

本期关注

请到广东看龙舟

解锁龙舟文化体验新玩法

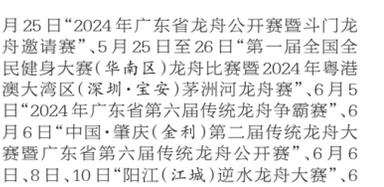
赛龙舟是中国端午节的习俗之一，也是粤港澳大湾区最具“岭南印象”的传统非遗项目。随着距离端午节越来越近，广东已经进入一年一度的“龙舟时间”。

赛龙舟究竟有多火？火爆程度超出你的想象！广东各地推出了集游、食、展、赛、演等多元特色体验活动于一体的龙舟“盛宴”，让我们一起解锁龙舟文化体验新玩法。

广州泮塘起龙启动仪式
羊城晚报记者 陈秋明 摄



东莞万江龙舟竞渡
石梦卓 摄



佛山顺德龙舟竞渡
羊城晚报记者 陈秋明 摄

5月18日，“龙腾湾区·潮游广东”2024年广东龙舟季暨东莞龙舟月系列活动就在万江潭联社区正门湾龙舟民俗文化村精彩开幕。

东莞将在一个多月的时间里持续推出40多项“体育+文化+旅游”合一的龙舟月系列活动，串联起水乡10个镇街的30个景点，推出民俗游、水乡游、研学游、休闲游、亲子游、观赛游等六大主题龙舟体验团，主打龙舟可“玩”、可“游”特色，配套推出东莞岭南水乡精品旅游线路，形成吃住行游娱购的一站式旅游攻略，开展龙舟嘉年华活动，打造龙舟装扮巡游、龙舟展览、非遗生活节、音乐节、潮流集市、龙舟研学等潮流时尚的体验玩法。如在潭联社区举办“寻龙奇妙游”第二届粤港澳非遗生活节，开展沉浸式寻龙游村系列活动，打造非遗沉浸式乡村休闲度假景观。看龙舟、游水乡、逛市集、品美食、赏游玩，一站式全链条体验“最长龙舟月”的缤纷精彩。

不仅东莞，广东各地的龙舟活动也将“扎堆”举行。除了有久负盛名的广州国际龙舟邀请赛定于6月16日举行外，今年省内较大规模赛事还有5月24日至25日举行的“2024年中国龙舟公开赛（广东清远站）”、5月25日“2024年广东省龙舟公开赛暨斗门龙舟邀请赛”、5月25日至26日“第一届全国全民健身大赛（华南区）龙舟比赛暨2024年粤港澳大湾区（深圳·宝安）茅洲河龙舟赛”、6月5日“2024年广东省第六届传统龙舟争霸赛”、6月6日“中国·肇庆（金利）第二届传统龙舟大赛暨广东省第六届传统龙舟公开赛”、6月6日、8日、10日“阳江（江城）逆水龙舟大赛”、6月8日至10日“2024年粤港澳大湾区（中山）龙舟邀请赛”、6月11日“广州白云区国际龙舟公开赛（500米直道竞速）”等。届时，龙舟健儿们将破浪竞速，一决高下。各地大型龙舟赛的举办规格不断提升，参赛队伍、人数不断创下新高，也充分体现了赛龙舟这项运动的磅礴活力。

当然，还有值得一提的佛山叠滘村龙船漂移大赛，近年来声名鹊起、去年火爆全网，今年赛事将在6月8日（五月初三）开始。赛事采取“4天4赛”制，因其比赛场地非宽阔河面，而是在形态各异的狭窄河道上，25米长的龙船载满三四十人漂移过弯、穿桥洞、掉头，场面宛如赛车漂移。

在广州、佛山两地还有众多展示传统龙舟习俗的韵味龙舟景观活动。如荔枝湾景区一年一度的“五月五·龙船鼓”系列活动，除了有592岁的“盐步老龙”前来“探亲”，还有20多条龙舟齐聚荔枝湾，现场还会舞龙舞狮闹非凡。广佛水道沙湾河段的龙潭沙湾第59届龙舟竞渡，东激大桥下方水道至花地河剑沙水闸水道的“龙腾花地·荔湾有景”，海珠湿地龙船赛等也是非常值得观看的活动。

以官方赛事带动民俗旅游，以龙舟赛作为新产业链发展引擎，广东不少地方正在抓住以赛兴城、带旺文旅市场的重要机遇。2024年广东龙舟季启动仪式现场所在的东莞市，2023年在沙田镇高规格举办粤港澳大湾区（广东）龙舟邀请赛，展现“人文湾区，一水同舟；万众一心，赛龙夺锦”的时代精神，全网话题量近5亿，火爆出圈。仅去年端午假期3天（6月22日-24日），东莞市共接待游客183.57万人次，实现旅游收入9.59亿元。

不仅是东莞，广东各地的赛龙舟等民俗活动同样大受欢迎。去年6月在广州举行的广州国际龙舟邀请赛，共有125支龙舟队、近5000名运动员报名参赛，据不完全统计，现场观看人数甚至逼近100万人次。在龙舟赛举办的同时，岸上的非物质文化遗产展演也吸引着各地游客，让他们在观看之余还能一览龙舟宴、品尝嫁女饼、波罗粽等传统美食，更有广州灰塑、牙雕、木雕、广彩、剪纸、道草画等大师作品展示。去年端午期间，佛山龙舟热度环比大涨了125%。

展望今年的广东龙舟季，各地整合民俗、美食、金融等资源举办龙舟文化旅游节，传统民俗文化得到进一步传承推广，一场场精彩的龙舟赛事助推着城市发展，将龙舟文化优势转化为经济优势，造节引流促消费效果明显，有望以“龙舟经济”带旺端午文旅市场给城市带来旅游收入。

记者手记

龙舟不仅有看头，还有赚头

南粤大地，水系发达、河网密布，生于水边、长在江岸的珠江三角洲居民，长年累月形成了独树一帜、生生不息的岭南龙舟文化。传承至今，不仅是传统节庆，更是广东人民同舟共济、团结拼搏、力争上游、奋勇争先的精神象征。

从去年的淄博烧烤到今年的哈尔滨冰雪游、天水麻辣烫，一座城市立足自身的禀赋资源优势，抓住亮点进行城市推广，“出圈”成为文旅顶流，让各地也羡慕不已。端午节临近，近年已渐渐“出圈”，极具地域特色的岭南龙舟文化，或许将有力激发广东文旅消费潜力。

龙舟不仅有看头，还有赚头。以往的数据表明，举办比赛的城市往往吸引众多游客，即便是小城市亦可能人气暴涨。通过举办精彩的龙舟赛和龙舟民俗文化活动能吸引大量游客光临，能带动比赛期间当地餐饮、住宿、娱乐以及文化等产业的协同发展，带火“龙舟经济”，造就了文旅市场繁荣。2023年，龙舟赛经历了沉寂后的爆发式增长。2024年广东龙舟季期间，省内大型龙舟赛更是层出不穷，颇有让游客目不暇接的阵势。

在珠三角，如果端午期间不看一场龙舟盛会，那是不地道，也不够过瘾的。除了大型龙舟赛，岭南水乡的各村镇传统龙船赛活动更是不断，但我们也要注意到，以往龙舟活动宣传以自然流量为主，靠市民、游客自发传播，各个村的龙舟活动信息较为分散，不利于游客规划行程。如今，广东各地各级政府正努力整合各方资源举办龙舟文化节，弘扬本土龙舟文化，打造特色文旅品牌，促进文化和旅游深度融合，推动广东文旅产业高质量发展。

有专家指出，目前的“龙舟经济”缺少与龙舟文旅项目配套的特色民俗文化产业链，例如沉浸式体验扒龙舟、千人围餐龙船饭、龙舟文创、龙舟服装等。其实，体验式、互动式、沉浸式的消费场景能赋予传统文化民俗新的时代内涵，从龙舟观赛到文创周边，可形成一条完整的产业链，进一步促进城市经济发展。

赛龙舟在广东逐渐成为一项集民俗文化、竞技赛事、文旅消费于一体的活动，毋庸置疑，“龙舟热”将持续“热辣滚烫”下去。

羊城晚报记者 黎存根 实习生 周顺佳 许顺瑾

广东“最长龙舟月”大幕开启

水乡居民邀四方游客一起感受节日文化盛宴

旅游风向

文/羊城晚报记者 刘星彤

刚刚过去的“5·18国际博物馆日”，让文博再度成为焦点。不少人发现，“打卡”博物馆已成为人民美好生活的一部分，各地文博游“蔚然成风”，成为旅游体验的重要内容。

据携程数据，今年以来，国内游客博物馆门票预订量同比增长104%，几乎每个十订票景区门票里，就有一人预订博物馆门票。而随着年轻人对国潮的不断追捧，各大博物馆借助AI科技、3D复原技术等持续更新“玩法”，强大的博物馆互动体验，让越来越多的人愿意“为博物馆奔赴一座城”，80后、90后成为主力军。

途牛发布的《2024博物馆热度排行榜》指出：随着文博游热度的持续走高，博物馆正在变身我国的“文化体验新高地”。

年轻人爱上文化体验新高地 为博物馆奔赴一座城

博物馆打造城市文化体验新高地

读懂一座城，从博物馆开始。

国家文物局最新数据显示，目前我国博物馆数量达6833家，排名全球前列。2024年“五一”假期期间，全国6000多家博物馆共接待观众超5000万人次。

博物馆作为传承和展示文化的重要场所，正吸引越来越多游客的关注和参与。

“去哪儿”大数据显示，截至5月17日，今年文博类相关景区门票搜索量同比2023年增长七成，十大博物馆热门省（市）为：北京、陕西、四川、江苏、湖北、上海、山西、山东、浙江、河南。

途牛数据显示，今年国内文博游热门场馆中，故宫博物院、中国国家博物馆、南京博物院、陕西历史博物馆、湖南博物院、秦始皇帝陵博物院、四川广汉三星堆博物馆、扬州中国大运河博物馆、苏州博物馆、上海博物馆等国家一级博物馆预订尤为火爆；热门跟团游产品预订中，前往北京、南京、西安、四川等热门目的地包含博物馆行程的线路最受欢迎。

而据携程数据，今年三线及以下城市的博物馆订单占比达三成，较去年提高7个百分点，在著名博物馆热度居高不下的同时，不少游客越发关注到小众“宝藏博物馆”。

一个博物馆就是一所“大学”，随着入境游升温，越来越多外国游客通过参观博物馆深入了解博大精深的中华文明，博物馆俨然成为了中国的名片。

携程数据显示，今年以来外国游客预订国内博物馆门票量较去年全年翻10倍。其中，外国文博爱好者中90后的订单占比34%，80后占比25%，00后占比21%。

今年以来，日本、韩国、澳大利亚、美国、泰国的游客最喜欢来中国逛博物馆。各大平台为外国人到国内博物馆提供了便利，如目前携程已支持140个国家、35种语言的客人来中国预订博物馆门票。

年轻人、亲子家庭引领文博游热潮

149%。据悉，一批专家型导游和讲解员在抖音走红，他们与来自考古发掘一线的学者大咖开辟了博物馆“第二课堂”，在线上开展文博科普，持续刺激文博游“种草”。

途牛数据显示，今年文博游相关产品预订用户中，45岁及以下用户出游人次占比达86%；文博游十大客源地中，北京、南京、上海、广州、深圳排名前五。

“越来越多年轻游客以及亲子家庭通过体验汉服文化、游览博物馆、打卡‘网红’文物、收藏

文创产品、线上云游博物馆等方式，感受传统文化的魅力，体验文博游带来的乐趣。汉服文化的新风尚以及文创产品的创新“出圈”，为文博游带来了新的消费热点和增长点。”途牛旅游网相关产品负责人指出。

此外，记者从“去哪儿”平台了解到，今年3月至今，自然科普、高原探索、亲密接触类的研学产品搜索量环比增长1倍，显示文史博物馆、科技馆博物馆不仅是旅游目的地的打卡必去，更已成为亲子游的人气场所。



观众在山东省青州博物馆参观展品 新华社发

入境文博游引领“文化中国行”

一个博物馆就是一所“大学”，随着入境游升温，越来越多外国游客通过参观博物馆深入了解博大精深的中华文明，博物馆俨然成为了中国的名片。

携程数据显示，今年以来外国游客预订国内博物馆门票量较去年全年翻10倍。其中，外国文博爱好者中90后的订单占比34%，80后占比25%，00后占比21%。

今年以来，日本、韩国、澳大利亚、美国、泰国的游客最喜欢来中国逛博物馆。各大平台为外国人到国内博物馆提供了便利，如目前携程已支持140个国家、35种语言的客人来中国预订博物馆门票。

记者了解到，今年4月，携程集团联合秦始皇帝陵博物院举办“秦始皇帝陵博物院境外融合服务平台”发布活动，为兵马俑景区提供了24种语言、39个国家和地区、29种货币的线上便捷购票渠道；同时，为助力景区智慧化服务提升，还为景区提供了海外版自助在线购票系统，满足外籍游客现场购票的服务需求。

值得一提的是，自上线以来，已有超过3000名海外用户通过携程预订兵马俑相关行程。后续，兵马俑景区还希望与平台共同组建海外游客数据中心，进一步完善预约功能，为海外游客提供更优质的浏览体验。

一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 刘星彤 实习生 周顺佳

消费：
1-4月在线旅游消费额增长77.6%

商务部电子商务司负责人日前介绍2024年1-4月我国电子商务发展情况。据悉，我国服务消费增速快于总体，1-4月商务部重点监测网络服务消费额增长25.1%，其中在线旅游增长77.6%，新中式游、县城游、出境游受青睐。

跨境：
港珠澳大桥出入境旅客突破1000万人次

5月21日，港珠澳大桥边检站数据显示，截至9时40分，今年内经港珠澳大桥珠海公路口岸出入境旅客突破1000万人次，同比增长达127.7%。据了解，港澳与内地“双向奔赴”热潮持续，同时得益于“港车北上”“澳车北上”以及“经珠港飞”等通关政策，今年以来，经港珠澳大桥出入境客流持续快速增长。

入选：
拟确认珠海横琴长隆等22家为国家级旅游度假区

5月19日，根据《国家级旅游度假区管理办法》和《旅游度假区等级划分》国家标准，经省级文旅厅推荐，文旅部按程序组织综合认定，含广东省珠海横琴长隆国际海洋度假区在内的22家旅游度假区达到国家级旅游度假区标准要求，拟确定为2024年第一批国家级旅游度假区，并进行公示，公示期为2024年5月20日至5月24日。

提速：
广州到上海将仅需3小时

5月17日，广州市政府办公厅印发《广州市综合立体交通网规划（2023-2035年）》。《规划》透露，广州正超前谋划与其他超大城市间高速磁悬浮通道布局及实验线建设，预留京港澳高速磁悬浮、沪（深）广高速磁悬浮2条通道。磁悬浮列车时速高达600公里，是当今世界最先进的轨道交通技术。若实际建成，沪广两市相距约1600公里3小时以内即可通达；广州至北京约2000公里，如果乘坐京港澳高速磁悬浮，京广两地最快仅需约3.3小时，比高铁要节省超一半时间。

收录：
爱达·魔都号被纳入中国邮政特种邮票系列



爱达魔都号邮票

爱达邮轮旗下首艘大型国产邮轮“爱达·魔都号”近日被收录于中国邮政发行的2024-5T《中国船舶工业（二）》特种邮票，该系列邮票旨在集中展示中国船舶工业在技术创新和船舶建造领域的突破和成就。此举彰显了爱达邮轮在中国大型邮轮设计、建造以及全面自主运营方面所做出的卓越贡献。自2024年1月1日首航以来，“爱达·魔都号”已成功运营32个航次，服务近15万国内外宾客。

智能：
谷歌宣布推出AI旅行规划新功能

近日，继OpenAI的GPT-4o发布后，谷歌也在其年度开发者大会上宣布推出AI旅行规划新功能，包括推出生成式人工智能聊天机器人Gemini的付费版Gemini Advanced，以及升级Google搜索的旅游推荐功能，帮助用户轻松制定个性化旅行行程。

扩张：
中国酒店在建及规划项目持续增长

近日，美国酒店开发数据提供商Lodging Econometrics (LE) 发布2024年第一季度酒店规划及建设趋势报告，当中显示，中国酒店在建及规划项目持续增长，涵盖了3775个项目和695212个房间。

截至第一季度末，中国有2691个项目和创纪录的488560个房间正在建设中，中高档和超高档酒店项目规模引领了中国的酒店建设及规划，分别占国内总项目的57%和房间的58%。豪华酒店项目数量也在第一季度达到历史新高，季末达到229个项目，成都以147个项目领先，上海、广州、杭州、西安紧随其后。