

# 春节旅游市场三大特征值得关注

□ 本报记者 张宇 赵垒

刚刚过去的春节假期,旅游市场迎来开门红。来自多家旅游企业的数据显示,在春节中造成功及除夕首度纳入法定节假日的双重利好加持推动下,春节旅游市场呈现3个主要特征:一是非遗和民俗文化体验激发大众出游热情,文旅融合走向深入;二是反向游、小城游持续火爆,旅游消费需求更加多元分散;三是跨境游火热,“China Travel”热潮延续。有业者认为,这些特征今后或将持续,旅游企业在接下来的业务布局中,要找准特点,做好准备。



香港游客在青岛上街里·老字号展览馆感受春节文化  
本报记者 陈晨 摄

游客在北京潘家园春节文化庙会上体验春节民俗  
本报记者 陈晨 摄

## 非遗闹新春 文化游成主流

作为申遗成功后的首个春节,传统文化游、非遗游成为热潮。庙会、英歌舞、打铁花等非遗民俗活动,簪花围、扎染等非遗手工艺体验,成功点燃文旅消费热情。

“今年的灯会是三国主题,既好看又蕴含了许多家喻户晓的故事,外公外婆特别喜欢。”大年初五,家住重庆的小刘带着爸爸妈妈,外公外婆到成都玩了两天,逛了武侯祠成都大庙会“千灯绘三国·百戏迎新春”主题灯展,夜游了锦里,第二天还去成都大熊猫繁育研究基地看了“花花”。记者采访中发现,与小刘一样,将非遗民俗作为出游第一选择的游客不在少数。

“今年春节,明显感觉到客人对于非遗体验更感兴趣。为了让客人能够感受当地独特的少数民族文化,我们增加了彝族和白族的非遗主题新年活动,场场爆满。”大理五柳园民宿房东梁女士介绍。

美团旅行数据显示,春节假期,

“非遗”搜索量同比上涨212%,“非遗体验”搜索量同比上涨387%,“非遗手工”搜索量同比上涨790%,“春节庙会”搜索量同比上涨633%,“古城酒店”搜索量同比上涨228%,近四成搜索者为00后。春节旅游途中品味年味,体验“舌尖上的非遗”成为很多人出游的动力。

春节假期,游客餐饮消费力强劲。美团、大众点评数据显示,异地消费者贡献的餐饮团购线上交易额同比增长超48%,其中,成都、重庆、北京、上海、广州、三亚、杭州、深圳、苏州、南京的异地消费者贡献的餐饮团购消费额位居全国前十。

携程数据显示,今年春节,多个非遗热门目的地搜索热度翻倍,例如,河南开封、福建莆田、广东汕头、福建福州、安徽黄山、陕西西安、四川阆中等地。其中,汕头、莆田、开封、黄山的春节假期旅游订单同比增幅分别达两至四成。携程平台上,蛇年春节灯会搜

索量同比翻倍,热度较高的新春灯会有:自贡市中华彩灯大世界、2025粤港澳大湾区灯会、南京秦淮河灯会、山东济南趵突泉迎春花灯会、上海豫园灯会、西安长安灯会、承德避暑山庄灯会等。

飞猪数据显示,“追着非遗过大年”成为春节假期旅游市场的顶流,“非遗游”热度同比增长40%,含民俗表演内容的旅游消费人次同比增长36%,携亲友逛灯会、赏民俗表演等内容较为热门。赏灯会、逛庙会、穿汉服、打年糕、放烟花,今年春节假期,阖家出游、体验有文化底蕴的游玩项目成为主流。

特色民俗和非遗体验成为春节民宿里的王牌项目。春节假期,途家平台上,“春节”“过年”“民俗”“非遗”等关键词搜索量同比增长4.2倍。从平台民宿预订量来看,大理连续3年蝉联第一,汕头和福州首次跻身TOP10。木鸟民宿数据显示,除北京、西

安、成都、南京、苏州等春节假期传统非遗游热门目的地之外,两广地区以及福建、江西成为非遗游的主要目的地,英歌舞、游神、醒狮、簪花、拍胸舞等带有非遗标签的项目,成为春节假期带动民宿消费的关键。江浙沪用户非常热爱非遗,木鸟民宿春节假期预订数据显示,泉州、福州、汕头、景德镇等地民宿订单中,江浙沪用户占比从33%到46%不等。

此外,来自途牛的数据显示,国内游在今年春节假期旅游消费市场占主导地位,出游人次占比达70%,其中,国内长线游和周边游出游人次占比分别为48%和22%。国内长线游方面,北京、上海、三亚、南京、重庆、厦门、西安、成都、哈尔滨、西双版纳等目的地出游热度排名靠前。相关目的地中,故宫博物院、中国国家博物馆、南京博物院、湖南博物院、陕西历史博物馆等文博场馆热度爆棚,春节期间一票难求,几乎每天处于约满状态。

## 小城受欢迎 沉浸式寻年味

春节假期,国内热门旅游目的地对周边县城的辐射效应开始显现。反向出游、小城寻年味成为假期的另一个趋势。

从去哪儿平台上春节酒店预订量增幅来看,热度攀升较快的是“年味儿”爆棚的城市。蕴含“登高”彩头,今年新增众多非遗表演的黄山市人气爆棚,春节假期,黄山酒店预订量同比增长超一倍;年味浓厚,还有许多特色民俗的广东潮汕地区赢“麻”了,汕头、潮州的酒店预订量同比均增长八成。但春节“吸金”能力飙升最快的是县城。去哪儿平台预订数据显示,今年春节,县城高端酒店预订量同比翻番。

小县城里藏着地道年味,烟火气、人情味儿成为人们奔向小城的一大理

由。美团旅行数据显示,大量00后走进县城,观看非遗演出、品地方特色小吃,开启深度旅游,拉动县域文旅经济。春节旅游消费热门县城Top10分别为桂林阳朔县、洛阳栾川县、湖州长兴县、惠州惠东县、上饶婺源县、焦作修武县、洛阳伊川县、肇庆德庆县、福州平潭县、汕头南澳县。

这个春节,有更多旅游目的地被看到。木鸟民宿平台上,春节假期,有民宿订单的城市目的地同比增长17%。越来越多的用户热衷于前往具有独特魅力和文化底蕴的小城。小城的走红也让不少用户重新认识了家乡。春节假期,很多用户选择先回家探亲,再到家乡周边城市旅游或者就在家乡深度

游,省内游民宿订单占比近20%。庙会、灯会、戏曲……乡村民宿原生态的民俗活动吸引了不少用户到村里过年,乡村民宿春节订单同比增长50%。

回乡过年的年轻人,也带回了新的消费理念。返乡不住家,县城里的酒店成了他们的新去处。“家里蹲”久了,难免会因生活习惯不同引发矛盾。今年回老家过年的小朱,选择在县城里住3天酒店。“睡懒觉不会被念叨,也不耽误中午回家吃团圆饭,一家人其乐融融,避免了不必要的麻烦。”小朱说。

同程旅行数据显示,春节假期,部分县城的中高端酒店预订热度较平日上涨超过四成。亲子房、景观房、钟点房、民宿公寓和电竞酒店是春节假期热

门的酒店预订主题。其中,不少年轻人约上好友去电竞酒店休闲放松,带动电竞酒店预订热度同比增长45%。

去哪儿数据显示,县城酒店预订量同比增长四成。从客源来看,年龄在25岁至35岁的游客订单占县城酒店预订总量的四成以上。

“去这些热门县城住酒店并不是为了图便宜,而是为了寻求不一样的体验。”去哪儿大数据研究院研究员蔡木子分析,能在春节“抓”住年轻游客的县城有一些共同点,即“独有的旅游资源+新开通的交通线路+新建的酒店”。如四川九寨沟县,去年通了高铁,从成都到九寨沟的时间大大缩短。高铁开通以来,九寨沟县旅游预订增速一直名列前茅。

## 跨境游火热 玩法多体验好

多家旅游企业的预订数据显示,春节假期,跨境游依然火热。携程平台上,跨境游订单同比增长三成。

一方面,得益于签证便利化、免签朋友圈扩容、240小时过境免签新政等一系列利好,“China Travel”热潮延续,今年春节,外国人人入境感受中国年味儿成为一个亮点。

越来越多的外国人喜欢在中国民宿里感受年味儿。“外国游客的身影多起来了。”大理五柳园民宿房东东梁女士介绍,其中有为探索中国茶文化来到云南的瑞典小哥,也有刚毕业于中国一路旅游的美国小伙。

去哪儿数据显示,截至目前,春节假期,使用非中国护照预订国内航班的数量同比增长七成。其中,排名前五的国家为韩国、美国、澳大利亚、马来西亚和加拿大。在外国人前往的中国城市当中,除了北京、成都、上海、广

州、西安、杭州等历史文化厚重的城市机票预订量较高以外,越来越多的外国人转向了二三线城市,如包头、大理、南通、台州等。

途家民宿数据也显示,截至2月4日,春节假期持非中国护照的民宿预订量同比增长3.7倍。从平台民宿预订情况看,大理连续3年蝉联第一,汕头和福州首次跻身TOP10。外国游客偏好有传统文化底蕴的民宿。如韩国客人偏爱上海老洋房,日本客人喜欢住进广州古村落……外国客人喜欢的民宿目的地TOP5为广州、大理、上海、重庆和哈尔滨。为了迎接外国客人,国内民宿的接待能力也在升级,途家平台上含有“可接待外国人”标签的民宿数量同比增长了30%。

外国游客赶来中国体验年味的同时,春节假期,出境游市场也呈现火爆态势,出境短线游、长线游订单量一路

飘红,游客玩法越来越多样。

途牛数据显示,春节出境游人次占比30%,其中,出境短线游和出境长线游出游人次占比分别为21%和9%。热门出境游目的地包括日本、中国香港、泰国、马来西亚、新加坡、澳大利亚、韩国、美国、中国澳门和越南。出境短线游中,赴日订单同比增长翻倍。美国、西班牙、意大利、法国等出境长线游目的地颇受游客欢迎,同比分别增长53%、82%、56%、50%。

马蜂窝数据显示,景色宜人且玩法、体验丰富的滨海地区以及热带海岛是全家出国度假首选,春节热门国外目的地榜单中的“含海量”居高不下。曾经小众的国外目的地或玩法体验,吸引了众多年轻游客。例如,俄罗斯摩尔曼斯克追极光成为春节期间订单量最高的俄罗斯旅行产品,芬兰极地破冰船体验、新西兰米尔福德峡湾

巡游、澳大利亚肯内特河小镇寻找野生考拉等玩法纷纷进入年轻游客的“必玩清单”。

同程旅行预订数据显示,越来越多的游客开始探索国外小众目的地,冰岛雷克雅未克、挪威奥斯陆等小众旅行目的地机票预订热度同比增长超过5倍。还有部分国人闯进了北极圈。

随着国人出境游“熟练度”逐渐增加,海外出行方式更加多样化。携程海外平台数据显示,春节假期,海外租车订单同比增长42%;订单均价在3000元左右,同比增长3%;海外租车平均租期为6天,热门目的地城市为洛杉矶、迪拜、旧金山、曼谷、普吉岛。此外,增速明显的还有海外包车游,订单同比增长20%以上。海外接送机春节假期亦创新高,交易额同比增长58%。

申遗成功后的首个春节,到中国体验浓浓的年味吸引了大量外国游客。在外语导游的带领下,他们体验了哪些年俗?他们的中国年过得怎么样?近日,中国旅游报社记者采访了几位外语导游,听听他们是如何和老外一起过春节的。

### 让游客感到更温暖

2月5日,为期7天的“中国年体验之旅”即将结束,近300名马来西亚游客要返程了。在沈阳桃仙机场,游客Soo Pau Chin高兴地说:“在中国东北,我体验了冰雪文化和春节习俗,这趟特色十足的文化之旅我很满意。”

这个入境团队于1月30日(大年初二)抵达沈阳,由辽宁康辉国际旅行社有限公司(以下简称辽宁康辉)、哈尔滨桔子假期旅游有限公司(以下简称哈尔滨桔子假期)共同接待。游客被分为8个小组,来自两家旅游企业的8名导游,和他们一起过大年。

“马来西亚四季如春,平均温度在二三十摄氏度,而此时的东北平均温度在零下二三十摄氏度,有将近60摄氏度的温差,能够满足游客对于冰雪的渴望。我们要做的是让游客感到更温暖。”辽宁康辉导游、入境接待中心经理冯超说。

行程中,让游客感动的温馨场景不断出现。有游客说,走出机场的那一刻,“就被浓浓的‘中国风’包围了”。那天,冯超和同事身着艳丽的宫廷服装接机,还请来5位表演者身着红色礼服弹奏中国古典乐曲。“游客开心地拍照合影,我们告诉他们接下来的行程会游览沈阳故宫、白雪皑皑的沈阳故宫,红墙黄瓦非常好看,让他们对接接下来的行程充满期待。”冯超说。

对于长期接待入境游客的冯超和同事来说,做足细节已经成为了一种习惯。“比如,就餐时,客人习惯把餐具先烫一下。我们会提前备好热水,每张桌子再配备一个容器,方便客人使用。晚上客人回到酒店后,我们会和司机一起把车上的矿泉水、客人的行李寄存到酒店大堂。景点游览结束前15分钟通知司机预热车辆,外面冰天雪地,车内永远温暖如春。”冯超说。

“做入境旅游这么多年,我对今年的市场前景十分乐观。我相信东北地区将迎来入境游市场的高光时刻。”让冯超如此乐观的一个重要原因在于外语导游的回归,“不仅一些老导游归队了,而且不断有新导游加入,我们的外语导游队伍不断壮大。同时,外语导游的导服费也在提高,基本恢复到了2019年的水平。从目前看,英文导游日均导服费在600元至800元之间,高级导游更高一些,小语种导游可以达到1000元一天。外语导游队伍稳定了,我们的步伐可以迈得更大些。”

### 让产品更有吸引力

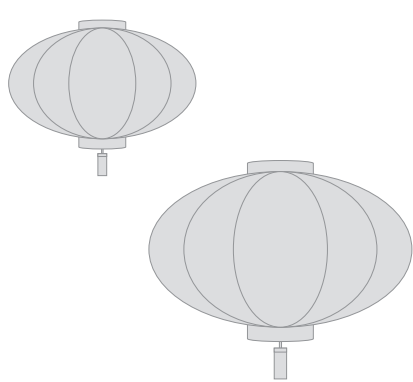
“做导游24年,假期加班是常事,我已经记不清有多少个假期在加班了。”哈尔滨桔子假期导游杨春香说。

这几天,杨春香很忙,她既是哈尔滨桔子假期接待马来西亚入境团导游组组的负责人,也是其中一个小组的外语导游。利用游客用午餐的间隙,杨春香接受了记者的采访。

“接待马来西亚入境团,我们做好了充分准备工作,力争把每个细节做到极致。”杨春香介绍,比如在“吃”的方面,她们考察了很多餐饮企业,最终决定选择社会餐厅。“长春有一家威虎山餐厅,模拟电影《智取威虎山》的场景,菜系是东北特色的‘酱帮菜’。独特的装修风格、有特色的菜品,让客人很满意。”

带领马来西亚游客感受东北年味,他们走进了吉林地标性建筑——长春这有山。“近几年,外国游客打卡网红地标‘这有山’,成了一种时尚。马来西亚客人惊叹:‘这是把山搬进了商场吗?’他们喜欢这里时尚的氣息,也喜欢购买传统的中国年货。那天,客人一直逛到商场关门。”

“今年,我们的拓展重点是越南、印度尼西亚市场。我的家乡四季有‘料’,我们研发的新产品,把漠河、长白山、红海滩等东北三省有吸引力、有流量的景区串联起来,以此增加产品的吸引力。同时,面向相对成熟的马来西亚、新加坡、泰国市场加大拓展力度。去年下半年,黑龙江——东南亚旅行社联盟正式成立,东南亚10多个国家的141家旅行社是联盟成员。我相信,有政府部门的大力支持,有业者的共同努力,今年,东北入境旅游市场会更好。”杨春香说。



## 我们和老外一起过春节

——外语导游的新春工作经历和体会

□ 本报记者 赵垒

### 让客人更想来中国

而在和吉林相距甚远的北京,春节假期,因为央视的一则报道,导游老姚火了。

老姚叫姚海建,今年47岁,是一名英语导游,专注北京地区入境外国游客的导游讲解工作。

这个春节,老姚带团不多,先是给两位欧洲客人精讲故宫,正月初六又带着欧洲客人爬长城。不过,老姚并没闲着,在自己的个人账号上,他发布了很多讲解中国春节民俗的视频,什么时候打扫房间,什么时候吃饺子,怎样请财神……吸引了一波流量。

“精讲故宫”是老姚的拿手好戏,大到王朝迭代、建筑风格,小到一砖一瓦颜色搭配、背后的特殊寓意,他总能精准拿捏外国游客的好奇心,用方便外国游客理解的方式,将中国传统历史和文化向游客娓娓道来。“最多的时候,一周我去了故宫5次。”

身处一线,老姚发现,近两年入境游客需求有了一些变化。“以故宫为例,欧美客人喜欢听和故宫有关的人物、故事,尤其是老年游客。东南亚的客人则希望把故宫厚重的文化讲解得更深入一点。从年龄段来看,年轻游客尤其是年轻女性对于宏伟的建筑更感兴趣。她们喜欢在故宫拍照,因为容易出片。”

2002年当导游后,中途老姚曾做过其他工作,接触过网站运营后,他对如何打造个人IP有了更多思考。“去年我接待了33个国家的400多位客人,其中有相当一部分是因为网络认识了我,他们点名要我讲解。其实,网络完全可以成为导游打造个人IP的一个途径。现在,入境游客对讲解的要求越来越高,签合同前,一些客人会提出要看导游带团的视频,并且进行比较,从中选出自己心仪的导游。”

春节过后,老姚计划,今年要尝试做英语直播,因为这是一个和入境游客面对面接触的机会,较之视频,能够让客人更直观地了解自己的讲解内容、讲解风格,持续打造个人IP。

“跳出固有思维,以另外一种方式做旅游”是老姚一直坚持的方向,近两年,他和同行合作,开设了一家旅行社。虽然规模不大,但是,老姚可以尝试把打造个人IP和培养一个导游团队联系起来。“我觉得,相对于一天赚多少导服费,我们更应该让客人看到自己的价值。讲得更好、更深是我的努力方向,随着自身实力的不断提升,收入自然会提高。”