



游客身着旗袍穿梭于“花灯海”中。

始兴县文广旅体局李新兵在国屋前为始兴代言。

## 这些刷屏的旅游热词 一年来你体验过几个

2023 年,您出门旅游了吗?很多人的答案是肯定的,跟此前三年习惯性的居家相比,当下自由出行一览祖国大好河山的澎湃心情常常涌上心头。

盘点 2023 年,从“文旅局长卷上天”“特种兵式旅游”“村 BA”“村超”到城里的 City Walk、文博热,再到双节叠加景区景点“人从众”……持续上涨的热情、不断刷新的数据,那些让我们难忘的旅游热词背后,映射出人们对美好生活的期盼,是旅游市场的强势复苏。有统计记录以来热度最高的假日市场,一票难求的文博场馆热和演出市场热,景区已不是游客出行的唯一动力,生活元素融入旅游休闲,解锁旅游新玩法,展现了旅游消费的个性化需求。这是今年中国旅游市场变化的缩影,也是市场强劲复苏的注释,更有文旅融合不断向下深挖的推动。

### 热词 “人从众”

2023 年的中秋节和国庆节前后相连形成 8 天超长假期,叠加杭州亚运会和多地文旅政策效应影响,公众旅游、探亲、观赛等出行需求十分旺盛,形成了有统计记录以来热度最高的假日旅游市场。经文化和旅游部数据中心测算,8 天假期国内旅游出游人数 8.26 亿人次,按可比口径同比增长 71.3%,较 2019 年增长 4.1%;实现国内旅游收入 7534.3 亿元,按可比口径同比增长 129.5%,较 2019 年增长 1.5%。这是有统计记录以来热度最高的假日旅游市场!

12 月 14 日,国务院新闻办公室举行“权威部门话开局”系列主题新闻发布会。根据统计数据,今年前三季度,国内旅游总人次 36.7 亿,实现旅游收入 3.7 万亿元,同比分别增长 75%、114%。居民旅游需求得到集中释放,居民出行大幅度增加。文化和旅游部副部长杜江表示,今年的旅游市场可以用“火爆”来形容。

### 热词 文旅局长卷上天

2023 年上半年,亿万网友都在惊呼:“现在各地的文旅局长们真是‘卷’上天了!”随着全国各地文旅复苏的加速,文旅局长“豁”出去了,用变装穿越、秀才艺、挑战极限等方式,加入宣传本地文旅资源的“内卷”浪潮,获得好评,成为热门话题。

这背后,正是全社会期盼着以文旅消费服务为契机,推动国内消费需求的全面复苏。文旅局长火热出圈,并且真实地带动了当地旅游,多个旅游局长“出圈”的相关地方旅游搜索热度有不同程度的增长,营销效果良好。

正如中国旅游研究院院长戴斌所言,旅游需要网红,但网红不是旅游的全部。“出圈”之后的文旅局长们,在转变了文旅推广工作思路之余,也越发重视便捷的交通体系、完善的基础设施、公共服务和商业环境、高品质的生活方式等旅游目的地发展的底层逻辑,做大文旅品牌、深挖文旅特色,探索出适合自身文旅产业高质量发展的路径。



游人在上海武康路散步。



特种兵式旅游很讲究交通便捷。



贵州榕江“村超”身着民族服装的观众游客。

### 热词 文博场馆热

“未来 7 天全部约满”“根本约不上,疯狂刷”……这是今年暑期和节假日多地的博物馆出现的“一票难求”情况。

攀升的热度折射出人民群众对美好生活的需要日益增长,也促使公共场馆、文旅企业等创新手段、多措并举,持续增加优质供给,更好地满足大众多元消费需求。为缓解“一票难求”压力,满足观众入馆文化需求,多家博物馆纷纷灵活调整了开放时间,并推出“博物馆之夜”、观星露营、音乐会等趣味文化活动,让观众“入馆不只观展”,拥有了更丰富的文化体验。暑期,全国多家博物馆宣布打破“周一闭馆”惯例,更好满足市民游客的精神文化需求。

### 热词 演艺带火旅游

2023 年,“为一场演唱会奔赴一座城市”成为一种文化旅游新现象。随着“开售即售罄”成为不少演唱会、音乐节门票开售的现实,甚至有的观众“蹲了 30 场演唱会还是没抢到一张票”,只能“跨越大半个中国参加音乐节”“去从没听说过的城市看演出”。2023 年前三季度,旅游演艺客均收益贡献是同期景点门票客均收益贡献的 5 倍,展现强大的乘数效应。演出周边酒店溢价率大幅拉升,苏州、成都、杭州、广州、重庆、深圳等地,最高溢价率达 40% 以上。

### 热词 特种兵式旅游

30 小时往返 1300 公里游 6 个景点、33 小时速游北京,一天 8 个景点……2023 年,在年轻人群中悄悄兴起了一种很新的旅游方式——“特种兵式旅游”,越来越多的当代年轻人选择挑战体力和时间的极限,以求花最少的时间和金钱,游最多的景点,追求短时间、高效率,主打的就是一个“去过”。各大社交平台上,无数的“特种兵”们利用文字和图像记录自己的“战绩”。

“特种兵式旅游”火爆的背后是“旅人行事高效+硬件设施高效”。交通体系的日益完善、网络技术的日趋发达、服务业质量的进一步提升,再加上一些热门景点开放了夜间游览模式,一些公共场所 24 小时营业,为旅游者提供美食与歇脚场所,这都为“特种兵式旅游”提供了可能性与可行性。

### 热词 城市漫步(City Walk)

2023 年,一股城市漫步(City Walk)风潮在中国各大城市兴起。继特种兵式旅游之后,年轻人乐此不疲地结伴逛小马路。不了解的人以为这是传统“轧马路、遛弯”的新说辞,City Walk,玩法比普通逛街更有主题性质。历史人文经典路线、影视剧同款打卡地、特色美食集合……根据不同的线索与思路,人们将城市中的元素重新串联,衍生出越来越多的文旅新场景。无论是外地游客,还是本地居民,在 City Walk 中对城市的全方位探索,除了赏美景美食还感受城市的那份“人情味”。

### 热词 江门《狂飙》、淄博烧烤、黔东南“村赛”

2023 年的假日,中国旅游市场上文体旅融合趋势明显,文化地标成为热门目的地,网红城市已不再只是大城市的标签,越来越多二三线、甚至四线城市走到了前台,实现了网红城市的“下沉”。

2023 年开年扫黑大剧《狂飙》收视一骑绝尘,为剧集核心取景地广东江门带来前所未有的关注度。江门其实一直都有成为网红城市的潜力。从大热影视作品《让子弹飞》《一代宗师》《风雪西关》《除暴》等在这里拍摄,到《狂飙》终于实现了“影视作品带火一座城市”。官方数据显示,中秋国庆假期,江门全市接待游客 501.3 万人次,旅游收入 28.81 亿元,同比分别增长 170.49% 和 156.77%。其中,A 级景区接待游客 96.36 万人次,同比增长 189.54%。

上半年的三四月份,国内几乎所有的美食话题都被“淄博烧烤”所攻占,成为一种现象级“围炉夜话”。如今,已被烧烤带火的山东淄博,不仅成为三线城市中的“顶流”,还是全国旅游城市学习的榜样。从英国、法国、非洲抖音经常看到不少人不惜搭国际“飞的”穿越大半个世界来淄博撸串,“淄博烧烤”微信指数连续 10 天超过 100 万量级。

而凭借火热的现场氛围、颇具特色的民族表演……贵州黔东南台江县的“村 BA”(乡村篮球比赛),以及在黔东南榕江县所举办的“村超”(和美乡村足球超级联赛),成为 2023 年网红旅游目的地的顶流,也带动全国各地“村”字头体育赛事的滚滚热浪。“村超”更是以单场最高上座人数超 6 万,全网浏览超 480 亿次,抖音视频播放超 130 亿次,各项数据创下历史纪录。

综合新华网消息