

赛事、影视、演唱会……

# 今年你跟着什么去旅行?

一部深入人心的电影,带火一个小众目的地;一场意犹未尽的赛事,盘活一条消费链;一场限时特展,吸引全国游客;一次暖心服务,启示待客之道……

2025年,有哪些文旅现象火出圈?文旅消费又呈现出哪些新趋势?

## 追影视迷展览 文化氛围“拉满”

175天、85场比赛、超243万人次现场观赛——今年5月份开始的“苏超”(江苏省城市足球联赛),吸引了各地观众足足半年的注意力,打造出一次成功的文旅体商融合发展实践。

“看完比赛,何不进场夜宵?”“晚上看比赛,白天逛景区”……在游客们“来都来了”的欢笑声中,旅游延展着赛事的生命力。

据江苏省文化和旅游厅统计,“苏超”赛季期间,主场城市比赛日A级旅游景区接待游客2511.71万人次,同比增长17.38%,其中接待外地游客1440.30万人次,同比增长23.22%。银联渠道异地文旅消费145.70亿元,同比增长27.10%。

赛事融合文旅体验,让旅游的“乘数效应”不断释放。今年以来,江西“赣超”、广东“省超”、湖南“湘超”等民间足球赛事你方唱罢我登场,跨城观赛群体有力带动旅游、住宿、餐饮等消费。

同跨城观赛类似,“演唱会+旅游”同样火热。

在杭州,上半年大型演唱会、音乐会吸引观演者85万人次,票房收入达7.65亿元,带动文旅综合消费超45亿元,相当于“1元演唱会票房拉动近6元相关消费”;在南宁,大型演唱会带动城市交通、住宿、餐饮、零售等全链条消费超30亿元;在海口,今年已成功举办22场大型演唱会与音乐节,吸引观众44.11万人次,带来经济效益21.58亿元。

“广大游客消费更加多元,参与更多活动,‘票根经济’撬动消费新浪潮。通过产业链的延伸扩展,推动文化体育和旅游商业融合发展。”中国旅游研究院院长戴斌认为,这意味着我国的文化和旅游消费正在向着融合、创新的方向前进。

伴随着电视剧《沉默的荣耀》热播,今年秋天,剧中人物原型吴石将军的故居成了热门的“红色打卡地”。

一部爆火的影视作品,往往能为相关景区增添更丰厚的文化底蕴,吸引游客纷至沓来。这一趋势在今年尤为明显。

年初,电影《哪吒之魔童闹海》带火四川宜宾哪吒行宫,游客数量较往年同期增长300%;暑期,电影《南京照相馆》核心拍摄地上海影视乐园搜索热度环比上涨80%;电视剧《浴血荣光》播出后,福建汀江红色旅游接待量同比增长超120%。

人们越来越关注旅游带来的

精神感受,在意其中的文化成色。文博游热度今年依旧居高不下,不少展览一票难求。

8月17日,持续13个月的上海博物馆“金字塔之巅:古埃及文明大展”收官,以逾277万人次观众、逾7.6亿元总收入创下全球博物馆单个收费特展参观人数、总营收世界纪录,更带动城市综合消费超过350亿元。

随着“山海有情·大漠鸣沙——在辽宁遇见敦煌”、沉浸式XR大空间体验《探秘海昏侯国》、“漫步美中——古罗马时期女性主题文物展”等特展热度持续上升,辽宁省博物馆今年7至8月观众人数达97.2万人次,同比增长21.7%,

再创暑期新高。

在旅游产品和服务中融入更多优质文化内容,这是游客的期待,也是产业发展的方向。

“从跟着影视去旅行到文博游火热,旅游新潮流展现着文旅理念的转变:从‘观光游览’趋向‘沉浸式体验’,从‘景点认知’转向‘文化认同’。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰说,这些项目提高了人们在文旅体验中的知识浓度、感悟深度和互动程度,能更好满足多元需求,是对传统文旅业态的更新,也是文化赋能经济社会发展的生动实践。

观赛事看演出

『乘数效应』释放

## 美丽田园更火 “乡味”留住乡愁

今年,联合国旅游组织“最佳旅游乡村”颁奖仪式首度来到中国。举办地正是绿水青山就是金山银山理念的提出地——浙江安吉。

选择到安吉举办这一世界性活动,背后既有联合国旅游组织对中国的认可,更有我国乡村旅游蓬勃发展的鲜活实践。

文化和旅游部监测显示,上半年,我国乡村旅游接待游客2488万人次,实现旅游收入92.44亿元,同比分别增长7.9%和8.6%,乡村旅游逐步从数量型增长转向品质型增长。

住进四川基卡依村的古碉民宿,品味流经浙江荻港村的大运河之美、体验广西

大寨村的农家饭菜……各地在发展乡村旅游的同时,将创意研学、生活美学、乡土美食融入其中,让乡村宜居宜业宜游,助力百姓致富增收。

目前,我国拥有“最佳旅游乡村”19个,位居世界前列。“十四五”时期,新确定597个全国乡村旅游重点村镇,总数达到1597个。山清水秀、乡音无改、传统赓续的乡村,寄托着浓浓乡愁,展示着中国之美。

“乡村旅游的火热,本质上反映了城市化进程中人与自然关系再平衡的趋势。随着数字技术赋能,农村基础设施提质升级,越来越多文旅人才投身田园,乡村旅游将不断升级、更加红火。”浙江省旅游民宿产业联合会会长吴健芬说。

河南开封清明上河园,突遇降雨的游客被送上厚实的雨衣;重庆知名景点洪崖洞前,封路的千厮门大桥让游客安心定格夜景;甘肃敦煌、湖北赤壁、江苏扬州等地政府机关食堂里,游客直夸“好吃又实惠”……

每到假期,“宠客”便成为地方文旅新的“金字招牌”。这背后有旅游发展观的深刻变化:过去是“一次性消费”思维,如今要打造“长远口碑”。

从比拼“硬件”到升级“软件”,旅游服务更加精细化、人性化。比如,以“花式宠客”著称的哈尔滨,冰雪季考虑更周全了:110台应急公交车全天候待命,提供疏运服务;火车站、机场及核心商圈增设数十个多语种服务岗,外语志愿者人数较去年翻倍;全市70余座旅游厕所完成翻新,配备取暖设备、无障碍设施和母婴关爱区。

实践证明,向游客提供更优质、更暖心的服务,正是旅游业的发展方向。

文化和旅游部负责人表示,要坚持旅游为民、旅游乐民,丰富高品质旅游产品供给,提升景区、度假区品质,培育休闲度假产品、特色旅游产品,更好满足多样化、个性化、品质化出游需求。完善旅游公共服务,加强旅游基础设施建设,大力发展智慧旅游,持续改善提升人民群众的出游体验。(记者 徐壮)

服务焕新升级 以『宠客』立口碑

