

# 二三线城市被寄予厚望 接力中国旅游日的六城 旅游业全要素被充分涌流

◎ 记者 刘青

刚过去的第14个“中国旅游日”，广东潮州、辽宁沈阳、河北石家庄、浙江宁波、内蒙古鄂尔多斯、贵州贵阳6个代表城市，以六城接力的形式，依次以“吃、住、行、游、购、娱”为主题开展倒计时活动，将“5·19中国旅游日”系列活动逐步推向高潮。

“玩法”有点新颖，改变了以往各省有各省的主会场、分会场“雨露均沾”的模式，综合来看，6个城市分别彰显了各个城市关于旅游六要素的全景演绎。

## “冷门”县城，全要素“硬核”文旅之路



◆游在宁海 这个现成可能连浙江人乍听之下也不能马上说清楚它在哪里。411年前，徐霞客正是从如今的浙东小城宁海出发，踏上了他长达30多年，遍布大半个中国的游历，为后世留下了六十余万字的旅行圣经。



借助“旅游日”的春风，宁海当仁不让地拿着“游”这张王牌，打出了“中国旅游，宁波开篇——跟着霞客游宁波”的口号，包含“乡遇·宁波”“风涌·宁波”“侠行·宁波”等活动。吸引游客关注旅游、参与旅游、支持旅游，“抢”到更多的消费者，不断增加产品供给，加码优惠政策，让人看得眼花缭乱。

◆吃在潮汕 潮州市以获评“世界美食之都”为契机，充分发挥潮州本土文化和产业特色，以“吃”为主题，通过“一场启动仪式、三大美食集市分会场、一系列美食文化推介”全面展示潮州“名厨、名菜、名店”风采，通过非遗美食集市彰显“潮文化”魅力，发布美食地图精准导引旅游、开启美食“City Walk”寻味休闲之旅、名厨炫技讲好潮州菜故事，打造高品质美食文化盛宴，推动潮州美食特色旅游发展。

◆住在沈阳 作为国家历史文化名城，沈阳推出各类旅游文化公益惠民措施，包括推出酒店、民宿代金券，以及打折促销、满减优惠等一系列线上线下旅游惠民活动，利用金融平台、在线旅游平台、生活服务平台等公共平台开展产品宣传和销售，并倡导酒店、民宿、旅行社、

在线旅游等企业推出优惠措施，鼓励有条件的省内各市开展跨区域合作并推出互惠措施，扩大活动的覆盖面。

◆行在石家庄 作为一个因交通而兴盛的都市，演绎“行”的内涵和意义也最恰当不过。石家庄串联起“古城打卡”“文明旅游”“红色传承”“文博展览”等场景，重点挖掘了从“古”到“今”跟“出行”紧密相关的历史文化内涵，邀请了20余位主持人、导游、讲解员、文化名家等，从土门关驿道小镇开始，串联起全天14个场景的直播体验活动，带领观众“云游”石家庄，全方位实景直播体验石家庄的山水之美、人文之美、生活之美。

◆购在鄂尔多斯 鄂尔多斯羊绒品牌解锁“羊绒购物体验之旅”，通过羊绒刺绣、面花、剪纸、骨雕、马头琴等文化记忆解锁“非遗文创国潮之旅”，推出“暖城七点半 烟火聚人间”多彩夜经济系列活动，延长各大型商场、公共文化服务场馆、旅游商品购物街区等场所的营业时间。在各大景区、城市广场推出星星帐篷、卡通玩偶巡逻、盲盒互动、乌兰牧骑表演等夜间文旅活动，增加夜游、夜赏服务。

◆娱在贵阳 芦笙舞、木鼓舞、侗族大歌、踩堂舞、面具舞、反排木鼓舞等非遗展演，为广大游客带来一场多姿多彩的民族文化盛宴。旅游日活动期间，贵阳还将针对年轻群体，融入当下潮流的“City Walk”等玩法，在文化老巷组织以复古家具杂货、古着手工材料、植物文创等为主的老巷市集，在潮流商圈组织各种潮流展示、潮拍摄影、国风游园等活动。将“娱”文化演绎到极致。



六城联动的这些变化无一不表明，促销活动不再是低价清库存，精准获客是各地更想要的。文旅部门和旅企们推出的新场景、新体验、新玩法以更短的路径、更生动的形式和消费者进行直接沟通。



## 做好准备，变身下一个“爆款”

不断涌现文化新模式、艺术新场景、文旅融合新项目，也刺激着文旅部门带领文旅企业朝着旅游服务商转型。

综览接力的六个城市，除了地区分布平均以外，仅有贵阳是贵州的省会城市尚算“有名”，其余几乎没有一个旅游“爆款”城市，但不代表，它们不能是“后起之秀”。

“除了传统旅游热门目的地，今年以来更具性价比的城市、县域和乡村旅游因‘反向游’‘捡漏游’而强劲增长。”携程人士分析道。

对于本次旅游日“接力”的创新形式，北京第二外国语学院旅游管理系主任宋昌耀认为，活动的深意主要是：将旅游六要素对应六个城市，其实是搭建了一个将六个城市丰富的文旅资源全面展现到广大游客面前的平台，“以点带面”推动文旅产业向全域和纵深发展，以促进文旅产业的全面复苏。

中国旅游研究院院长戴斌也表示，今天的旅游已经融入日常生活，看上去波澜不惊的模样，却多了份细水长流的耐心和静水深流的从容。从开年以来的假期旅游市场趋势来看，越来越多的年轻人不再盲目追逐热门旅游目的地和网红打卡点，而是选择性价比相对较高的小众旅游目的地。这说明在旅游需求彰显个性的同时，旅游消费也走向成熟和理性。



另外，旅游目的地文娱产品丰度已经成为影响旅游者决策的重要因素。因为文化的加持，游客哪怕是打卡地方美食和都市休闲，也是仪式感满满地出行，为假日生活带来了难得的松弛感和疗愈性。

的确，一些非一线旅游城市，伴随在下沉市场看到的供给和需求共振的催化，在下沉市场有很多可以挖掘的文旅消费的空间。当一个城市旅游业蓬勃发展时也会带动相关产业的发展，增加就业机会，提高收入水平。除此之外，旅游业还能起到推动文化传承和保护、提升城市知名度、吸引更多投资和人才流入的作用，小城市要抓住这一机遇，完善旅游基础设施、提升城市的服务功能，依托当地的人文景点和自然禀赋因地制宜地发展旅游经济，让旅游赋能城市发展。

而这，也成为今年“519中国旅游日”彰显文旅消费市场成熟，以及全国统一大市场建设不断深化的必然结果。