

特色文旅大餐频频“上桌” 各地文旅这一夏收获颇丰

◎ 记者 刘 青



▲“银发族”正成为旅游消费力量
(图源:去哪儿旅游)

伴随着中小学陆续开学,为期两个月的暑期旅游季告一段落。近日,多个旅行平台发布2024暑期出游市场报告显示,今年暑期,国内游、跨境游在高基数基础上,继续保持高景气运行态势。文化和旅游部牵头举办了2024年全国暑期文化和旅游消费季主场活动,各地文旅部门也纷纷“端”出了特色文旅“大餐”,推出了超过4000项约3.7万场次文旅消费活动,涌现出颇具特色的新场景、新业态、新趋势。

与此同时,截至8月的最后一天,去哪儿、携程、飞猪、同程、途牛旅游等OTA陆续发布2024年暑期出游报告,详解今年夏天的文旅消费情况。报告显示,今年暑期去哪儿平台的机票和酒店预订量实现上涨,县城酒店暑期预订量环比增长113%;小机场出发的机票预订量同比增长了七成,北京、上海、广州、深圳等一线城市去县城预订酒店的旅客同比增长了43%。

同时,交通、酒店、景区等业务细分均实现营收上涨。民航局数据显示,截至8月20日我国民航累计运输旅客1.17亿人次,日均达到228.6万人次,同比增长11%;如果加上此前国家铁路集团统计的7月铁路发送旅客数据4.23亿人次,同比增长4%,今年暑期出行成绩可观。

“诗与远方”蕴藏经济密码,大城小城游客“换血”

“以文塑旅、以旅彰文”,文化和旅游的融合发展,让人们在领略自然之美中,感悟文化之美,陶冶心灵之美。我国传统文化类景区增速明显,由2012年的2064个增加至2023年的4000余个,年均增长8%。



▲携程公布暑期“热力城市榜”
(图源:携程旅游)

同程旅行数据显示,在暑期多人出行场景下亲子客群的比例大约为35.1%,依然是暑期出游的绝对主力,整体占比维持近年来的高位。其中,北京、西安、上海、成都、杭州、南京、青岛、苏州、广州、重庆等传统“名城”均是较为热

门的亲子游目的地。

但近两年,小城市的受关注度越来越高,直接反映在了经济数据中。去哪儿大数据显示,七至八月,四五线及下辖县酒店预订量较暑期前环比增长了113%,同比去年增长了24%,最受游客欢迎的县城包括吉林延吉、贵州荔波、山西平遥等多个地区,东北地区和贵州地区很受欢迎。

自驾游作为小城市出行的好选择也有所增益,飞猪数据显示,阿拉尔、黑河、毕节、新疆阿勒泰等热门旅游目的地的租车商品预订量同比增长超过2倍,而且家庭亲子出行游玩更仰赖租车自驾。携程旅游的分析数据显示,暑期整体租车订单同比增长22%,携程平台上,房车自驾新客占比达到了49%,其中65%的自驾用户都是亲子家庭。

有趣的是,综合数据可以观察到大城市与小城市之间的游客形成了“血液循环”。去县城旅游的客人大多来自一二线城市,异地旅客占比达近八成,外省旅客占比达到一半以上,成都、北京、重



▲自由行在这个暑期成为“爆款”
(图源:途牛旅游)

庆、广州等是最喜欢去县城玩的游客来源;其中来自北上广深客源地的旅客量较去年暑假增长了43%。

对此,去哪儿大数据研究院揭示了大小城市出现“血液循环”现象背后的原因,近年来县城在基础设施建设、旅游特色体验打造方面取得了进步,随着小镇县城消费水平的提高,也有更多三线以下城市居民到一线城市玩耍。大城小城居民的流动互换实现了各地文旅经济的齐头并进,人群在旅游场景中的位置互换,带给当地旅游多元的发展机会。

“文化+旅游”“演艺+旅游”,暑假越过越有文化

旅游产业是综合性产业,是拉动经济发展的重要动力之一。过去,人们旅游往往停留在“看山看水看风景”的观光阶段。如今,文旅融合正在推动旅游业转型升级,旅游业日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。

得益于免签政策优化等助推,各地景区、地方文旅部门也纷纷整花活,吸引客流入境。8月初,国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》,提出支持“+旅游”等融合业态发展。去哪儿大数据也显示,一场文旅活动对所在地消费的综合拉动性可呈现多倍加持。

比如,到甘肃敦煌的旅客实实在在在体验了一把“文化+旅游”的新体验,鸣沙山“万人星空演唱会”火爆出圈,敦煌博物馆、敦煌夜市文创街区、敦煌书局等文化消费场所更是人气爆棚,《乐动敦煌》《又见敦煌》《千手千眼》《敦煌盛典》

“四大演艺”剧目持续加场,文化研学、文创产品吸粉无数。



▲新疆阿勒泰地区旅游持续升温
(图源:央视新闻)

“追剧打卡”与城市文旅的“双向奔赴”,成为一股新风潮。电视剧《我的阿勒泰》热播,让暑期来新疆的游客激增。草原牧场、雪山湖泊、森林峡谷,这个假期,不少游客把旅游目的地锁定在了阿勒泰。早在6月底,新疆阿勒泰便开通了低空新航线,从阿勒泰到喀纳斯,2个半小时的路程可以缩短到半个小时以内。随着新疆阿勒泰地区旅游持续升

航运酒店景区创佳绩,“质价比”融入游客选择考量

民航局数据显示,截至8月20日,暑运期间累计运输旅客1.17亿人次,日均达到228.6万人次,同比增长11%;国家铁路集团的暑运统计还未结束,但是单单是7月铁路发送旅客数量就达到4.23亿人次,同比增长4%,而在8月26日至9月10日期间的开学季预计还会发送学生旅客650万人次,料今年暑运数据会创新高。

去哪儿大数据显示,今年暑期机票均价同比降低幅度超过100元,低价刺激了客座率。从预订客源结构看,旅行团占比明显下降,更多旅客选择自由

行。12岁以下的儿童游客预订量增长近两成,老年旅客占比恢复,58~63岁的银发游客也成为了消费力量。

同时,暑期出入境游增速飞快。今年暑期,在去哪儿平台上使用非中国护照预订国内航线间机票的旅客预订量,同比2023年增长1.8倍。飞猪在《2024暑期出游快报》中表示,飞猪暑期硬核保障护航近100万人,出境游酒店平均每单保价补贴239元。同程旅行平台数据也显示,今年暑期期间,港澳地区成为内地居民出境游的热门选择,香港的酒店预订热度同比大增90%以上,香港迪士

尼、香港海洋馆等景区来自内地的预订热度同比均有数倍的增长。

航运运输的游客客流必然需要当地酒店和民宿来承接服务。一场短期文旅活动可以迅速拉高城市酒店预订涨幅。旅游热潮下,航运酒店景区的“三角”关系更加稳定,景区旅游也被带动起来。

受到消费大环境影响,“质价比”成为游客们看重的要素。随着消费者个性化需求的显著加大,各地文旅产业发展迎来了更多机遇。各地区文旅能否因地制宜,打造旅游+模式的新经营方向,是未来旅游业积极发展的关键。