

2024年在路上拥抱诗与远方

□ 本报记者 曹 燕

2024年即将过去,回望这一年,“尔滨热”“古建游”“跟着演出去旅游”等热点展现了中国旅游的蓬勃生机。越来越多的游客愿意为体验买单,新业态新场景不断涌现,那些

旅游目的地和游客之间的双向奔赴,那些游客感受到的诚意满满、热热闹闹的个性化旅游体验,定格下2024年难忘的旅游时刻。

1 尔滨热

“在这里,没有本地人和外地人,没有东北人和南方人,来的都是自己人。”今年年初哈尔滨冰雪大世界的主持人与游客温馨互动的热闹场面犹在眼前,让热情战胜了严寒。

被宠爱的“南方小土豆”们说,哈尔滨让人迷恋的不是一两个景点,而是整座城市让人流连忘返。“游客要什么,我们就上什么”,哈尔滨围绕“吃住行游购娱”开展软硬件提升优化,“滨”至如归式服务刷屏网络,并带动全国文旅大联动,从“南北礼物互换”到“南北游客互换”。有创意、有温度、有活力的“尔滨”城市IP更加深入人心,以新吸客、以质赢客、以诚待客、以信留客,情绪价值拉满。

今年11月,《国务院办公厅关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》发布,“优化”“提升”“高质量”成为关键词。“尔滨”已准备好,新雪季重点突出“升级”,持续释放冰雪经济红利,助力地方发展振兴,“尔滨热”继续。

5 博物馆免预约

随着越来越多的公众涌进博物馆、爱上博物馆,博物馆预约难引发关注。国家文物局办公室7月1日发布《关于做好2024年暑期博物馆开放服务工作的通知》,全国多地博物馆陆续取消预约。不少博物馆还延长开放时间、丰富暑期产品、优化服务流程、打击“黄牛”倒票等方面开展了一系列有益探索,进一步满足观众需求,让优质公共文化服务惠及更多民众。

专家认为,预约制具有一定的积极作用,取消预约制不能“一刀切”。对于客流量不大的场馆,既可以根据实际情况取消预约制,改为线下售票方式,也可以采用预约加线下买票两种方式;对于资源特殊、需要严格控制客流场所,可保留预约制,但应简化流程,减少障碍设置。

博物馆专业人士建议,要引导观众关注博物馆及文物背后的历史与知识,不要把文博场馆作为一个简单的“拍照打卡地”。同时,对一些优质的中小型博物馆要加大宣传力度。

7 古建旅游

今年8月,中国首款3A游戏《黑神话:悟空》横空出世,让人耳目一新,全网沸腾。游戏选取了山西玉皇庙、重庆大足石刻、浙江时思寺等全国多处名胜古迹进行实景扫描,画面精美,令人震撼。这个爆款游戏带火了中国的古建游,实现了虚拟和现实的双向奔赴。

在众多取景地中,山西古建占了大多数。山西各地积极接住这波天的流量,纷纷推出景区免票预约、门票半价等优惠措施和延长开放时间、公交游玩路线等暖心服务,积极营造良好的旅游氛围,助力游客“跟着悟空游山西”。流量集中的地方不限于云冈石窟、晋祠、悬空寺等知名景区,晋城的铁佛寺、玉皇庙,忻州的佛光寺、南禅寺等之前相对小众的古建景区也“浮出水面”,吸引了不少游客。

古建凝聚匠心和巧思,承载了建筑美学、文化美学。深入探访古建,成为拓宽视野、增长历史文化知识的一种重要方式,游客在“诗与远方”的邂逅中读懂古建、读懂中国。

2 中轴线申遗成功

7月27日,“北京中轴线——中国理想都城秩序的杰作”被列入《世界遗产名录》。“北京独有的壮美秩序就由这条中轴线的建立而产生。”梁思成曾这样赞美中轴线。一条中轴线,一部文明史。全长7.8公里的中轴线贯穿北京老城南北,中轴线沿线孕育和集聚了数量众多、门类丰富的文化遗产。

以“漫步北京”城市City Walk为品牌,北京市文化和旅游局推出了包括“中轴揽胜一壮美北京”在内的12条核心区文化探访线路,发布了中轴线非遗主题旅游线路。骑行、漫步等慢行旅游线路产品丰富,满足了游客深度、个性化的旅游需求。中轴线文化拼图徽章、榫卯拼插模型、中轴线冰箱贴等80款主题文创产品实现热卖。

值得一提的是,北京中轴线也成为外国游客了解中国的窗口。当前,随着中国入境免签“朋友圈”持续扩容和过境免签政策的进一步优化,中轴线沿线经常可见外国游客探访的身影。

3 春节申遗成功

12月4日,“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。每年春节的庆祝活动从腊月二十三开始,到正月十五元宵节结束,涵盖扫尘、贴春联、吃团圆饭、祭祖、拜年、庙会、社火等丰富的文化实践,中国人对未来的美好期望与对家国情怀的坚守蕴含其中。

目前,世界有近20个国家将中国农历新年定为法定节假日,全球约五分之一的人口以不同形式庆祝农历新年,写福字、贴春联、包饺子、舞龙舞狮这些春节习俗已经被越来越多国家的人们熟知,春节变得越来越有“国际范儿”。

随着240小时过境免签政策的实施,2025年蛇年春节,必将有更多外国友人在中国大地体验独特的年俗,品尝浓浓的年味。文博场馆里过大年、非遗大集上买年货……游客在旅游过程中体验春节、乐享春节和传播春节,这是彰显文化自信、讲述中国故事的最好方式。

6 跟着演出去旅游

为一场演出,赴一座城市。一场秀、一首歌、一出戏都可以成为游客说走就走的理由。

当“跟着演出去旅游”成为一种潮流,“演出+旅游”消费呈现高频次、个性化等新特点。大型演出深度联动各地旅游资源,持续发挥跨城带动效应,成为文旅消费市场中的一大亮点,实现了演出经济与旅游消费的同频共振。

升级演出基础设施、优化演出审批流程、为外地观众提供旅游优惠等服务……各地文旅部门积极丰富产品、优化服务,持续发挥“跟着演出去旅游”的跨城效应,放大“演出+旅游”为本地带来的住宿、餐饮、交通、购物等多业态带动作用,将演出带来的短期流量变为可持续的文旅留量。而且,不少景区景点的旅游演艺项目也推陈出新,“跟着演出去旅行”衍生出旅游消费新场景。

8 美食旅游

去甘肃天水品尝热气腾腾的麻辣烫、去四川乐山的街头来一碗鲜掉眉毛的跷脚牛肉、在广西柳州嗦一碗酸辣鲜香的螺蛳粉……一款美食带火一座城,特色美食成为许多城市爆火的流量密码。

个性鲜明的地方特色美食是历史人文、民俗风情的记忆与传承。今年2月,文化和旅游部资源开发司指导中国旅游报社开展“寻味美好中国·品游万里山河”全国二十四节气旅游美食及美食旅游线路征集和宣传推广活动,为游客呈现出一份美好的节气旅游美食地图,激发文旅消费新动能,也推动了美食文化的广泛传播。

中国旅游研究院美食旅游课题组发布的《2024中国美食旅游发展报告》显示,93.1%的受访者认为体验美食是旅游的主要因素。各地积极创新美食与旅游的融合方式,不断推出新模式、新业态、新体验,融入文化、娱乐等元素,更好满足游客多元需求。

4 背诵古诗文免门票

四川剑门关景区背诵《蜀道难》免门票、江西南昌滕王阁背诵《滕王阁序》免门票、安徽滁州琅琊山风景区背诵《醉翁亭记》免门票……

“读万卷书,行万里路”。2024年,多地景区常态化开展“背诵古诗文免门票”活动。这不只是一项惠民举措,游客在与景区的互动中,收获了饱满的情绪价值。不少游客表示,“这是真正有意义的文旅活动,既节省了开支,又激发了学习传统文化的热情,景区成为沉浸式体验诗词文化的窗口”……

许多年轻游客背诵通关后,会在社交媒体上分享喜悦和自己的通关心得,这是一种更高层面的精神享受,是文化自信和获得感的体现,也提升了景区品牌知名度。

颇有意思的是,不少经典古诗文也深受外国朋友喜爱。当一些外国留学生用不太流利的汉语背诵《蜀道难》,旅游当之无愧地成为展示国家形象、增进文明互鉴的重要载体。

9 文旅微短剧

12月5日,国家广播电视总局发布“跟着微短剧去旅行”创作计划第五批推荐剧目。今年1月,国家广播电视总局办公厅发布《关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》,提出要大力推动微短剧题材、体裁创新,积极探索微短剧与文化和旅游等产业跨界深度融合。

文旅微短剧《我的归途有风》,通过治愈系慢生活与非遗美食文化的融合,展现主人公的自我成长,张弛有度的节奏和层层反转的剧情让观众直呼过瘾。《豫见您,遇见你》别有新意,老少结合的戏班子演绎新豫剧,温暖的场景、机智的对话,短短几分钟内浓郁的中原文化扑面而来。

文旅微短剧不仅仅是对旅游目的地的营销推广,它所呈现的场景化表达,会潜移默化地影响观众,通过剧情、画面与观众建立精神层面的亲近感,线上、线下联动,激发文旅消费潜力。

10 东坡文化主题游

继去年举办的“读李白 游神州”文化主题旅游宣传推广活动之后,今年6月,“读苏轼 游神州”中华文化主题旅游线路宣传推广活动举行,发布了“奋厉成长之旅”“报国为民之旅”“逆境超然之旅”3条主题旅游线路,串联起苏轼重要游踪地的200多个苏东坡主题景区。

湖北黄冈东坡赤壁景区围绕东坡文化创新文旅产品,持续优化拓碑、书法等沉浸式体验项目,打造游园会、花朝节等特色节庆活动,促进东坡文化创新传承;广东惠州开发了“跟着苏东坡游惠州”城市文化研学游产品,帮助学生们树立乐观豁达的人生态度,提高综合素质;海南儋州大力推进桄榔庵遗址、东坡井等东坡文化旅游项目建设,积极推动东坡文化旅游区创建国家5A级旅游景区;江苏无锡、徐州、常州、扬州共同打造“东坡行旅”中国文物主题游径……

各地以研学、美食、沉浸式演艺、研讨等形式多样的活动打开东坡文化,使东坡文化焕发新活力,让游客看得见、摸得到、品得出。