

## 假日消费市场持续升温“五一”假期国内旅游出游合计2.95亿人次

据文化和旅游部数据中心测算，2024年“五一”假期全国国内旅游出游合计2.95亿人次，同比增长7.6%，按可比口径较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%，按可比口径较2019年同期增长13.5%。

假期中，各级文化和旅游部门推出丰富多彩的特色旅游产品和文化活动，着力满足游客多元化和个性化需求。全国各级公共图书馆、文化馆(站)继续免费开放，因地制宜做好假日公共文化产品供给工作，积极组织开展“村晚”、广场舞、群众歌咏等各类群众文化活动。文化和旅游部启动“5·19中国旅游日”主题月活动和“文

明旅游 美丽中国”主题活动，持续开展“旅游中国 美好生活”国内旅游宣传推广。

文化和旅游消费有效释放，带动假日市场持续升温。“五一”假期，文化和旅游部举办全国“五一”文化和旅游消费周活动，会同中国银联实施2024年度“百城百区”文化和旅游消费行动计划，推出各类文旅消费惠民措施。

县域旅游市场释放文旅消费新动能，越来越多下沉市场旅游目的地受到欢迎，广西柳州、山东淄博、甘肃天水等城市受到游客关注，贵州西江千户苗寨、安徽宏村等乡村古镇深受游客青睐。远程旅游市场增幅明显。

文化和旅游深度融合，夜间经济活力满满。甘肃、江苏、陕西等地将演艺、非遗、文化遗产、美食等元素与旅游融合。故宫博物院、三星堆博物馆、殷墟博物馆等热门博物馆客流持续保持高位。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2023年“五一”假期同期增长6.9%。

随着航线恢复、入境便利化措施的落地以及互免签证国家数量的增多，出入境旅游快速恢复。文化和旅游部数据中心客流大数据监测显示，“五一”假期出入境游客合计达367.2万人次，其中入境游客177.5万人次，出境游客189.7万人次。

## “县域文旅热”是旅游业发展的一面镜子



携程数据显示，今年“五一”假期，四线及以下城市，尤其是县域(县城及县级市)旅游市场增长明显，成为新增量。其中县域市场酒店订单同比增长68%，景区门票订单同比增长151%。四线及以下城市旅游订单同比增长140%，增幅明显高于一、二线城市。

在“五一”“十一”等旅游旺季，一些热门旅游景区往往启动“人从众”模式，带给游客的旅游体验可能并不好。而且，有的热门旅游景点一到节假日还会限制参观时间，跟团游往往还会把行程安排得很紧，难以给人带来沉浸式的体验。此外，千篇一律的旅游项目容易让游客产生“审美疲劳”，难以满足游客的多样化需求。

而相比于这些热门景点，地方特色县城不仅没有人山人海的景象，而且异质性、差异化明显，消费也不高，受到不少游客的欢迎。很多县城就是“麻雀虽小，五脏俱全”，吃喝玩乐一应俱全，还拥有原汁原味的风土人情，往往能够给人带来“惊喜”。这些正是不少游客选择到特色县城，进行“反向旅游”的缘故。

县域文旅热，“反向旅游”流行，折射出公众日益高涨的品质化、多样化、个性化的旅游需求。所以，“反向旅游”对应的恰是旅游消费的“正向趋势”，“反向旅游”也具有正向意义。

可以“反向旅游”，但不能“盲目旅游”。消费者对“反向旅游”也不应盲目跟风，要防范踩雷。如要看到，少数冷门景点之所以人气不旺，可能存在接待条件简陋、交通不便、观赏性差、服务意识较差等问题。所以，游客如要选择“反向旅游”，最好还是做好攻略，不能“走到哪儿算哪儿”，要事先“做功课”。

县域文旅应成为旅游业转型升级的一个契机。要把“县域文旅热”这把火烧好烧旺，把县域文旅作为提振县域经济的一个抓手。接待地也要抓住“反向旅游”这一机遇，积极改善环境、交通、卫生、食宿等各方面条件，把“反向旅游”当成“弯道超车”的机会。让“反向旅游”不仅是昙花一现，不仅出现于“五一”等节假日期间，而是成为一种旅游常态。

不仅是小众景点，一些热门旅游景区及其他景区都要能从中看到旅游消费升级的信号，要危中寻机、化危为机。比如要更为重视消费者的旅游体验，更好满足消费者多元化、个性化的旅游消费需求，避免同质化竞争，打造特色旅游品牌，积极迎合与适应不断升级的旅游市场。

“县域文旅热”是旅游业发展的一面镜子。旅游业需要从中获得启示，与时俱进，积极求变，更快适应旅游市场的变化，更好满足游客的需求。

(本版稿件均转自人民网)

## “假日经济”持续升温 小城市撬动文旅“大市场”

去江西婺源看漫山遍野的油菜花，去福建平潭看“蓝眼泪”海洋奇景，在西南边陲打卡“中国最大乡村图书馆”……“五一”假期，县域市场成为假期旅游新选择，小城市撬动“大市场”，县域旅游为“假日经济”带来新增量，为国民经济回升向好注入新动能。

今年“五一”假期，旅游市场涌现县域旅游热等新动向。携程平台数据显示，“五一”假期四线及以下城市旅游预订订单同比增长140%，跑赢全国大盘，且增幅明显高于一二线城市。下沉旅游市场表现突出，“小城市”“小众景点”更受青睐。

体验采茶、插秧，徒步南屏山，体验非遗手工艺，在安徽碧阳镇，以乡村游为特点的亲子耕读游备受游客青睐；身穿汉服，穿行在灰墙青瓦的老街古巷，在浙江松阳县，游客在这里享受“慢下来”的时光……小城市引爆新旅游，一系列新潮玩法，折射出我国消费市场的活力与潜力。

——旅游配套服务体系更成熟。中国旅游研究院院长戴斌表示，全国约72.3%的民用机场分布在延吉、天水、张掖、果洛、阿勒泰、海拉尔、博乐、

伊春、阿尔山等中小城市，这些小机场城市以其各具特色的景区、度假区、街区、商圈、菜市场，以及住宿、餐饮、娱乐和购物消费的高性价比，较高的可亲近性，吸引了各年龄段旅游者的关注和到访。

“市场进一步下沉，中小城市、中心城镇和发达地区重点乡村是新兴的旅游目的地，也是日渐增长的旅游客源地。”戴斌认为，持续扩大旅游消费的市场基础，面向下沉市场和需求升级，应务实推进国内旅游提升计划。以游客满意为导向，进一步完善面向散客的旅游公共服务体系，不断提高游客满意度和获得感。

——业态全方位升级消费更有活力。这几日，位于湖南东部的醴陵小城热闹非凡，这座有“千年瓷都”“花炮之乡”美誉的县级市正将“文旅+”与主导产业深度融合，用新场景塑造文旅新品牌。

醴陵着力推动旅游提质升级，先后举办花炮博览会、炒粉节、君子山春笋节、首届醴陵窑美食节、金湖湾景区“乡村草坪露营音乐会”等系列活动，配套发布捡瓷地图、住宿地图、景点地

图等网红IP，扩大县域文旅声势，打造当地旅游新热点。

——借力热点“流量”转换更多“留量”。山东淄博烧烤、贵州村超、天水麻辣烫先后出圈，各地做好配套服务，以深厚的文化底蕴满足多元旅游体验，“以游客为中心”的服务理念接住“泼天富贵”。

“五一”假期首日，贵阳的旅游订单增长量在全国省会城市中排第二位，酒店订单同比增长29%。围绕假期服务体验，贵阳的小吃街商圈不断创新消费模式，激发消费活力。以新潮、独特的“贵州老字号”产品折耳根酸奶、香酥鸭、肠旺面、脆哨等吸引着大量消费者，推动旅游消费量质齐升。

业内人士认为，县域文旅应成为我国旅游业转型升级的契机，把“县域文旅热”这把火烧好烧旺，将县域文旅作为提振县域经济重要抓手，标准先行、提升服务、打造品牌、立足民生，让县域旅游不仅成为文旅发展的“硬实力”，更赋能着县域经济高质量发展。让“县域文旅热”不仅出现于“五一”等节假日期间，而是成为一种旅游常态。

## 品味文化盛宴“五一”文博热持续升温

安阳洹河之畔，晨光初照，首次迎来“五一”小长假的殷墟博物馆新馆门前人头攒动。五湖四海的游客，怀揣着对殷商文明的好奇之心汇聚于此。井然有序的队伍，宛如一条穿越时空的纽带，将现代人的步伐与古老历史悄然相连。

殷墟博物馆新馆的火热现象并非个例。据统计，今年“五一”期间，全国一级博物馆连续三天均达到接待上限，相约逛博物馆已成为假期出游新风尚。精彩纷呈的主题展览层出不穷，让观众的心灵在历史长河中自由徜徉。

从湖北省博物馆首次展出睡虎地秦墓出土的竹简主人“喜”的3D复原头像，到山西北齐壁画博物馆的乐师们再现壁画《夫妇宴饮图》中的古乐演奏场景，再到成都武侯祠博物馆推出可爱文具、典雅团扇、别致茶具等三国主题特色文创产品，假日期间，全国各大文博场馆热情迎接八方来客，纷纷结合当地特色进行创意策划，各类展

览活动不打烊。

在浙江，全省多地博物馆一齐“上新”，丰富游客出游选择。宁波博物馆推出的“远古江南·海陆山河——纪念河姆渡文化发现50周年考古成果特展”，生动展现河姆渡人的生产生活，其中不乏首次亮相的珍贵文物；南宋德寿宫遗址博物馆精心策划“德寿有新意·德寿宫宋韵文化系列活动”，市民游客沉浸在插花、挂画、点茶、焚香的宋韵雅致中，仿佛穿越时空。

特意带着儿子前往中国国家博物馆“打卡”的李女士告诉记者，“我们家孩子对历史很感兴趣，这次博物馆之行不仅让他在轻松愉快的氛围中增长了见识，也为我们带来了愉快的亲子时光。”

为了更好地满足广大游客日益增长的精神文化需求，多地博物馆的公共服务也在不断创新升级。早在“五一”之前，热门场馆三星堆博物馆先后发布《购票须知》《参观须知》《关于学生研学预约参观的公告》等5则规范管理

的公告，营造一个安全、文明、有序的良好观展环境。

吉林省博物院、长影旧址博物馆等吉林省内66家博物馆均在假期间延长开放时间，其中17家博物馆延时开放至晚6点后闭馆。天津博物馆延长开放时间至每晚8点，并推出“博物馆奇妙夜”活动，与天津芭蕾舞团首次跨界合作，呈现一场文物与艺术的美妙融合。

此外，县级博物馆也展现出勃勃生机，河北的正定、易县、冀州、涿州等地博物馆免费开放，并举办丰富多彩的文博活动，让游客在县域内也能感受节日的欢乐与文化的魅力。

业内专家表示，近年来，各类特色展览、创意研学及社教活动正日益激发公众的观展热情，“文博热”持续升温。未来，各地博物馆需要不断创新传播手段，优化服务水平，以更贴近年轻人的方式呈现历史文化，吸引更多线上线下积极参与，共同感受博物馆的无穷魅力。