

当前文旅变化呈现若干新趋势 新型业态消费已成为扩大内需的重要抓手



◎ 记者 刘青 通讯员 刘佳昊 王珺

疫情后,在供给升级和需求带动的双向作用下,我国已成为全球最大的国内旅游市场,也是国际旅游最大客源国和主要目的地。据文化和旅游部数据中心测算,最近的一次长假(端午节假期),全国国内旅游出游合计1.1亿人次,同比增长6.3%;国内游客出游总花费403.5亿元,同比增长8.1%。

依托美团数据,我们发现当前我国文旅消费呈现出热点快速轮动、消费业态场景加快融合、县域旅游持续发力、文博场馆热度攀升、“微度假”模式更受欢迎、“本地化”趋势广泛普及等新趋势。

网红城市屡现,业态场景交叉协同



在社交网络的加持下,当前我国文旅消费热点城市和主题呈现快速轮动的趋势。消费热点同社交网络的融合趋势愈发明显,从淄博烧烤到哈尔滨冰雪游再到天水麻辣烫,再到上半年《我的阿勒泰》的热播带动了以新疆阿勒泰地区、伊犁州尼勒克县等为代表的自驾游目的地的持续火热。“网红”城市层出不穷,而旅游消费的主题也涵盖了餐饮、赛事、演艺、冰雪、研学等多个相关主题,消费热点的潜力不断迸发。

近日,浙江启动夏季文旅消费季,抓住暑期文化和旅游消费黄金期,推出“跟着文博去旅行”“跟着美食去旅行”“跟着课本去旅行”“跟着影视去旅行”“跟着演艺去旅行”“跟着赛事去旅行”

六大夏季主题旅游精品线路,集中展现浙江深厚的文化底蕴和独特的人文魅力,促进文旅消费、提振经济。

在夏季文旅消费的大舞台之下,餐饮行业同样迎来暑期消费旺季。其中,海底捞不断创新服务和消费场景,为广大市民和游客提供优质和多样的文旅产品和服务,门店的客流在暑期档变化明显,尤其是在热门旅游地周边的海底捞门店,假期以来,翻台率逐渐提升,而位于杭州西湖附近的海底捞门店,单日翻台率则高达9以上。

由此可见,旅游过程中的跨业态、多场景消费特征愈发显著,这种业态的融合与场景的交叉更有效地促进了目的地整体消费的增长。

一方面,游客的旅游目的、动机更加泛化,地方餐饮、休闲娱乐、赛事演艺等业态越来越多地成为吸引异地文旅游客的主要对象。“吃着玩”“住着玩”成为不少消费者的新选择。另一方面,旅游业的综合带动效应越来越强,游客在休闲过程中的多场景、多业态消费更加普遍,这放大了旅游业的乘数效应,推动城市整体经济活力的上升。

下沉市场消费发力,文旅融合彰显潜力

炎热的夏季,让旅游市场涌现出清凉小城周边游等新趋势,“宝藏纳凉地”成为暑期旅游的热门目的地。根据美团数据,近期全国三线以下城市及县域地区文旅消费规模高速增长,浙江省内,嵊泗、安吉、桐庐等热门目的地的环比增幅超过60%。

同样根据美团数据显示,今年5月至6月初,与“县城旅游”相关的关键词搜索量同比增长了605.2%,大众点评评论及笔记条数同增加了100%。端午假期期间,县域市场景区门票订单的预订量同比增长65.1%、酒店民宿预订订单量同比增长50.8%，“人少景美、松弛感、特色体验”是年轻人搜索最多的关键词。以湖南省浏阳市为例,在2月启动周末焰火秀项目后,2024年第一季

度,美团平台浏阳市异地交易用户数比去年同期增长107%,异地用户订单量呈现锯齿状分布,每逢有焰火秀的周末,订单量出现周内峰值。

而在文化游热潮中,“博物馆热”是一个生动的体现。当前,博物馆在日常生活中扮演了更多元的角色,成为许多年轻消费群体休闲“打卡”的重要去处,也是他们了解传统文化的重要渠道。数据显示,在大众点评笔记频道,“遛娃胜地”“绝美拍照机位”均为“博物馆攻略”类笔记的高热词。“大众文博榜”推出“遛娃爱逛”以及“博物馆颜值”两大板块,广东中医药博物馆、中国园林博物馆、中国茶叶博物馆等宝藏博物馆上榜,这也提升了博物馆的传播效率。

“微度假”和“本地化”特征愈发明显

微度假是游客利用周末或平时的碎片化时间进行的更加轻体量的度假旅游产品,表现出聚焦周边城市的客群、集中在周末和小长假以及“说走就走”的特点。



▲ 乌镇戏剧节

这种旅游方式通常实现于演艺消费,是异地游客的在旅游消费方式和行为偏好上更贴近本地人的一种现象。譬如7月27日,“乌镇仲夏夜演出季”启

幕。仲夏之夜,桐乡乌镇大剧院内座无虚席,欢笑不断。由黄磊、何炅、孙莉主演的话剧《暗恋桃花源》作为开幕演出在此上演,吸引1000多位观众从全国各地赶来。正值暑期,“乌镇仲夏夜演出季”持续以文化为旅游赋能,以戏剧丰盈内核,坚持推动文旅融合发展。7月27日至8月18日期间,经典戏剧《暗恋桃花源》、先锋戏剧《浮士德》、纸偶儿童剧《奥小姐的光影剧场》、音乐剧《放牛班的春天》四部风格迥异的佳作轮番上演,呈现12场精彩纷呈的表演,共同编织一场绚丽的仲夏梦境。

美团研究院的问卷调查数据显示,在因为信息不足而不知道“去哪儿玩”时,有69.2%的受访者会借助大众点评等综合信息平台来获取更多休闲旅游出行信息,这一情况在出游时更加显著。近年来多地的热搜景区TOP榜单中,具有本地气息的公园、场馆等景区排名均有上升,在第一季度的公园和广场类景区订单中,异地游客消费增速高达15.5%,显著高于本地居民。“地道”“本地特色”“老字号”等也成为热搜关键词,体现出游客对本地特色元素的关注。

对此,美团研究院分析员提出培育壮大新型文旅消费的政策建议。

◆ **培育新型文旅消费场景** 当前大众旅游目的和出行动机愈发多样,应发挥平台连接市场、聚集需求的功能,为众多小众、低频的新兴服务业态集聚消费者,在小众领域发现爆款大众产品,激发长尾市场,为新型文旅消费场景拓展更广阔的发展空间。

◆ **完善旅游公共服务和基础设施** 建议各城市不断提升治理能力和公共服务水平,旅游城市不仅要在旺季以游客为中心,提升旅游体验,同时也应兼顾本地居民生活和外地游客度假的需求。

◆ **营造良好的政策环境和氛围** 建立健全线上线下一体化监管机制,规范网络交易市场秩序,维护消费者合法权益。加快构建新型服务消费质量促进体系,健全消费者维权机制、畅通投诉举报渠道、降低维权成本,完善服务质量协同处理机制。

◆ **引导和支持文旅行业的数字化转型** 更好发挥游客在线评价体系等数字产品在文旅消费场景中的促进作用,围绕旅游服务质量建立大数据评价指标体系,促进旅游业市场主体提升服务质量,满足消费者更高的服务体验需求。