

文化产业信息动态

2024 年 第 4 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 2 月 5 日

目 录

1. 山东部署文旅高质量发展行动
2. 我国旅游业复苏潜力显著释放
3. 冰雪游、民俗游成热点 春节消费市场热度飙升

山东部署文旅高质量发展行动

来源：中国旅游报 2024年2月2日 李晶媛 冯维国

山东省文化和旅游工作会议日前召开。会议提出，2024年，山东将大力实施文旅高质量发展行动，抓实抓好全面繁荣艺术创作、文化遗产保护、提振文旅消费、培强文旅产业、塑优管理服务等重点任务。

会议明确，全面提振文旅消费方面，山东将大力实施“引客入鲁”计划，开展“畅游齐鲁 乐享生活”系列活动，抓住济郑高铁开通有利契机，突出加强中西部省份客源开拓。用好丰富的文化资源、海洋资源、山岳资源、乡村资源、城市资源，着力构建富有齐风鲁韵、山海情怀、好客风情的文旅产品体系。实施“景区焕新”工程，全年新增4A级以上景区不少于10家。实施“乐宿山东”行动，积极引导国际国内酒店集团加快布局山东，加快休闲度假酒店集群建设，力争年内五星级饭店达到48家。实施乡村旅游精品工程，打造不少于10个民宿集聚区、20个精品文旅名镇和40个乡村旅游重点村。

全面培强文旅产业方面，山东将实施“百企领航”计划，对领航型、骨干型、成长型文旅企业分类施策、加大支持力度，培育一批优势文旅产业集群和领军企业。深化“百亿惠千企”金融支持文化和旅游产业发展专项行动，年内新增贷款100亿元以上。优化“好客山东 云游齐鲁”智慧文旅平台建设，召开全省文旅数字化现场会，积极推动行业数字化转型。实施数字赋能文旅场景建设行动，发展线上演播、品牌授权、电竞娱乐、沉浸式体验等新兴业态。

我国旅游业复苏潜力显著释放

来源：中国旅游报 2024 年 2 月 2 日 记者 魏彪

1 月 31 日，中国社会科学院财经战略研究院、中国社会科学院旅游研究中心与社会科学文献出版社共同发布《旅游绿皮书：2023—2024 年中国旅游发展分析与预测》（以下简称《旅游绿皮书》）。

《旅游绿皮书》提出，我国旅游业复苏潜力显著释放，旅游需求呈现新的结构性市场动能。

《旅游绿皮书》指出，2023 年，我国国民经济恢复向好态势明显，经济基本面回暖重塑企业信心，旅游业复苏潜力显著释放。以假日市场复苏为引领，文化和旅游融合更加深入并实现多业态赋能，助力特色旅游资源开发与活化利用，共同推进旅游业复苏、转型、创新和提质升级。在旅游业高质量发展融入中国式现代化的新实践中，提升旅游发展质量的关键在于资源保障、人才保障和制度保障。

《旅游绿皮书》提出，超大规模的旅游消费市场正在经历集中性恢复增长，对国民经济呈现重要的支撑作用。从调查数据看，2023 年以来，超 97% 的受访者有旅游行为，较 2020 年增长 15.5 个百分点；家庭人均旅游花费为 4984 元，按可比口径较 2020 年增加 1189 元。微观的旅游消费的增长投射到大规模的市场尺度上，将呈现巨大而显著的消费拉动效应。国内旅游的快速恢复和集中增长，对国民经济企稳起到了重要支撑作用。

《旅游绿皮书》还提出，我国旅游需求复苏具有结构性特征。

其中，“95后”群体在旅游市场中的主体地位日渐显现；农村居民具有巨大的市场潜力，2023年以来，城镇居民和农村居民人均出游次数分别为2.4次、2.3次；“她力量”更加凸显，2023年以来，男性和女性人均旅游次数均为2.4次，且女性更多担任家庭旅游决策者，旅游消费的“她力量”带来的是亲子旅游、美食购物游、健康疗养游、私人定制游等市场契机。

冰雪游、民俗游成热点 春节消费市场热度飙升

来源：人民网 2024年2月5日 记者 杨虞波罗

“元旦没有赶上去体验‘尔滨’的热情，春节长假准备带全家一起去看看。”来自武汉的刘先生早早订好了一家人的春节出游行程。

即将到来的超长假期，旅游消费再次成为关注焦点。记者了解到，各大旅游在线平台，游客预订热度持续飙升。

美团、大众点评数据显示，提前半个月预订春节旅游消费的订单较去年同比增长约5倍，北京、上海、三亚、哈尔滨、重庆、成都、广州、西安、西双版纳、北海成为热门目的地；同程旅行数据显示，2月8日至2月17日之间出发的机票搜索热度同比上涨近2倍，其中国际机票搜索热度同比增长近7倍，超过2019年同期水平；马蜂窝大数据显示，近一周，“春节去哪玩”搜索热度上涨350%。

以花灯、庙会、集市为代表的传统年俗活动一直是春节出行的主旋律。换上汉服在雕梁画栋间拍照打卡、在市集上体验传统非遗民俗，在旅途中尝鲜各地特色年菜……飞猪数据显示，“文化游”“民俗游”“乐园游”等旅行服务受到年轻人欢迎，搜索热度同比增长超3倍，部分古镇、乐园的预订量同比去年大增数十倍。

延续了元旦旅游的趋势，“南北互跨”成为春节假期旅游消费的特色。“去北方看雪，去南方避寒”，许多游客选择体验不一样的“年味儿”。途牛数据显示，来自上海、江苏、广东、浙江、湖南等地的游客更倾向于选择京津冀和东北地区作为旅游目的地，而

北京、天津、山东、陕西以及东三省的游客则对海南、广东、广西、云南、江苏等目的地展现出更强烈的旅游意愿。

“南北方环境差异、文化差异让南北游客有了不一样的体验。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示，不一样的年味、与众不同的美食、别样的住宿氛围等，都成为游客追逐的新目标。

这个冬季，冰雪经济成为名副其实的顶流。春节期间，为了让游客享受更多福利，各地不断完善“冰雪+”模式，让冰雪“冷资源”成为冬日里的“热经济”。

在吉林，吉林省文旅厅推出“研冰戏雪·悦游吉林”冰雪研学旅游主题活动，涵盖冰雪运动、冰雪风光、冰雪文化等特色资源；推出了50余项研学旅游活动以及门票减免、旅游包机和旅游专列奖补等30余项优惠措施。

在辽宁，沈阳市充分依托丰富的冰雪资源，组织开展“冬日雪暖阳”冬季游系列活动，推出了400余项丰富多彩的文体旅活动。

在河北，河北省文旅厅启动冬游河北过大年活动，推出“冰雪温泉过大年”“景区里过大年”“逛集过大年”“村晚过大年”等多彩线路、多样玩法，发布一系列优惠措施，吸引广大游客到燕赵大地迎新春、过大年。

“2023—2024雪季是滑雪场开业7年以来最热闹的一季，工作日雪场日均接待游客约3500人次，周末接待游客超5000人次。相信随着冬游河北过大年活动的开展，春节期间滑雪场将迎来更多游客。”张家口某雪场负责人介绍称。

中国旅游研究院总统计师马仪亮表示，冰雪经济为传统旅游消费带来的新变化，一方面让传统淡季旅游消费较以往更加活跃，另一方面拓展了新消费场景，有利于旅游消费市场扩容。

“冰雪经济由北向南扩散成效显著，部分南方游客逐渐成为爱好者后，不断远赴北方体验更高品质的冰雪项目，形成了一个由南方广大市场培养冰雪爱好并向北方输送的空间机制。”他说。

（焦博文对此文亦有贡献）

（编辑 杨珠峰）