

国内旅游出游2.74亿人次,实现旅游收入1480.56亿元——这个“五一”假期,文化和旅游市场呈现强势复苏局面。

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。火热的“五一”文旅市场背后,涌动着文旅融合深入推进的鲜活实践,折射出“诗和远方”不可阻挡的融合大势。

从“五一”文旅市场看 文旅融合大势

新体验 在旅游中涵养自信力量

“五一”假期,西安大唐不夜城不分昼夜游人如织。街区中,旅游演艺精彩纷呈,“唐三彩骆驼载乐俑”在舞曲声中“复活”,白衣飘飘的“李白”吟咏千古名篇……

“随着公众对传统文化的兴趣渐浓,仅是打造旅游景观,已经无法满足需求。”西安曲江文旅股份公司演艺管理中心总经理苏卉说,“我们深耕‘文化+演艺’创新,结合科技、创意、互动等表现方式,让游客沉浸在唐诗所描绘的‘暗闻歌吹声,知是长安路’的场景中。”

摊开“五一”假期出游热点地图,“诗”和“远方”在满足人民美好生活新期待中实现更好联结——

在山东东营,利津县老街长巷非遗文化街紧邻黄河北岸,人们在这里逛老街长巷、赶非遗大集,体验醇厚的黄河文化;

在河南信阳罗山县何家冲,以红色旅游休闲为一体的“围炉煮茶”新方式,吸引着大批年轻人;

在贵州平塘的中国天眼科普基地,大家在目睹“中国天眼”雄姿后,还能参与拼装“中国天眼”模型活动,进入天文体验馆聆听脉冲星的声音;

……
中国旅游研究院院长戴斌说:“坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游深度融合,是‘五一’假期非常明显的特色。”

深入挖掘中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化,文旅融出新天地。人们在旅游中感悟中华文化、涵养文化自信,成为新时代旅游新风尚。

5月1日,在参观遵义会议纪念馆时,游客王敏敏通过VR看到遵义会议召开时的场景,感觉非常震撼:“我更加深刻地

了解了红军长征路上经受的各种严峻考验,倍感如今美好生活来之不易,这次红色之旅不虚此行。”

在建设长征国家文化公园进程中,遵义市依托VR技术对红色景点进行了数字再现。遵义市文化旅游发展中心副主任何焯说:“长征国家文化公园的建设有效提升游客旅游体验,更好讲述红色故事、传承红色基因。”

近年来,长城、大运河、长征、黄河、长江国家文化公园建设稳步推进,不仅恢复历史风貌,同时增加新的旅游项目、新的消费场景。

“国家文化公园不仅为我们传承、保护和中华文化提供优质的场所和空间,也为文化和旅游深度融合提供全新的动能。”戴斌说。

新消费 文旅融合打造活力产业

逛完博物馆,买上一份主题文创商品;预约景区门票,顺便预订特色餐饮;走进主题街区,最好换上相配服饰;打卡城市地标,也不能错过当地“网红”品牌……当文化和旅游深度融合,消费更加向“美”而行。

在江苏南京秦淮区,白墙黛瓦的夫子庙步行街人潮涌动。“逛街哪里都能逛,但像这样有历史有文化的街区却不多见。桨声灯影里,感觉喝茶也成了一种文化体验。”上海游客孟亚芳说。

充满活力的旅游体验,带来充满活力的产业。经过长期建设,今年3月,以夫子庙为核心的南京秦淮特色文化产业园被命名为国家级文化产业示范园区。

“产业园既有大量重要的历史文化遗

存,又有现代便民的设施环境,文化和旅游禀赋突出。”夫子庙—秦淮风光带风景名胜区政府管委会副主任江永强说,历史文化的融入,使旅游品质极大提升,慕名而来的游客又通过消费实现经济良性互动。

除了传统文化,时尚潮流也在深度融入旅游。

湖南长沙,线上,五一档影片《长沙夜生活》正在热映;线下,一个“电影平行时空市集”在湘江边的北辰三角洲同步举办,许多年轻游客前来沉浸式地体验电影中同款场景。

线上“出圈”,线下“打卡”。从主打中国风的奶茶品牌,到唤起“80后”记忆的复古餐厅,从创意迭出的综艺节目,到富

有湖湘特色的剧场演出……每个游客都有自己来到长沙旅行的理由。

“长沙正加快建设具有‘长沙味、湖湘韵、中国范’的文旅名城和世界旅游目的地。”长沙市文化旅游广电局局长郭润葵认为,长沙近年来的文旅融合,产生了“1+1大于2”的效果,体现了高质量发展的要求。

在专家看来,新兴文旅消费也为许多城市的文旅融合提供了崭新思路。“借助旅游者自带的价值系统,文化与旅游之间形成了‘相互赋值’的过程。”武汉大学国家文化发展研究院院长傅才武认为,文化旅游消费联通着文化事业、文化产业和旅游业,成为促进文旅融合迈上新台阶的动力。

新业态 创新发展重塑“诗和远方”

家门口就有国家4A级旅游景区是种什么体验?广州市民对这样的生活习以为常。

位于广州市中心的正佳广场,既是购物中心,也是拥有极地海洋世界、生态植物园、博物馆、科学馆、天文馆、冰雪世界和大剧院的独特文化和旅游目的地。“五一”期间,许多广州市民携家带口来到这里。据统计,假期全场总客流量超90万人次,同比增长97%。

正佳企业集团有限公司副董事长兼首席执行官谢萌介绍,正佳广场不断探索新“玩法”,目前文化和旅游消费占比已经达到了四成,是华南城市休闲度假新空间,形成了兼具文化和旅游特色的新产品、新服务、新业态。

创新的商场“火”起来,创新的博物馆

“活”起来。

5月1日,首届北京博物馆活动月在中国铁道博物馆东郊展馆启动,包括展览展示、互动体验、论坛研讨等在内的系列博物馆文化活动将持续整个5月。40余家博物馆和相关文博单位携本馆特色文创产品亮相文创市集,30余家博物馆探索延时开放服务模式,力求更好服务观众。

“看了各类高科技展陈手段和可持续发展规划,令人畅想未来博物馆将多么多姿多彩。”北京市民王溪说。

两个多月以前,《北京博物馆之城建设发展规划(2023-2035)》面向社会公开征求意见。规划展望,到2035年,全域活态博物馆基本形成,博物馆与城市发展深度融合,为加强首都“四个中心”功能建设

贡献力量。

博物馆不仅是文化旅游地点,也能成为城市发展支点之一。北京市文物局博物馆处处长白崇表示,北京将充分发挥北京地区博物馆的整体资源优势,充分调动博物馆的积极性,让博物馆成为启迪美好生活智慧、促进社会福祉和构建可持续未来的重要力量。

从博物馆到商业区,从大城市到小村庄,从历史文化名城到新开发城市……如何让“诗”和“远方”在共创美好生活中“融”得自然、“合”得协调,已经成为一道必答题。

伴随着文旅市场持续复苏,人们相信,文化和旅游将在更广范围、更深层次、更高水平上实现融合。

(据新华社)

146.42亿元 635.52万人 杭州“五一”成绩单出炉

刚刚过去的“五一”假期,你过得如何?杭州整体天气晴好、气温宜人,游客热情高涨,旅游消费市场强劲复苏。杭州这份最新出炉的“五一”成绩单,请你一起查阅——

旅游市场强劲复苏 来杭游客635.52万人,同比2022年增长289.89%

据市文化广电旅游局公布,今年“五一”假日期间全市接待外地来杭游客635.52万人,同比2022年增长289.89%。日均接待量达127.11万人,同比2019年同期数据,日均增长

20.8%。省外游客比重进一步增加,占比达到48%,为2020年以来的最高值。省外游客排名前三的地区依次是上海、江苏、安徽。

餐饮消费同比增长翻倍 全市消费总金额为146.42亿元,同比2022年增长40.9%

据市商务局消息,根据“杭州消费在线”最新监测统计,“五一”期间,杭州全市消费总金额为146.42亿元,同比2022年增长40.9%,同比2019年增长18.6%。

其中,零售、餐饮消费金额分别

为74.09亿元、26.07亿元,同比2022年分别增长26.6%、127.7%;同比2019年分别增长24.1%、43.3%。综合来看,“五一”期间日均销售额较春节增长36.7%。

传统景区依旧火热,西湖景区为全国十大热门之首

全市各大核心景区、城市主要商业街区、特色营地、各类文旅集市和文化体验场所依然人头攒动,游客众多。各景区景点共计接待游客1074.33万人次,同比增长213%。其中西湖景区成为“五一”假期全国十大热门景区之首。

除西湖景区外,根据对宋城景区、雷峰塔景区、运河景区、西溪湿地、千岛湖景区、良渚博物馆(良渚古城遗址公园)以及湖滨路步行街和清河坊历史街区8个热门重点景区(街区)接待游客情况的监测统计,假日

期间共接待游客268.83万人次。接待游客数量前三位的景区(景点)分别是湖滨步行街、宋城景区、清河坊历史街区。其中湖滨路步行街接待游客84.56万人次,宋城景区接待游客51.23万人次,清河坊历史街区接待游客38.69万人次。

根据住宿业相关数据显示,75.09%的过夜游客仍然集中在主城区八区,过夜游客接待量排名靠前的区县分别是上城区、拱墅区、萧山区、西湖区和淳安县。

文旅融合带动假日消费,各类活动促进作用明显

节日期间,全市推出丰富多彩的文旅消费促进活动。“五一”期间共计举办各类消费活动742场,参与人数927万余人次;发放消费券等消费补贴685万元,预计带动消费金额33377.9万元。

各区、县(市)均推出了各具特色的文旅消费促进活动,多样的文旅假

日活动,有效促进假日文旅消费强力回升。全市各类门票消费总额达到8828.45万元。全市住宿设施共接待游客152.15万人,是去年同期的4倍,重点监测酒店订单消费金额达147173.88万元,其中55.12%的订单为600元以上的高端酒店。

体验式旅游成为新的热点,宋韵文化体验广受追捧

从到杭游客的旅游休闲需求看,有关非物质文化遗产、文化场所和博物馆,以及沉浸式表演等文化体验项目最受欢迎。宋韵文化作为杭州最有代表性的文化标识,宋韵文化体验成为“五一”假期杭州旅游广受追捧的内容。

各区、县(市)纷纷推出各类宋韵

文化体验活动,特别是经过两年培养认定的30个宋韵杭式生活体验基地和体验点,纷纷拿出各自的拿手好戏,热情接待来自全国各地的游客。从数据看,与2023年春节相比,西湖游船、钱塘江夜游等体验类的消费订单量占比上升5.7%,达到了8%。

(来源:杭州发布)

“社会主义核心价值观”公益广告

社会主义核心价值观

国家 富强 民主 文明 和谐
社会 自由 平等 公正 法治
公民 爱国 敬业 诚信 友善