

文化产业信息动态

2023年 第27期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年9月15日

目 录

1. 多地“上线”秋游产品 主题丰富线路多
2. “城市漫步”走红背后的文旅新机遇

多地“上线”秋游产品 主题丰富线路多

来源：人民日报海外版 2023年9月6日 记者 尹婕

对很多地方来说，今年暑期旅游市场分外火爆。近日，为延续旅游市场热度，继续推动文旅复苏，多地启动秋季旅游推介活动。

暑期之后，以赏秋、品秋为主题的线路逐渐成为旅游市场的主角。

9月3日，辽宁省文化和旅游厅携省内重点文旅机构、企业前往江苏开展秋季宣传推广活动，邀请当地游客前往辽宁观红赏枫、采绿摘黄。9月2日，2023长三角惠民市集(秋季)在上海国际旅游度假区启动，上海各大旅行社的产品、上海各大商圈的优惠海派文创以及来自长三角60余家文旅局的特色惠民线路等吸引了近万名市民游客。8月下旬，由广西壮族自治区文化和旅游厅主办的“千万老广游广西”2023年广西秋季旅游产品对接会在广州举办，会上推出广西系列秋季文化旅游主题线路，秋收、民俗、户外、研学、康养等主题旅游产品全面升级，沉浸式深度体验产品显著增多。

不少游客已做好秋季出游计划。“我和老伴打算去吉林长白山看白桦林。”家住北京市东城区的薛阿姨介绍，“我们特意选在9月中旬出发，既可以避开暑假和‘十一’假期的旅游高峰，机票、酒店的价格也相对便宜。”携程相关负责人介绍，国内机票、酒店价格在8月下旬已呈走低态势，9月居于暑期和中秋国庆旺季之间，不仅旅游目的地相对人少、价格通常也更为优惠。携程数据显示，9月1日至9月24日，上海、北京、成都、南京、广州、重庆、天

津、西安、武汉、长沙位列错峰游热门目的地前十位。

为了抓住“金九银十”，吸引更多“头回客”和“回头客”，许多旅游目的地努力提升服务品质，积极拓展文旅消费空间，为游客提供更多新体验。吉林省长白山保护开发区管理委员会旅游和文化体育局相关负责人介绍，当地建成了集资源保护、科研教学、自然教育和地学旅游于一体的综合性地质公园，围绕地质生态、休闲康养、冰雪运动、研学科普打造全链条旅游业态。吉林省将重点推出7大类157款秋季文旅产品，涵盖自然观光、主题街区、休闲体验、民俗风情、互动娱乐、文化演艺、亲子研学等多个类型。

推出惠民利民措施，也是各地秋季旅游推介活动的一大亮点。新疆维吾尔自治区文化和旅游厅近日召开的第三季度重点工作媒体通气会提出，8月下旬至10月，新疆维吾尔自治区各级文化和旅游部门以及各相关单位将推出666项文旅活动，为进一步提升秋季旅游市场热度，新疆各地还将继续推出门票优惠、住宿打折、旅游专列、包机奖励等优惠措施。

“城市漫步” 走红背后的文旅新机遇

来源：河北日报 2023 年 9 月 7 日 记者 王思达

在石家庄正定古城来一场文化体验之旅，在北京中轴线上穿梭行走领略古都魅力，漫步于上海外滩感受曾经的风情和现代城市的繁华……

今年夏天开始，City Walk（意为“城市漫步”）成了新潮的旅游热词。无论是在石家庄、保定等省内城市，还是在北京、上海、广州等一线城市，City Walk 在年轻人中迅速流行。

从此前火爆一时的“特种兵式旅游”“反向旅游”，到最近走红的 City Walk，引领旅游风口的年轻群体不断开启新的旅游模式，给文旅产业带来新的机遇。

追求沉浸感和新鲜感

“没想到石家庄还有这么漂亮的法式建筑。”

“原来这个饭店历史这么悠久，见证了石家庄的百年发展。”

……

8 月 13 日，刘湘和朋友在石家庄市正太饭店门口一边拍照，一边忍不住赞叹。

来自邯郸的刘湘是一名“95 后”，她已在石家庄工作两年，但对这座城市的很多街巷和景点并不熟悉。刘湘说，这次来正太饭店“打卡”，是因为看了某社交 App 上的一条 City Walk 攻略。

“搜寻旅游攻略时，我第一次听说了 City Walk 这个概念。”

刘湘表示，她在平台上搜到的这条热度靠前的 City Walk 路线为：石家庄解放纪念碑→湾里庙步行街→正太饭店→大石桥→勒泰庄里街→河北博物院→火车头步行街……

“我感觉这种旅游方式很适合我，也节省时间，虽没有什么大旅游景点，却特别舒服自由，还能了解城市的文化内涵，感受城市烟火气。”

最近几个月，像刘湘一样喜欢上 City Walk 的年轻人还有很多。

上海的黄女士曾在一天内参加了两场有组织的 City Walk。黄女士在上海工作三年多，她说，如果不参加 City Walk，上海很多地方即便路过也不会真正了解。通过参加活动，有人带着自己到城市各个角落走一走，听听故事，这种体验与众不同。

34 岁的秦争鸣对此也有类似的感受。他是秦皇岛某学校的老师，今年 6 月，他偶然刷到了一条名为“秦皇岛 City Walk 计划”的帖子，称此活动将以微视角观察城市，与老城区深度对话。爱好文化和摄影的秦争鸣立刻报名参加。在他看来，这是“一群志同道合的人一起重新认识这个城市”。

City Walk，似乎一下子就火了。来自马蜂窝旅游的数据显示，今年 6 月，马蜂窝站内 City Walk 搜索热度环比上涨 121%。在某知名社交平台上，与此相关的笔记已经超过 50 万篇。DT 财经和 DT 研究院联合发布的《2023 旅游调研报告》则显示，在几种新型旅游方式中，82%的人想尝试 City Walk，远远超过了其他旅游方式。

City Walk 的走红，离不开社交和旅游平台的助推。记者在一些旅游平台上搜索发现，不仅有大量 City Walk 的路线分享，还有

专门的组织者发布相关活动，甚至有不少网友寻找伙伴，结伴漫游城市，共享一段旅途。

City Walk 与“压马路”到底有何区别？

“当然不一样！”身为旅游爱好者的周曼已经在石家庄组织了多场 City Walk 活动。她介绍，City Walk 是一种城市微旅游方式，最早起源于欧洲。和“压马路”相比，选择 City Walk 的年轻人更加注重“游”的体验，他们会从历史、地理、人文、风俗等各方面，寻找并感受一座城市的生命力。

有专家认为，City Walk 突然走红，是因为大家希望旅游是充实、丰富、有新体验的，希望与人和场景产生链接，与周边和附近产生链接。

马蜂窝发布的《当代年轻人旅行图鉴》报告中也曾提到，越来越多的年轻人在旅行中的自我定位已从过去的“参观者”变成了如今的“体验者”，他们希望亲身融入当地，感受写进城市街巷中的人文历史，以及最地道的风土人情和生活方式。

对此，许多参与过 City Walk 的年轻人表示，City Walk 虽然旅行距离不远，但更追求质量和深度，沉浸感和新鲜感是 City Walk 相比“压马路”的最大区别。

个性化多元化旅游新模式层出不穷

“我觉得挺新鲜，但并不意外。”谈及对 City Walk 突然爆火的想法，有十几年从业经验的石家庄某旅行社负责人陈志威告诉记者。

“从各种类型的‘反向旅游’，到今年先后走红的‘特种兵式

旅游’和 City Walk，年轻群体引领的各种旅游新模式可谓层出不穷。这些新的旅游模式，跟打卡式的传统跟团游或者自驾游有很大不同。”陈志威表示。

什么是“反向旅游”？

不同于逛知名旅游城市、知名景区，“反向旅游”以“远离人群”“不逛著名景区、不逛网红城市”为特点，主打清闲、轻松的独特体验。

“以前每到节假日，人们的首选大多是一线城市或者著名旅游城市，去的也多为热门景点。”刚刚结束自己暑期旅行的在校大学生小赵告诉记者，“去热门景点，不是堵在高速上就是堵在景区里，好不容易进去了，还被人流挤着往前走，有时候甚至寸步难行。”

如今，在各种社交平台上，“反向旅游”的话题热度很高——“反向旅游地推荐”“避开人流，冷门景点盘点”“假期不扎堆，冷门好玩的旅游景点攻略必看”，帮助年轻人更好地选择旅行目的地，让假期更舒适。

在这种趋势引领下，不少年轻人开始了自己的“反向旅游”。他们不特意做旅行攻略，不去热门景点，告别熙攘的人群，说走就走。

年轻人开始“反向旅游”的另一个表现是“躺平游”。

“过去，大多数人的旅游是‘在路上’，无论是跟团还是自己坐火车出行，‘上车睡觉、下车拍照’的情况非常普遍，一趟几天的旅程下来，感觉除了累还是累。”陈志威表示。

“躺平游”则完全不同，游客不再执着于赶路、逛景点，而是

选择躺在酒店或民宿睡到自然醒，躺够了才出门。广州、上海、北京等多地酒店从业人士表示，高温环境下，住客在室内的停留时间显著变长，住着玩儿的“躺平游”成为年轻人的一种新玩儿法。

随着“躺平游”的热度攀升，能避暑、冲浪、晒日光浴的海滨城市成为游客们的绝佳选择。美团、大众点评数据显示，暑期以来，平台上的海滨浴场、冲浪的攻略笔记分别同比上涨 320%和 110%，包括秦皇岛、青岛、大连、威海、惠州、三亚等在内的海滨城市的民宿订单量上涨显著。

与此同时，主打深度体验的民宿周租、月租需求火爆。美团民宿数据显示，暑期以来，按周或月预订的民宿订单量同比上涨超 200%。

“很多客人订民宿就是为了来体验海边慢生活，白天睡到自然醒，等傍晚凉爽一些，就去海边散步。”秦皇岛北戴河一位民宿负责人表示，为了让房客在民宿内拥有更好的体验，她不仅增加了私家泳池、家庭影院、游戏机、卡拉 OK 等丰富设施，还会组织房客进行庭院烧烤、户外游戏等活动。

为何以年轻群体为引领的新旅游模式层出不穷？

中央文化和旅游管理干部学院副研究员戴有山认为，这与年轻人的消费习惯变化有关。

“年轻游客出生时代以及成长时代正处于社会转型期，城乡之间、地区之间人口流动加速、文化碰撞频繁，在他们身上打上了烙印。”戴有山分析，这些成长烙印反映到旅游行为中，通常表现为崇尚个性、敢为人先、重视体验、注重悦己，以及脑洞大开、不按

常理出牌等特点。

同时，自媒体时代到来、网络“种草”效应等进一步催生了年轻人旅游新趋势：他们勇于探索，成为某些旅游城市的原始游客；他们重视感受，以身心愉悦为目的，排斥人挤人的景区；他们想法独特，不受前代人“上车睡觉、下车拍照”旅游惯性影响；他们既追求个性、与众不同，又寻求圈子、乐于分享。

关于这一现象，同程研究院与腾讯营销洞察联合发布的《中国旅行消费趋势洞察白皮书（2023年版）》也显示，2023年旅行消费的四大新趋势是小众独特、自在松弛、未知惊喜、深度在地。同时，距离近、花销少、不拥挤、美食多也是年轻人选择旅行方式的重要参考因素。

“拿今年以来流行的‘特种兵式旅游’‘反向旅游’、City Walk等新旅游模式举例，它们的具体旅游形式虽大相径庭，却都符合时下年轻人在旅游时追求性价比、追求体验、追求惊喜以及小众、独特等新特点。”陈志威说。

旅游市场的精细化差异化发展趋势

“打工、顾家、照顾娃，偶尔还要管爹妈。计划中的旅行总被各种因素耽误，也想像年轻人一样各种打卡各种玩。我们无法尽早实现自己的诗和远方，没有关系，近处风景也很美丽。”

这是石家庄一位知名旅游博主给自己组织的付费City Walk活动所写的宣传语。今年夏天开始，该博主几乎每周末都会在网上组织发起类似的City Walk活动，根据活动内容不同，每人收取58元到78元不等的费用。

记者了解到，今年暑期以来，从北京、上海到广州、成都，几乎各大城市都有人在组织收费的 City Walk 活动。7 月份以来，我省以及北京、南京、西安等地文旅部门也向公众推荐了经典 City Walk 路线。

专家认为，付费 City Walk 项目的出现，对文旅从业者和城市来讲，是一种新机遇。消费者到一个城市漫游，不但可以了解这个城市的文化，还会在当地产生一连串的消费。此外，游客借助社交平台自发进行内容传播，会提高城市的知名度和影响力。

就此，专家建议，政府部门应重视这一新型旅游业态，推动当地文旅融合发展。例如，强化城市基础设施建设，在 City Walk 线路上合理安排规划吃喝玩乐门店与配套设施，设置步行交通指引，为游客出行增强便捷性，让游客在城市街区能逛得更久更有趣。同时，培养更多讲解员、志愿者，打造一支城市漫游日常管理的专业队伍，吸引专家进行研究，借助旅游新形式更好地推广当地城市文化。

据了解，北京、山东等地已将 City Walk 列入促进文化旅游休闲的行动方案，上海还专门开设了公交巴士组成的 City Walk 路线。

在业内人士看来，以 City Walk、“反向旅游”等为代表的各种新旅游模式，体现的是旅游市场精细化、差异化、个性化的发展趋势。这是旅游市场不断发展与自我调节的表现——当原有商业化程度较高的知名景区难以承载太多游客时，消费者自然会主动寻找新的选择。因此，对二、三线城市以及非著名旅游城市、旅游景点来说，这是一次很好的发展机遇。

如今，已经有多家石家庄本地旅行社进行了探索和尝试。它们通过整合城市附近优质旅游资源，结合年轻客群偏好的网红打卡、小众探秘、创意旅拍等元素，设计了一批更受年轻人欢迎的旅游产品。

比如，旅行社有针对性地推出一些周末系列旅游产品，这些产品在行程上会包含一些轻户外项目，同时还要回避炎热天气，保证较好的体验感。此外，还会增加如露营、围炉煮茶一类的社交元素，提供相互交流的聚会场景。

对我省一些城市来说，还要下大力气完善配套服务。旅游目的地的配套服务包括酒店、餐饮、交通、导游、旅游信息等，配套服务能力直接关系到旅游目的地的吸引力和竞争力。旅游目的地的配套服务能力越强，游客的旅游体验、满意度和旅游消费也就越高，从而能够留住游客、吸引更多游客前来。

（编辑 杨珠峰）