

一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 刘星彤

假日

端午节假期国内出游1.19亿人次



甘肃鸣沙山月牙泉景区 新华社发

文化和旅游部6月3日公布2025年端午节假期文化和旅游市场情况。经测算，假期3天，全国国内出游1.19亿人次，同比增长5.7%；国内出游总花费427.30亿元，同比增长5.9%。

入境游

北京“全链条”优化升级入境旅游服务

《北京市优化入境旅游服务专项行动方案》日前正式发布。北京将“全链条”优化升级入境旅游服务。据介绍，该方案立足首都，围绕产品、宣传、服务和保障4方面推出22条举措，构建“近者悦、远者来”的入境旅游新生态。

产品供给方面，北京将持续提升“大美中轴”影响力，不断丰富世界遗产游、特色胡同游、中轴骑行游等特色化、体验式的旅游产品。服务提升方面，将强化北京国际航空枢纽全方位门户复合型功能，拓展优化国际航线网络布局；提升入境通关效率，设置“临时入境许可”办理专区，提供一站式签发办理服务；推动更多境外银行卡支持轨道交通“刷卡过闸”。

畅行

沈白高铁联调联试

6月1日，沈白高铁开始联调联试，首趟综合巡检车从沈阳北站出发。

作为国家《中长期铁路网规划》中东北东部快速铁路通道重要组成部分，沈白高铁正线起自沈阳北站，沿线经沈阳市、抚顺市、通化市、白山市、延边朝鲜族自治州等地，终至长白山站，全长约430公里。其开通运营将让辽宁实现“市市通高铁”，且结束吉林省通化市、白山市不通高铁的历史，带动沿线旅游资源开发。

开园

上海乐高乐园举行项目交接仪式

日前，上海乐高乐园度假区举行项目交接仪式，标志着上海乐高乐园正式从建设阶段转入运营阶段。据悉，上海乐高乐园度假区6月20日至7月4日开启试运营，7月5日正式开园。

上海乐高乐园度假区由全球家庭娱乐巨头默林娱乐集团运营，建成后的上海乐高乐园度假区由乐高乐园主题乐园以及1座配套主题度假酒店构成，国内共有8大主题片区——积木街道、奇趣积木城、乐高城市、乐高好朋友、乐高悟空小侠、乐高幻影忍者、乐高城堡、乐高乐园创想世界。

上海乐高乐园门票255元起，成人票319元起，开园限量纪念年卡福利包含试运营门票及专属礼遇。

跨界

万豪旅享家与美团推出联合会员

万豪旅享家近日与美团推出联合会员，整合双方在住宿、餐饮、本地生活等领域的资源，从即日起至2026年5月27日，美团、大众点评会员可根据自身等级匹配成为相应等级的万豪旅享家会员，有机会获得价值高达388元的“吃喝玩乐住”一站式套餐包等。

当前，“住宿+”模式已成行业发展趋势。据美团旅行数据，2025年前2个月，美团上高星级酒店餐饮增速达30%，增速远超去年。

利好

泰国启动“萨瓦滴·你好”项目深化旅游合作

为庆祝中泰建交50周年，泰国国家旅游局在曼谷启动“萨瓦滴·你好”推广活动，旨在全面重塑泰国的旅游新形象，展现泰国作为安全、高品质、友好型旅游目的地的独特魅力，进一步增强中国游客的信心与信任。泰国总理佩通坦表示，该项目将成为泰中可持续旅游合作的新起点。

据介绍，该项目涵盖旅游基础设施升级、入境便利化、旅游品牌推广等内容，旨在进一步巩固两国友好关系，构建中泰双向旅游的长远合作机制，推动两国旅游合作迈向高质量发展。

泰国国家旅游局的数据显示，截至2025年5月27日，今年已有190多万中国游客访问泰国，位列泰国入境游客来源地首位。

# 自主文化体验，以一场沉浸式毕业旅行开始



年轻游客在广州上下九打卡(资料图)

文/羊城晚报记者 黎存根 实习生 胡思婷

随着一年一度的高考大幕即将在周末拉开，属于六月的毕业季旅行热潮又来了。记者发现，从5月底开始，毕业旅行咨询与预订量开始攀升，预计6月10日以后将迎来第一波出游高峰期。

对无数毕业生来说，毕业旅行已经成为记录青春与成长不可或缺的仪式感。除了中高考的毕业生外，在社交平台上，不少即将毕业的大学生们也在热议毕业旅行的目的地，主题乐园、演唱会、博物馆、民宿……成为行程中的热词，文化体验是年轻人的文旅消费重心。

## B 毕业旅行从亲手制订攻略开始

当高考过后，许多考生选择以毕业旅行为高中生涯画上完美句号。他们的旅行清单上不单只是看风景，还要满足深度体验、个性化玩法等需求，从过去的“参观打卡”转变为“参与体验”。记者采访了往届高中毕业生，分享他们的毕业旅行经验。

来自深圳的大学生吴佳琦，去年高考后带着对过往的告别与对未来的期待，在上海和南京展开了毕业之旅。临行前，她首次尝试独立制作攻略，在小红书和抖音的字里行间勾勒行程：外滩的夜景、豫园的古韵、野生动物园的生机，都被认真标记在备忘录里。而南京的行程则因临时起意略显仓促，当她在抵达前一日才开始规划时，红山动物园、南京博物院的门票已售罄，最终只能将目的地转向无须预约的街头巷尾。

“以前都是父母安排一切，这次突然要自己做主，才发现攻略里藏着太多学问。”吴同学笑

着回忆，“以往总是母亲主导行程的节奏，这次是自己当指挥官”。从地铁线路的规划到餐厅的选择，母亲不再事事干预，而是笑着说：“你决定就好。”这变化，是对她“长大了”的肯定。也让她认识到，所谓毕业旅行，从来都不是简单的风景收集，而是用脚步丈量成长的刻度，用眼界打破认知的围墙。

大学生彭丽说自己的毕业旅行“更像一场关于热爱与成长的单人旅程”。高考过后得悉自己“追星”多年的偶像时隔五年后将在南京再开个人演唱会，她马上通过小红书精心制定了攻略，计划在2024年8月15日开启行程去看演唱会。这也是她首次独自一人旅行，因家人起初不放心她独自外出，出发前还不敢告诉父母出行的事实。

抵达南京后，彭丽在第一天打卡与歌手相关活动耗费了大量精力，攻略未能完全执行；第二天选择遇遇而安，仅前往音乐



演唱会吸引年轻人参与 卢佳圳 摄

台，欣赏梧桐树；第三天晚上便踏上归程。她坦言，做攻略虽能带来安心感，但未按计划执行也别有一番体验，独自旅行时更注重风景欣赏，而非拍照留念，重要的是满足自己内心的向往。

作为“过来人”，吴佳琦和彭丽都提醒，对于应届毕业生，各地景区甚至民宿餐厅都会争相抛出“橄榄枝”，推出凭中、高考准考证可享受的优惠政策，吸引暑期客流。因此，考生们最好带上准考证等相关证件，可节省不少费用。



南京红山动物园有很多网红动物 视觉中国



传统文化体验也成了年轻人的文旅消费重心 羊城晚报记者 邓勃 摄

文创产品、创意美食，与长辈们喜欢购买传统土特产形成鲜明对比。“在目的地选择上，高中生多选择交通便利、配套成熟的中短途城市游，如广东深学偏爱厦门、珠海、汕头、湛江等滨海城市，也喜欢打卡一站式的大型主题乐园度假区；大学生则探索新一线与小众城市，如贵

州凯里、福建泉州等城市搜索量大幅增长，说明他们更爱发掘城市中的小众角落。

吴丹也提醒，不同年龄段的年轻群体的毕业旅行，出行注意事项各有侧重。建议高中生可选择“核心景区+自由活动”模式，结合兴趣设计主题线路，家长提供协助指导保障安全；大学生应谨慎筛选旅行搭子，参与在地文化项目，做好安全预案。年轻人和长辈双方都应重视现实沟通，这样毕业生才能在旅行中沉淀，实现认知成长。

## 专家观点 消费理性化与体验溢价并存

广东省旅游协会投融资专委会副秘书长、广东文旅兴趣营负责人吴丹，长期关注青年文旅发展趋势。她观察到，当下高中及大学毕业生的旅行，深度融合社交驱动与兴趣导向，呈现出独特的时代特征。“社交平台已经成为青年人旅行决策的核心枢纽，‘搭子文化’正风靡校园，很多大学生在小红书、豆瓣发布‘找搭子’的帖文，以‘音乐节搭子’‘City-walk 搭子’等标签寻求组队。”她认识的大学生中就有通过社交平台与跨校、跨区域的小伙伴成功组队，甚至开启俄罗斯自由行之旅的例子。她认为，高中生虽多与熟人同行，但也依赖社交平台规划路线，如广州学

生常参考当地的博主攻略，组队打卡潮汕美食。这些趋势的变化，源于社交平台对旅行决策的重构，要理解高中生看重通过毕业旅行来完成自己“成人”的仪式需求，以及消费理性化与体验溢价并存的特点。

吴丹介绍，目前以兴趣为导向，来一场沉浸式旅行已经逐渐成为年轻人旅行的主流选择之一。毕业季期间，举办音乐节的仪式需求，可以看到音乐场地周边酒店预订量同比激增，年轻人围绕演出设计行程，串联演出场馆与特色地点。她特别指出，“年轻人文旅消费重心正转向文化体验，为数不少毕业生的旅行会选择探访城市特色书店、文创园区，热衷收集

## 传统龙舟“引爆”文旅经济新赛道

羊城晚报记者 刘星彤

丰富的民俗体验和地方文化特色显著带动了目的地旅游经济的增长。凭借“龙超”出圈的佛山晋升成为游客的新宠——相关平台数据显示，端午佛山机票订单同比去年大涨138%，酒店同比增长51%。佛山叠滘“水上F1”漂视视频在短视频平台播放量破亿，带动当地旅游订单增长167%。

端午假期，广州文旅消费同比激增35.3%，龙船饭的商业化运营在城市内打破了村落边界，更是为海内外游客称道——千人龙船宴从猎德祠堂开到海珠湿地，游客在城央绿心共享盆菜，“看龙舟竞渡已不够，体验划龙舟、逛龙舟市集才是新潮流。”一位湖南游客在社交平台分享道。

广东省文化和旅游厅公布的数据显示，端午假期三天全省累计接待游客2321万人次，同比增长20.6%，实现旅游收入114.4亿元，同比增长25.6%。游客人均消费493元，过夜游比例23.5%，形成了“赛事引流-消费转化”的闭环效应。

正如去哪儿大数据研究院分析，民俗体验正在成为文旅消费的新流量密码，尤其是非遗+民俗、地方特色文化活动+民俗，有望助力越来越多的小众目的地走向大众视野，成为新“顶流”。

### 从节庆符号到文旅引擎

古老龙舟激活年轻市场

当传统民俗遇上岭南创意，各地争



泉州蟳埔女头饰 视觉中国

龙舟竞渡千帆过，岭南水乡“节”味浓。

文旅观察

刚刚过去的端午假期，为旅游市场注入了新一轮活力。作为传统的民俗大节，民俗体验消费成为端午旅游市场的核心亮点，多地龙舟竞赛民俗非遗活动竞相争彩，传统龙舟更是划出文旅经济的一条亮眼赛道——非遗与山水共塑广东文旅“引力场”，引得无数游客争相来粤，体验有滋有味的节庆魅力。



村民划动龙船通过狭窄的S形弯道 羊城晚报记者 曾育文 钟振彬 摄

### 从赛事引流到消费转化

端午民俗体验助力目的地成新“顶流”

在线旅游平台数据显示，今年端午期间，各地围绕端午民俗文化举办的赛龙舟、龙舟彩绘、包粽子、制香囊、逛非遗集市等一系列活动，点燃了游客的出游热情，以非遗龙舟体验和龙舟漂移竞技赛为首，丰富的娱乐活动掀起了“非遗旅游热”。2025年北京大运河龙舟嘉年华、上海宝山罗店龙船文化节、广州国际龙舟邀请赛、深圳2025粤港澳龙舟邀请赛、杭州西溪龙舟胜会、四川新津天府端午龙舟会等

龙舟赛事备受瞩目，吸引当地市民的同时，更引得不少外地游客热情参与。佛山叠滘的S形河道上，龙舟漂移大赛上演“水上F1”的惊险场面，各色龙舟S弯漂移、急刹、倒船等炫技视频引来围观者无数；广州猎德涌畔，千围龙舟宴首次向全民开放，上演现代版的“独乐乐不如众乐乐”；江门潭江上，国际龙舟邀请赛吸引36支劲旅挥桨竞渡，激动人心的呐喊声此起彼伏……在大湾区，彰显着速度与激情、浓情与“粽”意的画面贯穿整个端午假期，动人的鲜活场景勾勒出岭南风物的现代意蕴，通过央视报道和短视频平台的传播，点燃了全国游客的热情。