成为越来越多国人的时尚选择。

年文化是春节旅游消费核心驱动力

来自同程艺龙的春节出行大数据显示，“回家过年”是春节期间居民交通出行及住宿的第一大驱动因素。为了回家而出行，以及为了团圆而出行，是



在河北省平山县红崖谷，民间艺人在表演舞龙。(新华社发)

专评

□□ 叶一剑

中国旅游业发展不仅呈现出前所未有的活跃，而且，其发展逻辑也与之前有着本质性不同，在全球的既往案例中可能都没有完全可以照搬的模式。作为一家智库机构，我们每年都会从两个维度展开旅游业发展的洞察和研判：一个是当年国家战略和政策文本中有关旅游业发展的导向性研究；另一个是基于客观的时代变革和市场化逻辑，对旅游业的影响进行分析。过去的2018年，基于市场化逻辑，我们对中国旅游业发展的基本观察主要包括以下七点。

其一，旅游的产业属性越来越明显。产业年增长速度不仅远高于全国的平均经济增长速度，在很多地区都是增长最快的行业。而且，国家战略层面也已经把旅游产业发展与旅游事业发展等量视之。随着人们生活方式越来越将文旅消费作为刚性需求，而且是较为重要的消费需求，旅游业

的快速增长在中国可以说才刚刚开始，中国文旅的新价值时代已经开始。

其二，中国正在迎来文旅投资的黄金时代，各路资本齐聚旅游业。可以预见的是，旅游领域的投资规模和增长速度将是名列前茅的几大行业之一。随着这一轮投资的快速推进，对地方文化旅游资源的争夺将越来越激烈，投资门槛越来越高，而随着地方政府针对文化旅游资源的产权清晰化改革的推进，下一轮旅游领域的合纵连横案例将越来越多，上市公司中的旅游板块将越来越活跃。当然，我们也看到，在旅游业投资价值闭环的打造过程中，运营团队和运营能力的缺失成为常态，这也是未来旅游投资和创新创业的重要领域之一。

其三，全域旅游发展成为大部分省市县乃至镇的战略选择。这一方面既与上面提到的旅游业作为新兴产业的快速增长有关，另一方面也与景区互动成为推进新型城镇化的战略选择有关，还与旅游业自身正在呈现出的

特点有关。比如，散客比例越来越高，自驾出行越来越普遍，全时空体验成为常态等，这些都要求在全域空间内实现旅游体验和产品的全时化供给。

此外，在我们看来，接下来还会有越来越多的城市和地区意识到，旅游业的发展，还可以为一个地区和城市的人力资源配置优化提供新的可能性和想象空间。无论是从高品质的基础设施和公共服务配套来看，还是从文化价值观认同以及宜居宜游的景观资源来看，一个城市和区域大力发展文旅，是吸纳人口流入、优化人口结构的重要抓手。

当然，随着旅游业的发展，也会对一个地方的社会治理带来一定的挑战，这也是在进行区域旅游业发展战略定位和规划实施过程中需要提前给予重点关注的。

其四，旅游业在一个地区和城市的整体性转型发展中，其表现出来的流量经济的特点越来越明显，对一个地区产业的综合带动价值越来越凸

显。所以，对一个地区和城市的发展而言，旅游产业的布局和发展，绝对不仅仅是旅游业自己的事情，一定要和其他产业深度互动、互相促进，比如与工业、乡村振兴、商业等结合，互为产品，互为资源，互为平台。

其五，优质的产品供给和服务体验越来越成为区域和城市旅游业发展的关键，即产品既营销，体验既营销。在决定一个地区旅游品质和影响力的众多因素中，产品和服务成为第一要义，这也是中国旅游走向品质化发展的必然选择，也是目前很多地区旅游业发展的最大短板。

在针对旅游品质产品的供给过程中，越来越多的小而美的团队快速发展，成为重塑新一轮旅游业发展的重要力量。在地方推动区域和城市旅游业发展的过程中，需要给予这些团队和品牌以足够的重视，并在区域内的创新创业结合起来，在区域内形成针对旅游业的创新创业氛围、空间打造和服务体系建设等。

其六，文旅特色小镇成为主流的产品线和区域文旅资源的开发建设模式。这不仅是基于传统旅游开发模式的转型需要，而且，作为特色小镇的一种，文旅小镇可以在一个空间内实现生产、生活、生态的融合发展，并通过小镇的建设打造面向全域旅游的目的地和集散地，打造推动区域旅游业发展的全球化和市场化的资源配置平台，还可以通过文旅小镇的平台建设，统筹推动周边文化旅游资源的资产化甚至证券化，实现与资本的互动，从而整体性推动区域旅游业的转型发展。

当然，在这一轮特色小镇营造中，文旅功能也是所有特色小镇的标配，很多小镇都明确提出要按照3A级、4A级甚至是5A级景区标准打造基础设施和景观配套。

其七，智慧旅游的发展得到进一步的重视，并越来越表现为平台的多元化和垂直化，从之前的硬件建设阶段，进入了硬件和软件同步建设的阶段。

目前，针对智慧旅游的产品开发



叶一剑近照

和技术创新已经覆盖旅游的全业态，接下来需要出现一些整合平台，可能是以空间范围甚至是行政区划为单位的综合智慧旅游平台，也可能是以面向旅游全业态和全体验周期的综合服务智慧旅游平台，当然，未来的趋势也可能是以一个超级平台上实现空间精准定位和全业态、全体验周期综合服务的智慧旅游功能。这都需要地方政府和城市的决策者给出足够的关注。而且，智慧旅游的平台搭建和服务供给越来越与智慧城市的密切相关，并逐步走向融合。

(作者系方塘智库创始人)

文旅新价值时代已经开启