

今年暑期，五线城市旅游订单同比增长34%

小城成为越来越多人的“诗和远方”

充满独特魅力的小城正在伴随中国县域文旅的崛起，成为备受海内外游客青睐的旅游市场“新军”。

据携程《2024 暑期旅游市场预测报告》，今年暑期，五线城市旅游订单同比增长34%，县域旅游订单同比增长22%，均高于一线城市与新一线城市增速。

到山西隰县看首款国产3A游戏《黑神话：悟空》取景地，到河北正定夜市品尝小吃，到四川江油感受诗城魅力……海内外游客们深入中国旅游版图的“毛细血管”，并透过社交平台分享自己的“诗和远方”。

27岁英国姑娘艾米丽今年暑期的“China Travel”，游玩时间最长的地方就是位于安徽南部的小城——黟县。被誉为“中国画里乡村”的宏村位于这个县，以宏村为代表的皖南古村落被联合国教科文组织列为世界文化遗产名录。

在艾米丽的视野中，这座小城有绵延山脉、小桥流水、白墙黛瓦的徽派古建筑，也有现代的披萨店、专业的垃圾分类设施。三天的“小城之旅”，她还体验了汉服、感受了乡间骑行，“既传统又‘city（时尚）’，既神奇又美妙！”

小城游的火热，互联网是重要催化剂。随着智能手机、社交媒体普及特别是短视频的兴起，越来越多乡镇、市县的文旅部门负责人成为当地文旅“推广人”，以越来越专业的“网感”介绍当地旅游资源。

“闻听三国事，每欲到许昌。”热爱三国故事的李涛和朋友穿着汉服行走在河南许昌魏都区曹魏古城，“有那么一刹那，真的仿佛回到了群雄逐鹿的三国时期。”

许昌是三国时期魏五都之一，当地文旅部门正在让这座历史文化名城焕新，未来还将增添沉浸式体验、剧本演艺，以更加时尚化的表达吸引年轻受众。

地方加力引流的背后，是对当地文化的自信。



这是7月20日拍摄的2024年贵州“村超”总决赛文艺表演。当日，2024年贵州“村超”总决赛在贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县进行。

2023年，乡村足球联赛贵州“村超”火遍全网，并在2024年继续保持火热。一年多来，“村超”吸引全网浏览量超780亿次，助力榕江全县接待游客1169.24万人次，旅游综合收入130.7亿元。

新华社发



黄山市黟县宏村月沼音乐会现场(无人机照片)。

新华社发

贵州榕江突出“村超”元素，浙江安吉重点介绍茶文化，江西景德镇集中展现瓷器文化，甘肃天水将麻辣烫等美食作为吸引游客的关键……从文博考古、美景美食，到体育赛事，一座座“中国小城”放大资源优势，各领域破圈突围。

中国政府采取了一系列措施推动小城旅游热潮，中国商务部等九部门在2023年联合发布的《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》提出，打造乡村旅游、休闲农业、农家乐、自驾游等精品线路，吸引市民下乡消费。

旅游景区的建设与铁路网络的完善，进一步释放了小城旅游的潜力。据统计，全国A级旅游景区的县域覆盖率从2012年的73%提升至2023年的93%。全国铁路已经覆盖超80%的县，高铁通达超90%的50万人口以上城市。

近日发布的《全国县域旅游发展研究报告2024》显示，2023年，全国1866个县域旅游总收入平均值为42.95亿元，接待游客总人数平均值为508.27万人次，同比分别增长41.19%、35.18%。

小城旅游火爆的背后，是中国经济发展的触角向下沉市场延伸。国家统计局数据显示，7月份，乡村消费品零售额5066亿元，同比增长4.6%。包含镇区和乡村的县乡消费品零售总额占社会消费品零售总额的比重为38.9%，比去年同期提高0.4个百分点。麦肯锡预测，到2030年，中国超过66%的个人消费增长将来自下沉市场。

“一个市场下沉、需求升级的大众旅游时代已经到来。”中国旅游研究院院长戴斌认为，越来越多的中国小城“被看见”是激活旅游场景的第一步，需要更多配套措施“下沉”护航旅游体验。

据新华社电



7月25日晚，游客在黄山市黟县宏村月沼旁欣赏音乐会表演。

新华社发

讲文明 树新风 武汉晚报公益广告展播

除了你的脚印 什么都别留下

