

年轻人引领下的行业变革

◎ 记者 王珏



在当今文旅市场中,年轻人的喜好和消费动向正深刻地重塑着整个行业格局。从社交媒体上的热门话题到现实中的出行选择,他们的影响力无处不在,为文旅产业带来了前所未有的新趋势。

年轻人成为文旅消费主力军的背景与影响

如今,90后和00后已成为互联网上最活跃的群体,占据微博月活用户达5.87亿、日活用户达2.57亿中的近八成,他们无疑是互联网的主力军。

在文旅领域,这一群体的消费倾向直接决定了众多品牌的营销预算分配以及地方文旅的未来发展方向。他们热衷于关注社会热点、行业动态和新鲜议题,并乐于在社交平台上分享自己的日常生活,这使得他们的每一次消费选择和讨论都能在文旅市场中掀起波澜,成为引领行业变革的关键力量。

年轻人引领的文旅新趋势剖析

◆ 仪式感:传统节日与节气的新活力

看似厌倦传统节日的年轻人,实则是最喜欢节日仪式感的群体。过年期间,00后在微博上对年味的表达增速尤为明显,他们虽可能不热衷复杂传统礼节,但积极参与年夜饭、贴春联、发红包等互动,还创造出诸多热门话题。像“秋天的第一杯奶茶”这类体现仪式感的消费行为,已成为年轻人犒劳自己的常见方式,且他们逐渐成为节气文化的传播者,让节气文化与现代生活方式相结合,如芒种与高考祝福、节气与汉服展示等话题的热搜,都彰显了他们对仪式感的追求。这为文旅行业带来启示,品牌和地方文旅可以利用节日、节气元素,打造富有仪式感的活动和产品,吸引年轻人参与,增强他们与品牌或地方之间的情感联系。例如,霸王茶姬在立秋联动网球运动员郑钦文发起活动,激发年轻人打卡互动,便是成功案例。

◆ 打卡分享:影视与美食的双重驱动

交通便捷与社交媒体发展促使年轻人热衷于成为“特种兵式”打卡族。爆火的影视作品如《繁花》《去有风的地方》《我的阿勒泰》等,吸引年轻人奔赴上海外滩、大理、阿勒泰等地打卡美景,《去有风的地方》播出期间相关微博数据惊人,推火了云南旅游,2023年春节云南旅游收入大幅增长。美食方面,天水麻辣烫、哈尔

滨冻梨和烤鸡架等也因年轻人的打卡分享而走红。微博上超6万个旅游类企业机构蓝V账号及大量政府机构蓝V,构成了完善的旅游生态,地方文旅机构可借此抓住年轻人打卡分享的趋势,通过线上线下联动,为城市文旅带来流量加持,如天水、哈尔滨等地政府和文旅机构的努力推动了当地美食和景点的火爆。

◆ 自由多元:演唱会与音乐节的热潮

步入职场的00后面临生活与工作压力,演唱会和音乐节成为他们释放压力、寻找心灵寄托的方式,也能满足其接触明星、享受音乐的需求。疫情后,多元化演出吸引大量年轻人,老牌乐手如凤凰传奇收获众多年轻乐迷,其歌迷中00后和90后占比近90%。音乐节以其室外举办、时长较长、歌手乐队丰富、曲风多样等特点更受年轻人追捧,尽管他们消费热情高,但希望参加一次音乐节的费用不超过500元,反映出消费能力受收入限制。文旅行业可针对此,推出更多价格亲民、风格多元的音乐活动,满足年轻人需求,同时注重配套服务和体验提升,如合



理安排演出时间、优化场地设施等,吸引更多年轻人参与,推动音乐旅游的发展。

◆ 好玩有趣且富有内涵:游戏与文旅的深度融合

2024年作为游戏大年,《黑神话:悟空》的发布推动国内主机游戏用户增长,其中女性玩家增速明显,这得益于游戏硬件、软件市场的健康发展和多元化。游戏已不再是男性专属,开发商需重视女性玩家体验,且玩家对游戏的追求不止于好玩刺激,更注重人物、剧情和线下活动,像《黑神话:悟空》凭借中国元素和文化内涵吸引众多玩家。文旅产业可借鉴游戏的成功经验,挖掘自身文化内涵,开发富有创意和文化底蕴的旅游产品或活动,如打造以游戏为主题的旅游线路,将游戏中的场景在现实中还原,举办游戏文化节等,吸引游戏玩家转化为游客,拓展文旅消费群体。

◆ 刺激热血:体育赛事带动文旅发展

2024年体育大年众多赛事举办,契合热血青年喜好,中国队参赛项目备受瞩目。巴黎奥运会期间微博数据显示出全民观赛热情,乒乓球等项目热度高,运动员场外动态也受年轻人关注,如全红婵等运动员相关话题互动热度极高。这表明体育赛事不仅能吸引观众,还能带动运动员相关文旅产业发展,如举办运动员粉丝见面会、打造体育主题旅游线路、开发体育明星周边产品等,将体育热度转化为文旅消费动力,吸引年轻人参与,推动体育与文旅深度融合。

◆ 科技创新:提升文旅体验与传播

年轻人对科技创新充满兴趣,国产新能源汽车销量增长使他们对车展关注度提升。北京车展吸引大量年轻人,众多车企参与、高管讨论和大V点评使其成为最具影响力车展之一,小米SU7吸引数码用户关注,突破传统汽车圈层。此外,AIGC、AI硬件设备等话题也受年轻人关注。文旅行业应积极引入科技创新,如利用智能导览系统提升游客游览体验,通过虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术打造沉浸式旅游项目,借助社交媒体和数字营销手段创新文旅传播方式,吸引更多年轻游客,提升行业竞争力。

文旅产业应对新趋势的策略与展望

面对年轻人引领的这些文旅新趋势,文旅产业各相关方应积极采取策略应对。

地方文旅部门可深入挖掘本地文化资源,结合年轻人喜好打造特色旅游产品和活动,加强线上推广与互动;旅游企业要关注年轻消费群体需求变化,优化产品设计和用户体验,创新营销策略;品牌商则应把握与年轻人互动的机会,借助文旅场景开展营销活动,提升品牌知名度和美誉度。

只有这样,文旅产业才能在年轻人的主导下不断创新,实现可持续发展,在未来的市场竞争中脱颖而出,迎来更加繁荣的局面。

总之,2024年的文旅市场在年轻人的影响下呈现出多元、创新的发展态势。深入理解并积极顺应这些新趋势,将为文旅产业注入源源不断的活力,创造更多的发展机遇。