

从小商品世界之都到旅游打卡目的地 义乌,不怕“翻车”的文旅网红

◎ 记者 刘青 通讯员 盛晨

今年的义乌,忽然成了反向旅游、县域旅游的热门目的地。

根据各大OTA平台的上月数据总结显示,前5个月特别是“五一”期间,义乌跻身十大热门县域目的地,平均增速高达36%。金华市文化广电旅游局数据显示,“五一”假期义乌全域共接待游客145.78万人次。

这座浙江金华地区的县级市,被人们所熟知的“符号”是拥有全球最大的批发市场而被誉为“世界小商品之都”。每年10月举办的义乌国际小商品博览会期间,来自世界各地的采购商们都会涌入义乌,为他们的摊位、商店和超市进行疯狂的采购,甚至坊间还流传着这儿是预测国际选举的“风向标”。

小城频繁出圈的案例越来越多,但让数十万人交代上一个假期之后顺便谋划下一个假期,“只会搞钱”的义乌,也许是个不怕“翻车”的网红。



早已丰富和独特的资源

义乌作为中国小商品之都,具有丰富的旅游资源和独特的文化魅力:从国际商贸城到古村古镇,从传统感到现代化都少有空缺点:

◇小商品“宇宙”:义乌是世界上许多小商品的原产地。在这里,可以以最低的价格批量订购几乎所有的小商品。

◇国际小商品博览会:每年10月,义乌都会以盛大的义乌国际小商品博览会迎接全球客商,这是继广交会、华交会之后的中国第三大商贸展会。

◇浙江四大古镇之一:在义乌,有一座

拥有1500多年历史的古镇,镇内留存了大批明、清、民国时期的古建筑。

◇周边特色显著:横店影视城号称中国的好莱坞,无论是乘坐火车还是飞机,游客通常都会选择先到达义乌游览。

同时,真正意义上的国际化商旅模式在义乌已经有了数十年的发展史,地道的土耳其餐厅、印度小吃、韩国料理、中东甜品等美食都得到“每天活跃着超2.2万、常驻超1.5万”的外国商旅客认可。大部分外国餐厅排队都在一小时内,一顿饭下来,桌子的翻台次数近10次。

所以,购物爱好者、文化艺术爱好者亦或是美食追随者,都可以在这座早已“发育”成熟的小城得到自己的旅游向往物。

据媒体报道,汇聚100多个国家和地区15万种“洋特产”的义乌国际商贸城五区进口商品城,“五一”前4天涌入5.2万人次,有人拎着空包、带着空行李箱“进货式旅游”采购面膜、零食、首饰、衣服等全球好货。有商户介绍,假期人流翻了五六倍,还有商户称货品早上上齐,11点又要上一遍,一天要上三四遍,一直在补货。

文旅上菜,游客加餐

早在去年,小城旅游就已“冒头”,近期,《全国县域旅游高质量发展研究报告》公布了“2023年全国县域旅游综合实力百强县”,浙江、四川、江苏等18个省份的县域地区上榜。全国上下,一场游客和县城的“双向奔赴”正隆重“上演”。

相比某些“凭空而火”的网红目的地,义乌倒也有点“东西”。

义乌国际商贸城本身便是一个可以进行一站式购物游、美食游、风光游的4A级景区,不久前的“5·19中国旅游日”中,义乌国际商贸城是浙江主题活动六大分会场之一。除了展示独特的购物与旅游相结合的鲜明特色,也能让每一名来义乌的游客都能在购物与旅游的融合中,沉浸式、全方位地感受义乌这座城市的脉动,感受“不出国门、畅购世界”的快乐以及“有生意更有生活”的意境。

其中,国际商贸城四区旅购中心、五区进口商品城为优惠购的区块,推出不少打卡优惠商家及众多网红特价爆款商品。

此外,在旅游接待能力上,由于有贸易背景的加持,义乌的住宿、交通都已经比较完善,对于游客来说十分友好。义乌文广旅体局相关负责人介绍,今年前5个月里,根据金华市酒店OTA客户的用户画像,来义乌的游客25岁以下占整个游客人群的13.16%,25-34岁的游客则占33.16%,他们是酒店



OTA预订的主力军,这也从侧面说明了,来义乌玩的人,大部分都是年轻人。

据义乌市文广旅体局不完全统计,全市“五一”期间接待游客145.78万人次,与2023年同期比,增速上升21.95%;过夜游客平均停留时长1.36天。

“靠天吃饭”的乡村转型“乡村+”

相对而言没有霸榜的名山大川,但义乌的乡村依旧“挤爆了”,有村支书还因对客流预判不足被“投诉”,连常住人口仅5万多的赤岸镇都吸引了超30万人次的游客。

得益于“千万工程”,赴义乌乡村不仅能尽享自然的馈赠,还能看见现代乡村的N种可能。

在城西街道何斯路村,可容纳600辆车停放的停车场被前来山野露营、户外徒步、绿道骑行的游客“填”得满满当当,五一单日7000余人次的客流给村子带去了50万元左右的营收。

社交平台的“种草”、交通和旅游基建日益完善、更低的出行成本等因素,则让义乌松瀑山每日客流达到了4万人次左右;而在佛堂古镇、缸窑古村等地,游客们避开了城市的喧嚣,换上古韵十足的衣裳,旅拍之余领略一番梦回前朝的浪漫。

“靠天吃饭”从来不是义乌乡村的唯一“卖点”,草地电音节、露天婺剧联唱、卡通动漫秀等形式,加上贴近自然的农夫市集、一个有着2024米长龙的风筝节、一场只有单纯与快乐的露天电影、一片氛围感拉满的粉红沙滩……

一切只等逛爽了、吃美了的游客们,慢慢去挖掘。

锦上添花的背后是持恒完善

实际上,旅游经济对商贸“没有淡季”的义乌来说,更像是锦上添花。文旅“搞钱”的方法,不是主旋律。

但不断攀升的热度给义乌文化和旅游行业带来了一波看得见、摸得着的实惠。知名博主“TC在中国”“小黑诸鸣”“保罗在美国”“徐冬冬”纷纷来到义乌,通过“义乌打破消费滤镜”“在义乌就像回老家”等话题,抛出义乌“购物旅游”“外商常驻地”等内容,继续为义乌旅游热度升温。

携程研究院行业分析师王亚磊认为,旅游市场下沉的趋势日后将愈发普遍,消费者将更多从一二线城市流向三四线城市甚至县城,中国旅游市场的客源地和目的地更加多元,旅游市场呈现结构性变化。

套用“密码”,仔细研究。首先,义乌虽没有特别出众的本地特色美食,不过作为“一带一路”重要枢纽城市,各国、各民族文化在此交融共生,打造“美食联合国”有何不可?



其次,义乌坐拥华东地区最繁忙之一的县级机场,即将建成全省第二大铁路客运站,全市“一环一纵三横”的快速路网建成,通车快速路总里程全省第三……

最后,义乌远有万年上山文化,近有“真理的味道非常甜”的红色文化,加上当地人勤劳、友好的血脉传承,破圈文旅还是十分值得期待。

如果说现实中的高速路网缩短了旅行时间,那么作为信息高速的社交网络则让县域文旅的信息渠道变得更加立体。“对旅游产品的介绍越来越强调与众不同,旅游日益成为人们彰显个性的一种生活方式。

对此,北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建认为,旅游目的地必须走培育型的发展模式,走可持续发展的路子,只有坚持长期主义、平台思维、优化环境、稳定预期,才能保证有一拨又一拨的游客到来,有一批又一批的投资者涌入,从而让目的地持续释放吸引力,带来消费力,形成发展力。