

“文旅热”助力中国经济回升向好

“中国旅游日”活动启动
各地推出丰富旅游产品

5月19日是第14个“中国旅游日”，各地举行系列活动，推出各类文化旅游惠民措施，为市民和游客带来丰富的旅游体验。

“精彩北京 畅游京城”系列活动启动，北京推出文旅惠民“大礼包”，聚焦京津冀文旅协同发展，打造三地特色文旅市集。广东各地市举办287项文旅活动，推出602项文旅惠民措施，包括发放文旅消费券、景区优惠减免门票等，进一步丰富文旅产品供给。

黑龙江旅游日主会场活动在伊春举行，户外露营、森林音乐会、特色集市等特色活动吸引了全国各地的游客。河北保定骑行爱好者探寻乡村产业、品尝特色美食、畅览自然美景、领略传统文化。

新疆百余家景区推出免票、门票打折等活动，各地州市推出百余项惠民活动与公益性文艺汇演，激发旅游市场活力。江苏以“畅游水韵江苏，乐享幸福生活”为主题，发布夏季旅游线路，让游客进一步了解江苏的历史文化、风土人情。安徽多地推出精品旅游线路，同时增加了微场景和微演艺活动，为广大游客和市民献上丰富的文旅“大餐”。

5月19日，西藏纳木错开湖，游客们不仅能欣赏高原风光，还能体验特色民俗活动。贵州贵阳市举办民族团结巡游大联欢，芦笙舞、木鼓舞、踩堂舞等非遗展演轮番登场。杭州发布了100个生活微地标，让游客沉浸式体验自然山水和文化底蕴。依托正在举办的世博会，四川成都推出世博会夜间消费体验场景，“游船+火锅”“游船+戏曲”等一系列夜间活动为游客打造文化旅游新体验。

每一座城市都有标志性的文化和历史，这是最具吸引力的品牌元素。我们要在保护和传承历史文化的同时，强化文化特质，创新表达方式，

5月19日，2024年“中国旅游日”活动在线上启动。文化和旅游部在整个5月采用线上线下相结合的方式，以“主题月、主题周、主题日”的形式开展系列宣传推广，进一步提振旅游从业者信心，激发旅游市场消费潜力，促进文化和旅游市场高质量发展。

此前中央经济工作会议提出，要积极培育文娱旅游等新的消费增长点。去年底，文化和旅游部研究制定的《国内旅游提升计划(2023—2025年)》提出，三年内将打造“跟着赛事去旅行”“寻味美食去旅行”等多个文旅品牌项目，进一步释放旅游消费潜力，更好满足广大人民群众多层次旅游消费需求。

从年初的“冰雪经济”到春节期间的“年味经济”、清明假期的“春日经济”，再到“五一”假期的“县域文旅热”“文博热”，文旅市场“百花齐放”，不仅凝聚人们对美好生活的向往，更是经济持续向好的生动写照。

□ 本报综合整理

植入产品服务，活化体验情境，增强引力，在消费者认同中形成品牌形象。”原国家旅游局党组副书记、副局长王志发表示。

“旅游+文化”形式不断创新
“文博热”折射中国文旅新风尚

随着“旅游+文化”的形式不断创新，消费体验日趋优化、消费场景日渐丰富。去博物馆研学打卡，穿汉服与文物合影，集齐一套文物印章，买一个“考古盲盒”……近年来，中国多地不断掀起“文博热”，各地博物馆以各种形式“破圈”，吸引更多青少年探寻传统文化。

《国内历史文化游热潮解读报告》显示，过去一年，国内文化旅游业迎来了显著增长。在今年的元旦、春节、“五一”等法定节假日中，热门历史文化景区的客流量同比增长超过50%，一二三级博物馆作为历史文化传承的重要场所，其客流热度更是实现了70%以上的同比增长。

走进衡水冀州博物馆，以3D形式

再现大禹治水、九州鼎由来的科技场景，让参观者置身其中，跟随历史的脉络了解古城冀州的过往千年。“博物馆承载着民族记忆和文化精髓。”衡水博物馆馆长杜相立说，过去很多老人在这里寻找过往记忆，现在到博物馆追寻历史已成为年轻人的一种时尚。

在各地博物馆，总能看到不少老师、家长带着孩子参观，一些孩子站在展品前认真观察，不时拿出本子记录；也有学生手拿历史课本，不时与展品信息对照；还有不少年轻人身穿汉服、妆容精美，与文物合影留念……沉浸式研学体验不断激发青少年文化探索的热情。

文化体验热度不减，文创产品热销走俏。一些博物馆通过积极寻找传统文化与现代生活的结合点，用文创产品建立与观众之间的连接，让古老的文物重焕生机。

承德避暑山庄旅游集团董事长李思泉表示，“承德好礼”涵盖40个系列近2000款文创商品，其中很多创意源自文物考古、历史文化，去年销售收入达

1500万元。河北师范大学新闻传播学院教授王明好认为，近年来传统文化传播展现更多朝气，历史文化元素结合年轻人喜爱的表达，令文旅产业兴起“新国潮”。

出行“热潮”澎湃经济脉动
“县域文旅热”打开经济发展新窗口

假期消费是观察经济活力的重要窗口，其火热程度也凸显了消费市场的巨大潜力和经济发展的良好势头。文化和旅游部数据显示，“五一”期间，全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可口径较2019年同期增长28.2%；国内游客出游总花费1668.9亿元，同比增长12.7%，按可口径较2019年同期增长13.5%。

“五一”期间，“县域文旅热”已成为国内旅游市场的新特点。5月5日，携程发布《2024五一假期旅行总结》。数据显示，“五一”假期，国内旅游市场下沉市场增速高于一二线市场，安吉、都江堰、阳朔、婺源是热门县域旅游目的地，旅游订单平均增长36%。

携程集团副总裁秦静表示，各大景区和重点旅游城市年复一年的“人看人”景象，让我们看到的是国内旅游消费需求的旺盛；而“县域文旅热”的出现则表明大众旅游消费趋理性，愈发追求舒适。

“县域文旅热”的兴起，也打开了县域经济发展的新窗口。5月3日，贵州“村超”赛场上，来自四面八方的游客纷纷涌入榕江这座小城，感受足球与乡村文化的完美结合。

“村超”的火爆不仅带动当地的旅游热度，更拉动了经济发展。酒店、民宿预订量激增，特色美食也备受游客青睐。卷粉、牛瘪汤、烤香猪等当地美食，让游客们在品味赛事的同时，也享受到了榕江的独特味道。优质农产品、特色手工艺品也成为游客们争相购买的伴手礼。“我们的特色产品很受游客欢迎，‘五一’销售额比平时翻了5倍。”“村超”球场门口的特产文创一条街商户肖丽的摊位上，精美的蜡染饰品和细腻的民族刺绣作品吸引游客驻足选购。

据统计，“五一”期间，榕江县共接待游客超40万人次，实现旅游综合收入超4亿元。数字的背后，是“村超”赛事的吸引力和当地旅游资源的深度融合。榕江县副县长陈学敏表示，“村超”的可持续发展，最终目的是发展“村超”衍生经济。“‘村超’出圈后，我们已与中国航油集团、携程集团、伊利集团等25家优强企业签约合作。

去哪儿大数据研究院研究员肖鹏表示，如今旅客对目的地的选择呈现多元化趋势，一条老街、一个菜市场、一份独特的美食，都可能成为一座城市“爆火”的理由，想将流量转化为消费，还需用诚意和更好的服务打动旅客。

北京师范大学博士生导师、经济学家万喆说，今年以来，中国各地多元消费场景的不断焕新以及促消费政策的持续落地，提振了消费信心，也为消费市场注入了更多动力和活力。

记者手记

“畅游中国，幸福生活”——今年5月19日，聚焦这一主题，我们迎来第14个“中国旅游日”。

411年前的5月19日，明代旅行家徐霞客从浙江宁波出西门，“打卡”天台山，播下泽润后世的旅游产业种子。以此为由来，于2011年设立的“中国旅游日”，见证着中国旅游业快速成长、发展勃兴。

我国已形成全球最大国内旅游市场。既关乎人间烟火，又连接“诗和远方”，旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。

前行中的旅游业，促消费、扩内需。

行万里路，铺就万亿产业链。数据显示，2023年国内出游人次48.91亿，国内游客出游总花费4.91万亿元。

“尔滨”又“整洁”，网民喊话的北境羽绒服“奔现”了。冬季“尔滨现象”火爆时，有网友建议哈尔滨打造寒地服装产业，品牌就叫“北境”。眼下，在哈尔滨市宾县，新成立的哈尔滨北境服装有限公司正抓紧建设厂房，预计10月投入生产。

甘肃天水麻辣烫、山东淄博烧烤、河南许昌东来……旅游让一座座城市不仅在国内“出圈”，更吸引着世界目光。在旅游业的带动下，街头巷尾的烟火气、人流如织的市面、喧嚣的建设工地，生动展现中国经济的韧性与活力。

一业兴，百业旺。衣食住行游购娱，旅游业是串起一二三产业的综合性产业，与其相关的上下游产业超过百个，是畅通经济循环的重要抓手。今年一季度，文旅市场供需旺盛，餐饮、交通、文娱等服务消费快速增长。随着城乡居民消费结构变化，旅游带动的特色服务型消费仍有巨大成长空间。

发展中的旅游业，让绿水青山更好变为金山银山。

门前是漫如云霞般的花海，身后是挂着红辣椒的小院，家住小兴安岭深处的林场退休职工刘养顺，又迎来一年中最忙碌的时段。大森林、大氧吧吸引了越来越多的游客，砍了大半辈子树的刘养顺开起农家乐，生意越做越火。

改善生态环境就是发展生产力。旅游业为青山绿水的守护者们带来源源不断的收入。

近年来，生态文明建设深入推进，长江流域恢复“水清岸绿、鱼跃鸟飞”，古晋阳胜景“汾河晚渡”重现，云南洱海“苍山不墨千秋画，洱海无弦万古琴”的美景常驻。大美中国点燃亿万旅游者的热情，要以旅游业为驱动，推动实现高水平的保护和发展，将良好生态环境持续转化为普惠的民生福祉。

创新中的旅游业，探索人文与经济的共生共荣之道。

以文塑旅、以旅彰文。旅游是文化的重要载体，让人们能够藉此追寻内心充裕、精神富足。

在西湖边体验茶艺、在孔府观看影戏、在乌苏里江畔制作鱼皮画。今年“五一”假期，已纳入监测的国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量7257.58万人次，按可比口径较去年同期增长6.9%。

进入旅游旺季，故宫博物院、殷墟博物馆等“一约难求”；朝鲜族农家乐、侗族大歌等非物质文化遗产项目让人如痴如醉；“村晚”“村超”等乡村文化IP火爆上演……历史悠久的中华文化，赋予旅游业不竭的创意源泉和发展动力。

研学之旅、寻根之旅、红色之旅……文化与旅游的深度融合发展，让游客饱眼福、长见识，徜徉中华文明长河，在深邃厚重的家国情怀中，见贤思齐、陶冶心灵。

旅游发展正当时，且以诗意向远方。蓬勃发展的旅游业，让人们共赴远方、品味美好，为中国发展注入新活力、打开新空间。

(新华)

在诗与远方里壮大幸福产业

市场观察

上半年文化和旅游行业整体信心指数为151.5
文旅产业“新升级”切实形成“新增长”

多个机构近期发布的文旅产业投融资报告显示，国内文旅产业持续复苏，行业投资信心不断提升，特别是文旅融合、科技赋能等领域。业内人士指出，随着消费者需求不断向多样化、精细化发展，文旅产业融合发展、升级发展趋势不断增强，有望吸引更多资金进场。

根据中国旅游研究院与中国旅游研究院发布的《2024年第一季度文旅行业投资与游乐装备采购指数调研报告》(以下简称《报告》)，受访企业对2024上半年文化和旅游行业整体的信心指数为151.5，环比增长2.5%；对文化和旅游投资领域的信心指数为144.1，环比增长3.7%，企业对文旅行业整体和投资领域均表示乐观。

迈点研究院发布的《2024年第一季度文旅集团投融资分析报告》也指出，据不完全统计，一季度合计签约230个文旅项目。以文旅集团为投资主体的项目62个，合计约457亿元。文旅消费市场加速复苏提振旅游投资信心，行业投资呈现回暖扩张趋势。

在产业整体投资回暖的背景下，科技赋能、文旅融合和科技旅游等产业转型升级新方向不断涌现。

中国旅游研究院数据分析所研究员张佳仪表示，从《报告》中的游乐装备采购指数来看，投人数额较大的科技娱乐装备采购呈扩张趋势，文旅行业对科技带来的赋能愈发重视。

太空模拟驾驶、超时空VR影院、VR人机对战……在今年年初开放的北京首钢一高炉·SoReal科幻乐园里，记者看到，各类VR沉浸式游乐设备前，不少消费者正在排队体验。

据了解，当红齐天利用5G+XR科技赋能首钢历史文化遗址重生，植自主研发的多元化创新项目，包含沉浸式科技秀、沉浸式剧场、VR人机对战游戏等。当红齐天相关负责人表示：“我们将持续攻关5G+Advanced、人工智能、虚拟现实等新兴信息技术的研究和验证，赋能拓展

XR+科幻乐园、XR+夜游光影秀等文旅新媒体展教业务领域。”

北京第二外国语学院旅游科学学院教授王金伟认为，新技术在文旅领域应用的范围和深度越来越广，带来了更全面更立体的文旅体验。而新技术应用需要较大的资金投入和资本的长期投入。

除了科技赋能，文旅融合、文化旅游同样是文旅投资的重点方向之一。

“在投资领域，文旅产业的吸引力不断增强，尤其是文化旅游、休闲度假等领域。”陕西富平中华郡文化旅游景区总经理张奇告诉记者，“我们景区融入非遗体验、温泉康养、情景互动等特色项目，计划投资30亿元。目前一期二期已投入18亿元，并投入运营，正在全力以赴建设三期板块。”

沉浸式演出等文旅融合体验项目，也吸引了资本的目光。《报告》指出，目前文旅投资运营类企业对演艺演出的投资偏好整体向好。

上海文广演艺集团总裁马晨骋表示，企业在上海的《不眠之夜》沉浸式演出，吸引了大量外地游客，甚至有游客为了观看演出专门策划了“上上海”。

“我们计划在文旅演艺内容产品开发方面增加投资，预计未来两到三年，将有更多大型沉浸式演艺项目落地。”马晨骋说。

王金伟认为，随着我国文旅产业

区域观察

“走出”国门做推介 贵州开拓入境旅游市场

正致力打造世界级旅游目的地的贵州，近期频繁“走出去”加大旅游宣传推介力度，开拓入境旅游市场。

今年4月以来，有中国“公园省”美誉的贵州，不仅前往香港、广州、上海等中国城市推介文旅，还到法国、新加坡、泰国举行文旅推介会和经贸旅游座谈会。

在5月14日举行的中国(贵州)—新加坡经贸文旅座谈会上，贵州旅游协会与新加坡全国旅行社协会就增进两地旅游合作签署了合作备忘录。同一天，在“多彩贵州”香港旅游推介会上，贵州与香港多家旅行社签约，携手探索文化旅游合作新模式。

为进一步吸引港澳游客以及从港澳地区引流入境游客到贵州，今年1月，贵港澳三地文旅企业成立了贵港澳旅企联盟，共同开拓国际旅游客源。

游联盟，有序恢复新加坡、柬埔寨等国家城市航线航班，并通过经停、中转联程等多种方式逐步开拓欧洲等国家城市航点航线。

在贵州省社会科学院贵州旅游发展研究中心副主任邓小海看来，随着中国不断拓展与全球各国的互免签证安排，以及对特定国家实施更加宽松的过境免签政策，中国入境游市场近期呈现强劲回暖态势。

“推动入境旅游市场，需进一步加大对客源地民众的宣传推广力度，优化入境旅游产品和线路供给，同时打造便捷的服务环境。”邓小海建议，结合贵州旅游资源开展有针对性的营销活动，以吸引更多海外游客。

(周燕玲)

广西“甜蜜”乡村引旅游“搭子”进村“撒欢”

日常忙碌的都市生活，正吸引中

国民众在节假日约上旅游“搭子”进村“撒欢”，享受“归园田居”般心灵的放松。位于广西崇左市新和镇的卜花村，则以“甜蜜”出圈，当地特色农宿节假一日房难求。

“卜花”在壮语中意为“地广而傍水，田肥苗正、花美人壮之福地”。卜花村依偎在卜花河而建，是一个壮族、苗族等少数民族人口占比达96%的民族特色村寨。当地不仅种植了1.5万余亩甘蔗，还拥有百年制糖史，堪称甜蜜之村。

初夏时节，走进卜花村，平坦的村道被长势正盛的甘蔗林包裹，青瓦白墙的农家小院错落有致。游客在此，可乘船而行，或骑行于绿道，感受远山如黛、近水潺潺；亦可参与户外稻田研学，探秘壮族古法红糖制作技艺，体验水上漂流等互动项目；还可坐在鲜花灿烂的小院里，静享石板路、竹篱笆间透露出的乡野韵味。

卜花村驻村第一书记黄子莲介绍，村子从2019年开始发展乡村旅游，当地住宿分为农宿和民宿两种。其中，农宿是利用当地农户闲置的民房改造，采取“合作社+农户”的管理模式，由村委牵头进行卫生监管、线上推

广、统一改造，农户自行管理，让游客住农家屋，吃农家饭。

“我们的农宿小院都用壮语直译命名，不仅可以让农户受益，还可以让游客以实惠的价格享受酒店的舒适感。”黄子莲说。

与农宿的“土色土香”不同，卜花民宿则在保留风貌的同时增加了现代元素。村道旁一个印有“时光如轮、岁月回望”字样的石板墙上，挂着一辆旧单车和几张村子旧貌的老照片。在其对面的则是一间写有“我在等你，也在等你”的法式餐厅，这里也是卜花民宿的前台。与之相邻的民宿区用乡村老屋的砖瓦砌成门墙，均是风格清新的独栋小院，院中设置游泳池，住客可在房前躺椅上小憩。

“我们当时专门聘请了浙江的团队进行设计，开发的壮乡民宿融入了乡村环境，恬静的住宿氛围吸引了不少广东、北京等地游客前来度假。”卜花民宿负责人谢辉彬告诉记者，“下一步我们将增设自助露营活动，丰富乡村游玩体验。”

“这里如世外桃源一样”“环境优美，没有高楼，感觉心都沉了下来，十分惬意”“房间可以看见远山，晚上也很美”……打开卜花村农宿、民宿的网

上评论区，大批来自香港、广东、江苏、上海的游客表达了对村子的留恋之情。

各地的旅游“搭子”进村“撒欢”，也让本地农户生活越发甜蜜。“我们吃上了旅游饭，如今家门口工作十分方便，挣到钱又能照顾好年迈的老人和年幼的孩子。”村民马泽彪介绍，得益于家乡旅游业发展，曾在深圳务工的他2019年毅然返乡创业，凭借一手好厨艺，在卜花村开起了农家乐。给游客烧制一桌好菜的他，收获了壮汉一家亲、四代同堂的幸福。

广东客商黄小茵也在卜花村的甘蔗林里找到了“甜蜜密码”。“早年我们发现农户们都会利用传统古法工艺熬制红糖，于是到卜花村加工厂打造‘古法红糖’品牌产业链，研制多种口味的‘红糖零食’销售全国，带动当地民众就业。我们还在景区设置红糖制作体验区，供游客研学，给他们作为特色伴手礼。”

“未来我们计划建设‘亲子乐园’，增设水上乐园、垂钓等项目，打造以亲子研学体验为主的‘周末亲子游’品牌。为游客提供村里遛娃，父母‘撒欢’的游玩乐趣。”黄子莲说。

(中 新)