

# 文化产业信息动态

2024 年 第 5 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 2 月 18 日

---

## 目 录

1. 超长春节假期点燃旅游热 2024 年旅游消费或维持上升势头
2. 博物馆里寻年味 文化之美绽旅途
3. 综艺节目成为文旅融合新路径

# 超长春节假期点燃旅游热

## 2024 年旅游消费或维持上升势头

来源：新华网 2024 年 2 月 16 日 记者丁雅雯、李唐宁

热门景区现“人从众”景象、博物馆门票“一票难求”、部分旅游目的地机票价格水涨船高……随着超长假期的开启，2024 年春节旅游消费格外火热。

业内人士指出，不少旅客选择“返乡+旅游”“1+1”模式过春节，是今年春节旅游火爆的重要原因，预计 2024 年旅游消费市场有望保持上升势头。

### 超长假期点燃游客出行热 2024 年春节旅游有望迎新高峰

“大年初三，我们临时决定自驾去大同，没想到游客这么多！当地连锁酒店几乎全部满房，稍微大一点的餐馆几乎都需要排队。”消费者李女士感叹。

2024 年春节迎来“8+1”超长假期，不少旅客选择“返乡+旅游”“1+1”模式过节。业内人士预计，春节旅游消费有望迎来新高峰。

“杭州灵隐寺一眼望去，看不到检票口”“大年初三、西湖断桥、人山人海”“景区‘小桥’成‘人桥’”“博物馆春节假期门票全都约满了”……在微博等社交平台上，关于春节旅游火爆的讨论不绝于耳。

美团数据显示，今年春节“旅游过年”的群体越来越多，旅游消费迎来强劲复苏。截至 1 月 21 日，年三十至大年初八的旅游消费（含酒店民宿、景点门票、交通等）提前预订量较去年增长约 7

倍。

“在探亲返乡潮以及寒假亲子游、新春跨年游等需求交织下，今年春节预订高峰和热门跟团游产品售罄时间，较往年更为提前。”途牛旅游网有关负责人说。

去哪儿网有关负责人表示，不少旅客选择“返乡+旅游”“1+1”模式度过春节，大年初二出发的旅客数量相较节中其他几天更多。预计2024年春节旅客量有望达历史新高。

### **“南北互跨”成春节旅游关键词**

在“南方小土豆”“北上”感受东北雪乡的同时，不少“东北大冻梨”也“南下”体验南方的暖冬，“南北互跨”成为今年春节旅游趋势。

途牛旅游网在《2024春节旅游消费预测报告》中指出，春节假期呈现出明显的“南北互跨游”趋势。具体来看，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。

“今年春节‘南北互跨’的旅游趋势十分明显。其中，元旦爆火的哈尔滨热度不减，春节的提前预订量远高于全国大盘；而三亚、西双版纳、北海仍是春节热门度假去处，为北方游客过冬提供了更多选择。”美团有关负责人说。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇表示，南北方截然不同的自然和文化氛围，满足了消费者探索新鲜事物的心理诉求。而各地政府和旅游企业加强了对不同地域市场的宣传和营销活

动，有效激发了南北游客相互探访的兴趣，是“南北互跨”游热度不减的重要原因。

## 2024 年旅游消费有望保持向上势头

中国旅游研究院近期在报告中指出，2023 年旅游市场和旅游产业链得到明显修复。预计 2024 年国内旅游人数将超过 60 亿人次，入出境旅游人数合计有望超过 2.6 亿人次。

“随着国内经济的回暖，国际航班的恢复和签证政策的放宽，预计 2024 年国内旅游消费规模持续增长，出境游规模或全面提升。”途牛旅游网副总裁齐春光说。

齐春光认为，2024 年国内旅游消费有以下几方面趋势：一是，文化游继续受到追捧，文化遗产、博物馆、科技馆、红色旅游等主题将持续受到广泛关注；二是，乡村旅游加速发展，消费者对田园风光、乡村文化的追求，将进一步推动乡村旅游的发展；三是，越来越多的消费者倾向于“反向旅游”，一些小而美的旅游目的地有望成为“黑马”。

“随着生活水平的提高，消费者对于旅游品质和体验的关注度持续攀升，将进一步促进高端旅游产品和服务的增长。预计 2024 年旅游消费将呈现复苏并加速发展的态势，特色旅游、品质旅游成为主流。”洪勇说。

# 博物馆里寻年味 文化之美绽旅途

来源：中国旅游报 2024年2月16日

博物馆是连接古今的文化场所，也是珍藏年味儿和年文化的宝库。春节假期，全国各地“博物馆里过大年”系列主题活动丰富多彩，吸引市民游客观展览、看文物、赏民俗，感受中国传统文化的趣味和魅力。

## 展示展览受欢迎

各地文博场所统筹多方资源，策划推出春节主题系列展览和丰富多彩的活动，吸引市民游客打卡。

“御瓷回江西啦，快去江西省博物馆看展啊”“这些文物听说只有3个月的‘探亲假’”……春节期间，江西省博物馆迎来客流高峰。江西省博物馆党委书记、馆长管理介绍：“博物馆春节假期不打烊，联合7家文博单位推出‘御瓷归来’主题特展。这是600年间明清御瓷首次大规模集中回归故里，与家乡亲友‘团圆过年’。”

“风华万象”“满庭芳”等特展揭幕、迎新文化品牌“新春雅集”“天府汉碑”完整内容亮相……大年初一开始，成都博物馆观展客流剧增，每日2万张门票均被预约一空。成都博物馆启动应急预案，增派工作人员加强疏导和秩序维护，并每日增加线上门票2000张。

大年初四，山东临沂市博物馆北城馆区门口，车辆已排成长龙。博物馆一楼大厅陈列着“龙的成语”等展板；青少年活动中心内，“神龙见首”掐丝珐琅挂坠年味手作活动热闹开展；展厅里，小小

讲解员正在为观众讲解吴白庄汉画像石墓相关内容。

在甘肃各大文博场所，特色活动精彩纷呈。甘肃简牍博物馆与洞窟式沉浸体验剧《乐动敦煌》联动上演互动式演出，带领观众沉浸式感知丝路重镇 2000 多年前的模样。甘肃简牍博物馆副馆长徐睿介绍，博物馆还与甘肃省博物馆、兰州市博物馆发起三馆联动文化跨界活动，举办了主题打卡、汉服走秀、古风集市等活动。

大足石刻景区面向全国游客开展北山石刻景区门票“买一送一”活动。“不久前，大足石刻数字博物馆上线试运行，成为展示世界文化遗产大足石刻艺术及石窟保护、研究、传承利用成果的全新平台。春节期间，不少游客来馆参与石刻寻龙活动，赢取文创好礼。”大足石刻研究院有关负责人说。

### **文博研学趣味浓**

研习非遗技艺、学习“龙文化”课程、体验雕版印刷……春节期间，不少家长带着孩子走进文博场所，开启研学之旅。

大年初三，中国紫檀博物馆举办“感受匠心传承 领略非遗技艺”研学活动，不少小学生到紫檀宫里寻年味、品非遗。“活动带领孩子们进一步了解紫檀木雕工艺，增进了对传统文化的了解。”中国紫檀博物馆有关负责人介绍，今后将继续推出多样化研学活动，激发孩子们的兴趣。

春节假期，太原博物馆推出了“博物馆里品年味”活动、“龙文化”课程以及文物拓印等体验项目。在博物馆二楼社教中心，一幅 5 米长的《龙年长卷》铺展在桌子上，孩子们正在用稚嫩的小手认真创作。太原博物馆公共服务部主任侯艳芳介绍，春节假期前 5

天，已有 2.3 万人次前来观展，研学项目受到了广泛欢迎。

青海省博物馆同样热闹非凡，该馆组织开展了“字字平安”印刷体验活动，吸引不少亲子家庭参与。在工作人员的指导下，孩子们动手体验雕版印刷、活字印刷，感受古人的智慧。现场一位家长说，此次活动是一次难忘的体验，孩子对中华优秀传统文化有了全新认识，增强了文化自信和民族自豪感。

“1000 多年前的剪纸长什么样？”“‘总把新桃换旧符’中的桃符是春联前身吗？”春节假期，武汉博物馆邀请多组亲子家庭共话年俗。社教老师以甲骨文中的“年”字为引，带领大家感受年俗之美。武汉博物馆有关负责人表示，将深挖馆藏文物资源，不断拓宽宣教渠道，创新社教方式，讲好武汉故事，传承中华文化。

### 夜下相约博古今

春节期间，不少文博场所主动升级服务，延时开放或推出夜游活动，受到市民游客的欢迎。

大年初三晚，位于河南安阳的中国文字博物馆灯光熠熠，“一字千年·龙行龘龘”博物馆奇妙夜春节系列活动开启。活动以体验甲骨文、中国传统技艺、汉字民俗为主要内容，设置 14 项夜游体验活动。“我们特别策划了此次夜游活动，让更多观众走进博物馆，体验汉字文化蕴含的独特魅力。”中国文字博物馆党委书记、常务副馆长宁红亮说。

大年初五华灯初上，河北邢台博物馆春节特别活动“博物馆奇妙夜”精彩上演。市民游客穿上汉服，沉浸式体验邢台历史文化。博物馆迎来“各朝佳人”，上演了一幕幕精彩场景。“大家好，我

是邢窑白瓷，来自唐朝……”展厅内，志愿者张明远“化身”文物，向观众讲解邢窑白瓷的特点及发展历史，带领观众学习唐朝礼仪。

大年初五晚，深圳博物馆历史民俗馆 3 楼报告厅座无虚席，“深博之夜·深圳博物馆古琴新春音乐会”热闹上演，近 200 名观众在古琴的清雅之音中欢度佳节。据了解，春节假期，深圳共有十余家博物馆开放夜游，包括深圳博物馆（历史民俗馆）、深圳博物馆（古代艺术馆）、深圳改革开放展览馆等。在各大社交平台上，网友纷纷为深圳各大博物馆开放夜游点赞。

“参观晚上见”是春节假期“爱在津城”十大暖心服务之一。天津博物馆、天津美术馆等延时开放，首次将开放时间延至每天 22 时。延时开放期间，各大博物馆服务“加量不加价”，天津博物馆推出了“龙行龘龘”春节传统民俗文化展演，天津自然博物馆开展了“龙”主题博物馆奇妙夜活动。

（采访组成员：周晨 牛莹 徐晓 王文华 统稿：魏彪）



# 综艺节目成为文旅融合新路径

来源：光明日报 2024年2月5日 记者 牛梦笛 通讯员 路卓杭

近年来，一大批综艺节目走出演播室，来到辽阔的山河大地，踏入烟火气十足的巷尾街头，邀观众一起在旅途中品味历史文化，探讨社会人生。这些“文化+旅游”节目以创新方式展现城市与乡村美好生活，引领了一波“跟着节目去打卡”的旅行热潮。近期，《何不秉烛游》《万卷风雅集》《一饌千年》等节目播出，再次生动展现了文化与旅游双向奔赴的场景。综艺节目正成为文旅融合的新路径。

## 沉浸式体验激活文旅发展新动能

随着近年来文旅融合的不断深入，文化类综艺节目愈加注重呈现文化和旅游元素的密切结合，增强观众体验感，以接地气、聚人气的朴实镜头，多维度呈现美丽中国，展现厚重人文底蕴。

不同于简单的旅游打卡，文旅类节目通过嘉宾的体验和探索，多元、丰满且具体地呈现地域特色。《何不秉烛游》福州篇从嘉宾视角切入，游访于闽江、上下杭、三坊七巷、金山寺，透过多样的场景、人物和维度感知福州，挖掘古都福州的文化新貌与独特魅力。

《万卷风雅集》将“万卷书”带入“万里路”之中，游学嘉宾在绍兴从衣、食、住、行等方面沉浸式体验魏晋名士风俗雅趣。《非来不可》让嘉宾深入大兴安岭密林，与当地驯鹿部落一同生活，从而了解鄂温克族的历史文化。

这些节目将原本或远在天边的文化，或已为陈迹的历史鲜活呈

现在观众眼前，既激发了大众的兴趣，又宣传了当地的文旅资源。

### **创新表达为文旅产业打开一扇窗**

在题材、内容不断丰富的时候，文旅类综艺的形式也在谋求创新，深耕新的文化表达场景，从精神连接、情感体验、审美氛围等多角度开启观众对城市与乡村的美好想象，使内容生态释放出更加强大的社会价值，赋能文旅产业。

《何不秉烛游》从夜游角度切入，跟随不同人的脚步来到不同城市的街头，全方位展现每座城市里的人和历史，以及生活透露的特征与情感表达。节目创新了深夜人文漫游纪实影像的新模式，聚焦城市里每个鲜活人物背后的故事。《澳门双行线》以美食为切入点，拓展了人们对于澳门的想象空间。中国社会科学院世界传媒研究中心秘书长、研究员冷凇认为，“这些节目以地区为载体展现不同的生活方式，拓展了观众对城市的美好想象，为地方的文旅产业打开了一扇令人感兴趣的窗。”

《舌尖上的乡村》记录丰富多彩的乡村活动和种种美食，生动诠释新时代乡村的美好生活。朴实、惬意的乡村寻味之旅引发人们对乡村生活的向往，促成了文化、旅游和全媒体的叠加效应。

中国传媒大学国际传播研究中心副主任黄典林表示：“相比其他类型综艺节目高强度的竞技环节和人物冲突，文旅类综艺节目擅长通过对自然景观、特色文化、风土人情的发掘，给观众带来更丰富的云游体验和更深层的情感满足。”

### **综艺影响力推动地方“出圈”**

在“以文塑旅，以旅彰文”的大背景下，文旅综艺节目的影响

力日益扩大。在节目带动之下，许多地方火爆“出圈”，旅游发展的内涵不断丰富，为满足人民日益增长的美好生活需求而助力。

《非遗里的中国》福建篇播出后，福建省莆田市涵江区接待游客数量实现“现象级”跃升，较2022年同期增长452.92%。《种地吧》热播后，杭州市西湖区三墩镇建设高新农业示范基地、特色非遗主题民宿以及高端农业品牌田野直播间等“农业+文化+旅游”项目，找到了发展新思路。

文旅节目刺激当地旅游产业建设的效应有目共睹，而其在文化宣传领域的能量也同样不容小觑。《一饌千年》展现中国各地美食背后的独特魅力与文化传承，激发观众文化自信；《非遗里的中国》带动文旅、非遗、媒体的良性互动，使众多非遗街区为游客关注。在广电新视点中心常务副主任张延利看来，“文旅类节目不仅为取景地聚集了人气，更在寻访中实现了文化与生活的巧妙勾连，找到了传承中华优秀传统文化、坚定文化自信的有效路径。”

（编辑 杨珠峰）