



▲2月14日,山东省济南市天下第一泉风景区,游客在趵突泉游览。从1月21日起至3月31日,山东省132家国有A级旅游景区免首道门票。
新华社记者徐速摄

多地文旅市场加快复苏

春节黄金周,我国旅游市场交出了漂亮的成绩单。虽然农历兔年正月已近尾声,但国内多地的旅游市场仍然火热。

在云南,旅游业实现“开门红”,并展现出持续升温、促进消费回暖的良好发展势头。

在三亚,旅游市场持续火爆,目前,各大景区、酒店和免税店依然人头攒动,“黄金周”延续成为“黄金月”。

在桂林,一揽子政策措施落地生根,推动旅游市场加速复苏,重燃向好发展信心。桂林正在加快打造世界级旅游城市。

▼这是2月15日拍摄的宁波老外滩步行街夜景。近日,随着气温逐渐回升,浙江宁波老外滩步行街陆续推出夜集市、打铁花表演等一系列特色活动,丰富市民与游客的夜游体验。
新华社记者江汉摄



云南：“旅业兴”带动“百业旺”

“平均每只海鸥接待 50 位游客!”“第一次看到米线不够吃”……

兔年新春,在一派暖意融融中火热开启。一度受疫情冲击较大的云南旅游业,在各项利好政策助力支持下,也逐渐回归热闹和忙碌,实现“开门红”,并展现出持续升温、促进消费回暖的良好发展势头,进一步提振了行业发展信心和底气。

人气足:7天接待游客超4500万人次

民宿老板王应波,很庆幸自己在年前做的一个决定——“盘”下一家客栈。这是他在丽江古城拥有的第二家民宿,客房量由此增加到29间。春节期间,随着丽江古城客流量不断攀升,王应波的两家民宿也迎来三年来生意最好的时候。

“过年那几天,全都是满房。”业余时间爱好拍短视频的王应波,不得不通过社交媒体连发几条“攻略”：“大家一定要提前预订,要不然真的没房住!”

春节黄金周,不光是他家民宿,整个丽江古城都很热闹。数据统计,除夕至大年初六(1月21日至1月27日),进入丽江古城的游客累计达1368662人次,日均19.55万人次,实时客流最高峰为1月25日21时47分,达到87567人次。

客流量的不断攀升,不仅有效激发了丽江古城的活力,也进一步提振了经营户和从业者的信心。“游客一多,我们生意也跟着红火起来!”在丽江古城经营餐馆的王双全说。

丽江古城仅是云南旅游业春节以来强劲复苏的一个缩影。今年春节,云南文旅业全面恢复,主要旅游指标超2019年三成以上。春节黄金周,全省共接待游客4514.61万人次,同比增长244.7%,实现旅游收入384.35亿元,同比增长249.4%,分别恢复至2019年的130.3%和132.5%。

“全面恢复、快速发展。”云南省文化和旅游厅厅长赵国良介绍,这是继去年暑期单月历史最高后,云南文旅业再创的假日旅游历史新高,成绩殊为不易。

春节期间,本就是“诗和远方”代名词的大理,借着《去有风的地方》这部热播剧的“东风”,吸引了大批游客慕名前往,大理一度成为国内最热门的旅游目的地之一。

得益于跨省长线游趋于回暖,旅行社业务呈现良好发展势头。数据显示,春节期间,昆明市旅行社共接待2670个旅游团队,接



▲2月12日,游客在位于西双版纳州勐腊县勐仑镇的中国科学院西双版纳热带植物园内休闲、游览。
新华社记者陈欣波摄

待团队游客63353人,分别同比增长2395.33%和4695.84%。受此拉动,昆明宾馆饭店春节假期接待人数同比增长144.63%,达到110.58万人次。

此外,一度受疫情影响冲击较大的德宏、保山等边境州市旅游业迎来全面复苏。瑞丽市、腾冲市等19个陆地边境口岸城市游客接待量增势迅猛,景洪市、腾冲市等接待游客同比增幅均在130%以上。有着大美风光和独特人文风情的边城瑞丽接待游客达37.5万人次。

烟火气浓:各行各业忙起来

打理完自家民宿,缪立伟又拎起摄像机出门,开启了新一天的视频创作。“最近我们在做一些小众景点的旅游攻略,方便各地游客踏春出行。”他说。

缪立伟在丽江古城经营客栈,也是当地一位网络达人,担任丽江新媒体协会会长。以往,拍视频是为了吸引客流抱团发展,如今随着旅游业强劲复苏,他们的视频文案也趋向于进一步做好服务。

“旅游大巴开动了,一些关着的店铺重新开业,旅行社在接待团客,导游、餐馆老板

开始忙起来。”在从事民宿业十多年的缪立伟看来,这便是旅游行业最难得的一份烟火气。

春节以来,一些热门商业步行街同样人气攀升。以昆明南屏街为例,鲜花饼、过桥米线等云南特色产品倍受游客青睐,很多商铺门口排起“长龙”。不少店家表示,尽管预估过客流量,但每天都还是提前售罄,在原材料加倍准备的情况下,仍比平日早收工2到3个小时。

旅游业覆盖面广、关联性强,对餐饮、住宿等相关产业的带动作用明显,可谓“一业兴,百业旺”。

今年除夕至元宵节期间,支付宝端消费支出金额同比2022年有一定的增长,其中丽江、西双版纳、大理等以文旅为支柱产业的城市,支付宝消费金额同比去年增长近一倍,增幅居全国名列。

受访专家表示,究其原因,一是这个春节旅行出游和消费的需求得到极大释放;二是各地利用疫情空档期创新求变,在产品 and 业态升级上下足了功夫。

与往年不同,春节以来持续火热的旅游消费呈现长尾效应。元宵节前后一周,美团平台上西双版纳景点门票订单量同比增长

三亚：“黄金周”火成“黄金月”

新华社三亚2月15日电(记者赵颖全、刘邓)“早赴南山敲钟祈福体验海南非遗文化、午乘游艇放眼南海万里波涛、夜游鹿回头俯览人间繁华……”北京游客李女士身着椰树和海浪印花的“岛服”,与记者分享三亚错峰游攻略。

自疫情防控政策优化调整以来,三亚旅游市场持续火爆。官方数据显示,2023年春节“黄金周”三亚共接待游客161.29万人次,与2019年春节长假相比,增加了61.64万人次。目前,农历兔年正月已近尾声,三亚各大景区、酒店和免税店依然人头攒动,“黄金周”延续成为“黄金月”。

“三亚政企携手共渡难关,通过苦练内功提升服务品质,为三亚旅游发展积蓄了能量。”三亚市旅游和文化广电体育局局长陈震昊说,疫情期间三亚市政府设立多类专项奖补资金用于稳定三亚旅游市场,同时还指导

天涯海角景区、千古情景区、亚特兰蒂斯酒店、梦幻水上乐园等景区酒店进行改造,升级软硬件设施。

旅游企业也主动求新求变。“大小洞天旅游区开发了海上栈桥、小月湾度假营地,景区‘旅游+婚拍’产业趋于成熟。”三亚旅游文化投资集团有限公司董事长郑聪辉说。

在三亚标志性景区天涯海角,吸引游客的已不仅仅是在天涯石、海角石前拍照留念。如今,游客们可以在景区海域体验摩托艇、海上自行车、水上飞人等海上娱乐项目,在沙滩上的星空营地“围炉煮茶”,在“神坑餐厅”吃一顿烛光晚餐,在浪漫的海边书店品一杯海南特产兴隆咖啡、读一本喜爱的书……

新产品和新业态涌现,三亚不断解锁旅游新玩法。凤凰岭山海奇幻夜为游客提

供大型森林实景沉浸式光影盛宴;在海昌梦幻海洋不夜城,游客们可以观看海南特色的黎族风情打柴舞;入住海棠湾五星级酒店,足不出户即可享受吃住游购娱一站式服务……亲子、婚庆、免税购物、体育运动、康养等主题旅游已形成市场规模。

记者看到,在三亚凤凰岛海域,体验游艇、尾波冲浪等海上旅游项目的游客络绎不绝,游艇从码头鱼贯而出,颇为壮观。游艇上方,直升机盘旋,低空旅游引得游客们争相体验。

“相较传统滨海观光型旅游活动,体验型的旅游活动越来越受到市场欢迎。”三亚市旅游推广局局长叶家麟说。

在做好游客服务方面,三亚创新旅游管理机制,建设智慧旅游监管服务平台并于2022年春节投入试运行,对三亚市旅游市

408%,仍显现出强劲的消费动力。

西双版纳傣泽万达文华度假酒店负责人介绍,随着客流高峰的到来,春节期间酒店入住率达到96.9%,同比2019年入住率增长17.93%。截至2月10日,平均入住率仍达到94%以上。

用工热:为行业加快发展做准备

近日,地处红河州弥勒市的太平湖国际生态旅游度假区发布了一则春季招聘公告,拟招聘售票员、酒店、摆渡车司机等相关工作人员40名。

“今年春节,进入度假区的游客明显增多,出于全年用工需求的考虑,我们现在的人手明显不够,急需通过招聘引进一批工作人员。”该度假区副总经理侯志鹏介绍。

春节黄金周之后的旅游市场仍在持续升温。在作为热门旅行目的地的云南,类似这样的“用工热”还有不少。

2月3日,普洱茶马古道旅游景区“诚聘英才”,招聘导游、讲解员等相关人员数名,不到一天时间,就接到了很多求职者的问询电话。“今年春节,我们景区的游客接待量创历史新高,导致用工需求增加了不少。”负责招聘工作的张女士说。

在旅游业带动下,一些业务量上涨的民宿、餐馆、旅行社等都处于“扩员”状态。餐馆老板王双全因为生意火爆,紧急招了3名固定员工和10多名兼职人员。

近日,仍在试用期的导游秦涛,已经接待了好几批省外游客,过不了多久他就能成为丽江护航旅游服务有限公司的一名正式员工。“瞄准接下来的五一黄金周和暑期,我们的用工规模还会进一步扩大。”该公司负责人张宇说。

一些此前转岗的从业人员也逐步回归。在昆明一家培训机构当老师的阿坤,曾是一位小有名气的旅游定制师。这个春节,他又干起了老本行,成功入职当地的一家高端旅行社。

“不只是我,今年以来,身边的很多朋友都重新干起了旅游业。”阿坤说。

云南省文化和旅游厅相关负责人介绍,旅游行业“用工热”折射了云南旅游市场得到进一步提振,是旅游业实现“开门红”、迎来强劲复苏的一个缩影。
(本报记者严勇)

桂林：“客归来”更谋“客长来”

点累,但是非常开心,享受这种忙碌而充实的感觉。”篾工徐文通说,春节期间,有的篾工一天能撑10趟竹筏。

遇龙河景区不少篾工是《印象·刘三姐》实景演出的演员。夜幕降临,他们赶到演出基地等候登场。

这个春节,漓江之上烟雨朦胧,低温湿寒。以天地为幕、山水为台的实景演出多少会受到天气影响,但《印象·刘三姐》自大年初三开演起,就收到了意想不到的效果。“原本计划每晚演出一至两场,没想到观众爆棚,临时增加到三场。这种现象好久没见了。”桂林广维文华旅游文化产业有限公司副总经理韦志文说。

春节期间,《印象·刘三姐》游客总接待量达3.4万人次,总营收约563万元,基本恢复到疫情前水平的八成左右。为提升游客观演体验,园区特意为每位游客准备了姜茶和暖宝宝。

“之前准备的暖宝宝不够用,我们马上开

车到市区和附近的县城扫货;姜茶不够喝,我们就搬来大锅在现场煮……”《印象·刘三姐》品牌运营部总监谢辰飞说,“许多游客夸赞我们的举措既暖身又暖心。其实我们格外珍惜今天的市场,希望给每位游客留下美好印象。”

在桂林市靖江王府城墙边的东西巷历史文化街区,多个店铺被围挡起来。桂林东西巷商业管理有限公司总经理赵伟说,这些店铺正在紧锣密鼓装修中。“春节过后,我们的招商进展非常快,几十间铺面一下子租出去了,有些商户从洽谈到开工,也就一两天的时间。”

跟随人潮在东西巷穿行,只见每家店铺门庭若市,店主喜笑颜开。在一家经营本土文创产品的商铺里,店长李骏发信心满满,春节期间他们的日均营业额已破万元。这支创业团队在全国已开4家门店,当前他们正在寻觅新商机,继续扩大商业版图。

作为桂林历史文化的新的地标和城市会客厅,东西巷的铺面租金自然不低,商户进驻门

槛高。赵伟表示,桂林旅游行业经过三年的调整,文旅融合业态不断丰富。

过去几年,中高端民宿在旅游市场中异军突起。拥有“管家式”服务、满足顾客个性化需求的精品民宿越来越受欢迎,春节期间更是一房难求。“今年春节旺季更长,客群以家庭亲子游为主,散客居多,他们讲究品质、追求休闲。”阳朔民宿与精品酒店协会会长陈翔勇说。

象鼻山景区面向公众免费开放,“门票经济”成为过去式;在主打山水游的阳朔,滑翔伞、热气球等新兴活力运动项目成为新宠;草莓音乐节、电竞音乐嘉年华、动漫cosplay等连番登场,为桂林打造年轻、时尚的新形象……桂林旅游业不断转型升级。

当前,桂林正在加快打造世界级旅游城市,一揽子政策措施落地生根,推动旅游市场加速复苏,重燃向好发展信心。“我们不期待‘报复性消费’,我们需要的是‘细水长流’。”陈翔勇说。