

2023.7.20

实习编辑:张钰格格

旅游市场迎来“暑期档”“避暑”“音乐节”成关键词

□ 本报实习记者 张钰格格

暑期首月过半，国内旅游市场也开启了“高温模式”。日渐攀升的气温催生了避暑游市场的繁荣，海边、草原等目的地城市旅游热度快速上涨，记者搜索了多家旅行网站发现，“避暑”“音乐节”成为了热门关键词。

高温催热避暑游

记者搜索发现，“避暑”已经成为暑期旅行的搜索热词。据中国旅游研究院近日发布的《消夏避暑夜游报告2023》显示，夏季夜间旅游平均出行距离更短、更高频，夜游已成为人们消夏休闲和避暑旅游的重要方式。夏季夜游的说法，通过携程发布的数据得到了印证，数据显示，具备成熟夜游场景、产品和服务支撑的主题公园，在亲子家庭和Z世代夜游订单中占比最高。携程夜间主题公园订单对比2019年同期，“00后”夜游订单增长2倍，“90后”订单翻番。基于此，景区和目

的地也不断延伸旅游产品供给链，丰富全时旅游场景。记者通过木鸟民宿了解到，“避暑”相关搜索热度环比6月同期增长407%，避暑游呈现出明显增长趋势。同程旅行方面表示，适宜玩水的海边和气候凉爽的草原是夏季最热门的避暑目的地，威海、青岛、呼伦贝尔等城市暑期旅游热度环比上涨超过200%。“避暑”旅游需求正在加速释放，预计热度将持续至八月中旬，民宿的高体验感以及避暑游的丰富玩法将带来更多民宿消费。”木鸟民宿CEO黄越表示告诉记者。

还在读研的研究生谷女士利用暑假的时间和朋友前往内蒙古，来了一场避暑游。谷女士告诉记者，此次旅行的目的地选择内蒙古，天气凉爽是主要原因。“我去的那几天，天气以多云为主，中午最热的时候也达不到三十度。早晚温差大，尤其刚下完雨后二十度左右，穿长袖很舒适。”去草原避暑的热度上升，谷女士深有感触，“在呼和浩特大召寺广场周边，有许多租

蒙古袍拍照的服装店，不仅白天租衣服的游客多，拍大召寺夜景写真的游客也很多。除此之外，我们在自驾前往乌兰哈达火山地质公园的时候，甚至还堵了十几分钟车。”

音乐节成新旅游爆款制造机

深受年轻群体喜爱的音乐节、演唱会，则成为这个暑期移动的爆款制造机——音乐节开到哪里，年轻游客就会涌向哪里。同程旅行数据显示，6月至7月，“音乐节”相关旅游搜索热度环比涨幅达到460%。音乐节、演唱会等各类音乐演出是目的地和景区吸引游客的新“武器”。6月，周杰伦演唱会为海口吸引了超过15万游客，创造旅游收入近10亿元。7月8日至9日，同程旅行与腾讯音乐娱乐集团共同打造2023TMEA腾讯音乐娱乐盛典，期间，澳门旅游热度上涨超过300%，带动当地酒店、机票预订量大幅上涨。

黄女士是一位音乐迷，7月初她

去澳门看了偶像的演唱会。“我和另一位粉丝一起搭乘来澳门，看完演唱会后我们在当地停留了几天，一起打卡了知名景点和美食，在餐厅还遇到了同样来看演唱会的粉丝朋友，感觉很多人都借着看演唱会的契机来旅游了。”上周末，黄女士又前往沈阳，看了五月天的演唱会。“周末为了看演唱会会前往另一个城市，不仅能进行一场简短的旅游，还能放松身心、结交朋友。我已经买了月底张杰在长沙演唱会的门票，准备去长沙再玩一圈。”黄女士说。

同程研究院相关负责人对记者表示，大型音乐娱乐演出，可以在短时间内产生较强的人流聚集效应，提振当地交通、住宿、餐饮等相关消费产业。“音乐演出受众以年轻人和学生群体为主，能够帮助目的地有效吸引年轻客群。2023年，一线城市的大型演出增长迅速，一线明星进入县城、景区参加音乐节演出，为目的地和景区文旅发展提供了新思路。”该负责人说。

Citywalk成年轻人城市旅行新时尚

继“特种兵旅行”之后，Citywalk又在今夏成为年轻人的新宠。与“高强度”“打卡式”的“特种兵旅行”大相径庭，多被译为“城市漫游”的Citywalk强调的则是“随心所欲”“慢节奏”，以及“沉浸式”的体验。

小红书数据显示，目前关于Citywalk的笔记高达36万篇。近一个月话题量增长190.93%，笔记预估阅读总数增长119.64%，笔记互动总量增长70.97%。DT财经和DT研究院联合发布的《2023旅游调研报告》中显示，在几种新型旅游方式中，82%的人想尝试Citywalk，远远超过了其他的旅游方式。

Citywalk走红的背后离不开平台的助推，记者在一些旅游平台上发现，不仅有大量Citywalk的路线分享，还有专门的组织者发布相关活动，甚至有不少网友寻找伙伴，结伴漫游城市，共享一段旅程。

Citywalk人群画像特征也十分突出，年轻人占大多数。相关数据显示，性别方面，女性超过八成；城市等级分布方面，一线城市占42.77%，新一线城市占28.11%。

数据显示，在热度城市方面，历史文化底蕴深厚、街景丰富的城市是年轻人Citywalk的首选，荣登热门Citywalk城市榜首的上海正是这两种特性的集

大成者。除了“文艺、出片、小资”等关键词，上海街角随处可见的特色咖啡店，也对年轻人有着强大的吸引力。值得关注的是，除历史文化之外，“烟火气”也成为越来越多年轻人城市漫步的理由，同期上榜的贵阳、重庆、成都是深受年轻人喜爱的“烟火气”城市代表。

Citywalk的走红与年轻人的消费习惯变化有关。同程研究院与腾讯营销洞察联合发布的《中国旅行消费趋势洞察白皮书(2023年版)》显示，2023年旅行消费的四大新趋势是小众独特、自在松弛、未知惊喜、深度在地。同时，距离近、花销少、不拥挤、美食多也是年轻人选择旅行方式的重要参考因素。

马蜂窝发布的《当代年轻人旅行图鉴》报告中也曾提到，越来越多的年轻人在旅行中的自我定位已从过去的“参观者”变成了如今的“体验者”，他们希

望亲身融入当地，感受写进城市街巷中的人文历史，以及最地道的风土人情和生活方式。

马蜂窝旅游研究院院长冯饶认为，Citywalk走红出圈，与近年来年轻人旅行消费偏好的变化密切相关，疫情期间长途旅行受限，也让更多人转而开始发掘身边的“小确幸”。这一习惯延续至今，去往其他城市旅行的年轻人，也开始将目光放在景点之外的其它城市空间，古建筑、设计感十足的书店、有格调的咖啡厅、特色小酒馆、甚至菜市场都可以成为他们漫游其中，感受一座城市气息的绝佳场所。

尽管Citywalk在社交平台上讨论得“热火朝天”，付费参与这项活动的群体数量却仍处于增长初期，旅游平台推出的相关产品价格也多在百元左右。除人文爱好者之外，如何让Citywalk吸引更多群体，冯饶认为，从业者可以考虑将Citywalk与年轻人感兴趣的“主题”相结合，为不同兴趣圈层提供精准的产品与服务。

(中国消费者报)

马蜂窝旅游大数据显示，6月马蜂窝内“Citywalk”热度环比上月上涨121%，选择在自己所在城市或者旅游目的地城市来一场“0花费”的Citywalk的游客占比超过70%。在专业组织或专业人士的带领下，付费体验一次知识与趣味兼具的城市漫游，正吸引越来越多年轻人参与其中。

上海试点持证导游进博物馆带团讲解

7月16日，10多名中小学生聚集在上海历史博物馆的门口，跟随春秋旅行社的导游徐旦旦开启一场探秘之旅。这也是上海第一批由旅行社导游带领讲解的亲子研学团。

“原本我们就是看过、惊叹过，就走过去了。但原来这些文物身上有着这么多隐藏的信息！通过徐导深入浅出的讲解，也让我们在放松、愉悦的参观气氛中加深了记忆。”曾带领孩子来过上历博的游客王女士表示。

“导游的讲解词都是上海历史博物馆官方提供的版本，每次带队前会根据游客的年龄等方面的不同，增加一些针对性的讲解。”春秋微游产品经理柯一鸣介绍，导游围绕汇丰银行、百子大礼桥等重要的展陈文物进行

(新民晚报)

重点讲解，增加图片辅助、趣味小故事等内容。

在上海市文旅局的重视、推动下，上海市历史博物馆率先试点“博物馆向持证导游开放带团讲解”。这在上海是首次，在全国范围内也属创新。第一批18位导游经过一系列培训、考试、试讲，通过考核后获得进馆讲解证书。

在8月份，结合第一批通过上历博考核的春秋导游的表现，第二批预计20人左右的春秋导游队伍将会接受第二期的考核。春秋旅游副总经理周卫红表示：“未来，我们会将这一创新融入更多城市微旅行、都市游产品中，研发更多‘博物馆+’体验，向更多中外游客讲好‘上海故事’。”

(新民晚报)

日前，文化和旅游部公布2023年上半年国内旅游数据情况。数据显示，2023年上半年，国内旅游总人次、国内旅游收入(旅游总花费)同比增幅分别为63.9%、95.9%。

随着旅游业逐渐恢复，增长迅速的旅游需求也让导游变得“供不应求”。在招聘平台和社交媒体上，导游相关的招聘信息随处可见，一些旅行社也开出了万元薪资。

一天可带25个家庭

早上6点，故宫研学导游冯少保就开始起床收拾准备出门。由于暑假期间故宫开放时间提前到了早上8点，这意味着冯少保要在7点半前到故宫门口排队。“如果来得太晚，集合时间就不够了，所以至少要提前半个小时，抢在其他游客之前检票入园。”

“要提前一天准备研学手册，当天上午一团，下午一团，每次讲解4个小时，一天下来能带20—25个家庭(一大一小)。”冯少保告诉中新财经，从6月底开始，故宫研学团的需求就逐渐旺盛起来。“后面会一直忙到8月底。”

2020年，旅游业受疫情影响严重，

不少导游纷纷转行谋生。选择留下来的冯少保，开始研究如何针对不同群体进行细分讲解，尤其是摸索研学的讲解方式。“暑假、过年过节都是带孩子来故宫的，做父母的肯定都希望孩子在故宫有所收获。”

冯少保表示，不同游客对讲解的需求倾向有所区别。例如，男性游客会对历史制度和政治事件更感兴趣一些；女性游客很多平时喜欢看历史电视剧，讲解的时候就会对电视剧中的情节有所关联；相比之下，给孩子讲解最需要的则是耐心。

一上午喝掉十瓶水

凌晨2点多钟，地接导游赵广秋简单洗漱，打车赶往天安门广场。“早上4点40多升旗，3点多就要排队往里进。”他在半个月里已经带了七八次升旗团，几乎隔天就要来一趟，“每天都是高峰日，广场上全是人。”

看完升旗以后，赵广秋又给客人讲了讲周边的建筑。忙到七八点，简单吃了点早饭，就直奔故宫去接另一个团。

2020年，旅游业受疫情影响严重，

北京旅游市场火爆 “一导难求”

“早上在故宫排队的人特别多，上万人挤在午门那边的检票口。”赵广秋带着客人以五分钟走一步的速度向前挪动，“我从2008年开始带团，经历过不少旅游旺季，可从没见过这场面，比往年的‘十一’黄金周还要夸张。”

从早上看升旗，到中午逛故宫，赵广秋喝掉了十来瓶矿泉水，却几乎没有去过一次卫生间。

回想过去这几年，赵广秋唏嘘不已。好多导游因为长时间没收入，不得不转行。而如今，旅游市场需求暴涨，导游一下子成了“香饽饽”。但凡有导游证的，都会被叫来救场。

在带团的时候，赵广秋很少感觉到累，“因为要一直提着神儿，密切观察客人的身体状况，及时处理好客人的病情。”

工资涨三倍还缺人

随着暑期旅游旺季的来临，北京、云南等地的热度持续上升，热门景点人气火爆，旅行社接单量大增。有导游表示，“现在接团量比以前增加大概30%，薪水也涨

了。导游以前是一天500元，现在一天1500元也不好找。”

“最近北京地接导游特别不好找，来北京旅游的人太多了，一早就那么多家旅行社，抢都抢不来。每天都有电话打来问我有没有十人的团接不接，但是我们现在因为没有导游，根本接不了。”北京一家旅行社的工作人员坦言。

北京旅游行业协会导游分会秘书长李健表示，仍在导游岗位的人数有所减少，此前很多持有导游证的导游已经转型，离开旅游行业，这是导致北京旅游“一导难求”的原因之一。

导游职业的持续细分也是一个原因。李健介绍，精讲和专项讲解导游是目前非常受欢迎的细分方向之一。精讲和专项讲解往往集中于博物馆等某一垂直领域，工作地点和时间相对固定，相比常规的带团，工作环境和内容相对轻松。上述资深导游表示，“很多导游放弃了常规旅游团和低价团的接待，因此很多旅行社出高价也找不到接手的导游。”

(工人日报)

广西柳州：“旅游热”下沉乡村

位，柳州市柳江区在百朋镇举行文旅大会开幕式，将柳江区第十二届荷花文化旅游节作为系列配套活动，积极发展特色的荷花文化。盛夏时节，百朋镇人民头戴花环，均是慕名而来赏荷的民众。

柳州市柳江区委书记玉秋静介绍，依托柳州工业名城和文化旅游名城的优势，柳江区探索“景区共建、产城融合、宜居宜业、全民共享”的全域旅游发展模式，打造“山水田园 醉美柳江”

的旅游品牌，目前，全区已初步形成产业与旅游互促共融的全域旅游发展新格局。

如今，柳州市柳江区已连续举办12届荷花文化旅游节，年均接待游客100多万人次。2022年，百朋镇村民依靠农旅融合发展获得收入7.17亿元，远居在县区的民众同样尝到柳州旅游热的“甜头”。

(中国新闻网)

杭州萧山博物馆暑期新添科普长廊

今年暑假，浙江省杭州市萧山区公共场馆科普化首批试点单位——萧山博物馆在日常展陈基础上，融入科普元素，开设科普长廊，为公共场馆增添“科学味”，提升场馆公共服务能力。

萧博科普长廊共分为六个板块：从运动旋律到基础科学，从数学天地到声光体验，从公共安全到健康生活，内容鞭辟入里，几乎涵盖了日常生活方方面面。如最速降线，双曲狭缝，椎体上滚等演示模型，更是利用其可交互性，将一系列抽象的科学理论以具象化的方式呈现在观众面前，让大家寓教于乐，通过实际操作和互动体验，观众们增进了对科学知

(澎湃新闻)

识的直观感受、深刻的理解和记忆，并有意识地应用在日常生活中。

科普长廊一经推出，便受到观众的热烈欢迎。通过转动旋钮调整光线反射角度以点亮顶部彩灯的“光线游戏”；通过搭建积木房屋来对比材质和结构对建筑抗震能力的影响的“地震避险”；通过观察他人眼睛得出其此刻心情的“读眼有术”……一系列体验活动引得观众频频驻足。

此次科普长廊的设立，充分发挥了科普场馆的宣教优势，激活了场馆活力，提升了科普工作生命力，让科学知识“活”起来、火起来，助力全民科学素质提升。

(澎湃新闻)

2023年一季度，柳州市共接待

数字

40%

我国游客正逐渐恢复出境旅游。国际性管理咨询公司奥纬咨询12日发布的一项调研结果显示，疫情前有过出境游经历的中国内地游客中，40%已于今年重启海外旅行；预计到今年底，62%有海外旅行经历的中国游客将重启出境游。

奥纬咨询调研了3945名居住在中国内地、年龄18岁以上的消费者。调研显示，中国出境游市场或将于2024年下半年之后全面复苏。在疫情前有过出境游经历而今年并未计划出行的受访者中，24%表示会安排明年出游，59%则计划到2025年或2026年重启海外旅行。而从未有过出境游经历的受访者中，37%考虑在2026年前赴海外旅行。

声音

暑假来临，云南旅游也逐渐火爆。近日，一位新闻从业者在朋友圈爆料称，自己在网上团购预定一家云南旅行社时，因为持有记者证被客服建议不要跟团。有旅游公司客服表示，基本上是不收这种敏感行业的(游客)，比如有的像律师、记者之类的，也不会收。针对媒体报道称“云南部分旅行社禁止记者、律师参团”一事，云南省文旅厅一名相关负责人表示正核实调查。

根据《消费者权益保护法》，消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。权利和义务都是相对应的，消费者的权利就是经营者的义务。也就是说，消费者有自主选择经营者和商品的权利，而经营者必须尊重消费者的选择权，无权拒绝消费者。依据我国《消费者权益保护法》的规定，经营者应当依法提供商品或者服务。

因此，将特定行业的消费者拒之门外的选择性经营，涉事企业涉嫌违法。特别是，能够对作为公民的消费者的权利进行必要限制的，只能由执法部门依照法律法规作出。作为消费者，不管是律师还是记者，能不能参团云南旅游的项目，不该由旅游企业说了算，而应由司法机关或执法机关说了算。譬如，有些消费者是老赖，被限制乘坐飞机等交通工具，被限制旅游，经营者自然不该如何提供服务。除此之外，经营者无权设置不合理门槛以挑选消费者，只要消费者完成支付，经营者就应当为其提供商品和服务。

一些旅游企业拒绝律师、记者，甚至特定区域的“敏感游客”，让人难免觉得这些企业之所以这样做是因为心虚的缘故。这些企业并不是不想挣钱，而是担心行业或企业内部的一些潜规则和弊病被曝光、被批评。记者和律师的职业使得他们和普通人相比，在面对旅游行业的乱象时，更倾向于积极维权，并通过取证、曝光、投诉、举报等方式维护合法权益。这或许会让一些问题企业感到紧张。但是，即便限制“敏感游客”观光，难道就能完全避免游客不维权、不举报吗？难道问题就能真如他们预想的那样，永远避人耳目吗？

部分旅游企业拒绝律师、记者等“敏感游客”的做法，不仅是违法行为，更是一种掩耳盗铃之举。这从侧面反映出一些企业的服务存在问题，经不起推敲。对此，监管部门不仅要严查相关企业的歧视行为，还要深挖背后的行业顽疾和市场乱象。从长远看，还要对旅游行业形成常态化的监督、监管，树立新规，净化旅游市场秩序，避免出现旅游企业拒绝“敏感游客”的违规做法。

(史洪举)

旅游企业拒绝“敏感游客”无异于掩耳盗铃

公告栏

张进：原告安玉珍、张吉坤诉你侵权纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、证据、应诉通知书、举证通知书、开庭传票。自公告之日起30日内到本院第15号民事审判庭应诉，逾期不到庭，本院将依法缺席审理。

辽宁省沈阳市人民法院段丽娟：原告刘云平、刘云飞诉你民间借贷纠纷一案，现依法向你公告送达(2023)辽01民初1583号民事判决书。判决如下：一、被告张志、刘云平于本判决生效之日起十五日内归还原告刘云泽借款本金1525元及利息(自2020年9月26日起至借款之日止按年利率15.4%计算)；二、驳回原告刘云泽的其他诉讼请求。自公告之日起30日内到本院第15号民事审判庭应诉，逾期不到庭，本院将依法缺席审理。

河南省舞阳县人民法院张继莲：原告侯伟军诉你民间借贷纠纷一案，现依法向你公告送达(2023)豫04民初357号民事判决书。判决如下：一、被告侯伟军于本判决生效后十日内返还原告赵明祥借款本金人民币4万元，并支付以本金4万元为