

一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 刘星彤

赛事：

岭南集团推出“十五运”旅行相关线路

为迎接十五运会，广之旅于近日启动“我在湾区看全运”文商旅融合营销项目，立足“体育+旅游”创新模式，整合岭南集团全产业链资源，推出“湾区全运城市魅力”文商旅融合系列线路，及覆盖全球的“体育+旅游”主题产品，并于线下门店同步开售全运主题文创。广之旅董事、总裁郭东亮表示，“十五运”是向世界展示粤港澳大湾区的黄金窗口，此次营销活动以赛事为核、文化为魂、商业为翼，构建从跨省引客到入境游，从赛前预热到赛后保温的长效运营生态，预计将带动该社泛湾区文旅消费版块同比增长超30%。

跨界：

爱达·魔都号德云社主题航次启航

7月15日，爱达邮轮宣布爱达·魔都号主题航次正式启航。北京德云社创始人郭德纲携德云社主力团队登上首艘国产大型邮轮爱达·魔都号，郭德纲老师与于谦老师担纲主演，高峰与栾云平、烧饼与曹鹤阳、张鹤擎与刘皓等德云社实力派演员作为助演，带来多段经典相声作品，打造一场笑声不断的海上文化盛宴。此德云社主题航次为期5天4晚，将带领宾客造访热门旅游目的地济州与福冈。

专列：

京津冀首列观光旅游列车在京发车

7月9日，由国铁北京局联合河北省发改委、中旅集团共同打造的京津冀首列观光旅游列车“星光·燕赵号”从北京站首发。该旅游列车编组7辆，包含全景观光车、多功能娱乐车、主题餐车及4节观光光车，成为集观光、餐饮、娱乐于一体的移动文化空间。

门票：

广州融创乐园首推“一票玩3天”

用一张门票开启三天的精彩之旅。7月11日，广州融创乐园重磅推出暑期惠民活动：一张门票，畅玩三天，门票价格不变的前提下，游客可享受3天畅玩（含无限次畅玩自营游乐设备和《梦回岭南》国风大秀观演1次）。本次惠民活动推出成人票、学生票、亲子套票、家庭套票等多个票种。

入选：

德国巴伐利亚王宫被列入《世界遗产名录》



当地时间7月12日，联合国教科文组织将德国巴伐利亚国王路德维希二世著名的童话城堡列入《世界遗产名录》，包括新天鹅堡、海伦基姆湖宫、林德霍夫宫以及上巴伐利亚州萨亨山上的王宫。

巴伐利亚王宫建于19世纪下半叶，带有中世纪历史建筑风格。例如，阿尔高地区的的新天鹅堡，其建造风格如同中世纪骑士的城堡；而海伦基姆湖宫则仿照凡尔赛宫建造。据德国联合国教科文组织委员会统计，今年世界遗产大会召开前，德国已有54处遗产被列入《世界遗产名录》，包括施特拉尔松德和维斯马古城、科隆大教堂、瓦登海以及古罗马时期的边界防御工事。

赏鉴：

旧金山国际机场荣膺“全球最美机场”

旧金山国际机场日前荣膺“凡尔赛建筑奖”世界最美机场之一。凡尔赛建筑奖聚集建筑美学、文化融合与可持续设计，每年在巴黎与联合国教科文组织共同颁发。凡尔赛建筑奖秘书长杰罗姆·吉丹认为，新一代机场设施更应被视作艺术品，至少应成为美的载体。据悉，旧金山国际机场在设计上秉承可持续理念，拥有引人入胜的艺术品和展览。

“血拼”：

法国春天百货欢庆160周年退税优惠

创立于1865年的法国春天百货迎来160周年。在今夏，每年吸引约2000万世界访客的法国春天百货旗舰店以“春天百货：巴黎象征”为主题，推出一系列活动，展现春天百货作为城市地标的历史地位与创新精神。自2025年7月1日至8月31日，还将推出高达16%的退税优惠，邀请国际旅客享受超值沉浸式巴黎购物体验。



“周末叹广东”主题线路体现文旅推广新思路

这一波新线路，能让广东客留下消暑吗？

A

成效：官方线路与游客出游需求匹配

7月4日，由广东省文化和旅游厅主办的“周末叹广东，粤游粤轻松”广东文旅大篷车路演活动开启。活动将打造针对周边省份的广东周末游新模式，以“两天一夜深度游”为核心，推出的“周末叹广东”旅游线路分为童梦亲子游、疗愈康养游、城市漫步游、阳光海滨游、自然人文风光游、寻味广东游、美丽乡村游等七大主题，共计21条线路，为广东周边省份的游客高频次游广东提供了线路规划的灵感，也为广东省21地市适合周末游的旅游项目串珠成链。

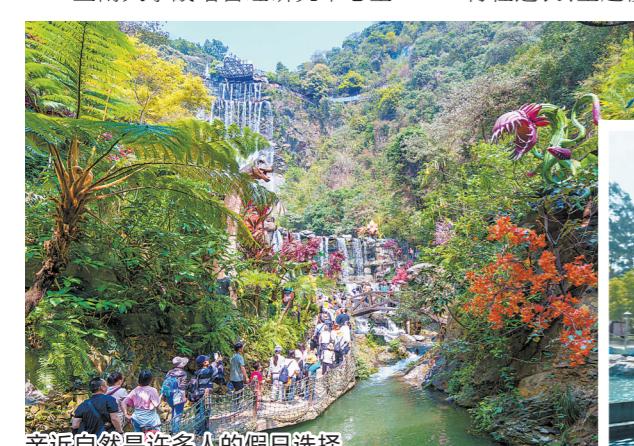
记者关注到，此次发布推荐的线路受到游客欢迎，景区、金牌导游和专家等业界也给予肯定。从主题线路发布可以看到文旅新服务之变，更加注重市场细分、产品优化和游客体验，将为广东文旅催生更多“旅游+”复合业态新趋势。

B 转变：解决“行程过长、主题模糊”的痛点

长期以来，全国各地文旅部门设计的主题旅游线路与旅行社市场化产品或达人推荐线路相比，在设计思路上存在着巨大的差异。在大众的印象中，官方线路设计的核心思维——追求全面覆盖和资源整合，或者文化价值厚重，但市场转化路径不够清晰。这种设计思路优势明显：打破了行政区划限制，线路数量虽多，但不足之处也显而易见：缺乏对具体客群的精准把握，实际可操作性存疑。

面对传统推荐线路“叫好不叫座”的尴尬，此次广东省文旅厅推出的“周末叹广东”活动展现了旅游主管部门对文旅推广思路的革新。游客群体的针对性与产品可操作性成为此次线路设计的核心关注点。长期在文旅市场一线带团的国家高级导游杨运举仔细研读了“周末叹广东”主题线路方案后，认为线路在设计出发点、行程编排及实操可行性上都颇为完善。“既紧扣本地特色，又兼顾了本地与外地游客的需求，对不同年龄层群体的适配性也值得肯定，具备较高的参考价值。”

暨南大学战略管理研究中心主



从“赶行程”到“泡酒店”，这个夏天，文旅体验升级进行时。根据相关平台数据，7月以来，亲子酒店预订量同比上涨80%，带有水上乐园的酒店增长最为明显。究其背后，是家庭出游的逻辑转变——从“景点打卡”到“沉浸体验”，从“疲于奔命”到“躺平遛娃”，在年轻一代父母新的度假需求之下，亲子游赛道正加速向服务精细化、体验个性化方向升级。

旅游风向

文/羊城晚报记者 刘星彤
图/酒店提供

从“赶行程”到“泡酒店”，这个夏天，文旅体验升级进行时。根据相关

平台数据，7月以来，亲子酒店预订量同比上涨80%，带有水上乐园的酒店

增长最为明显。究其背后，是家庭出游的逻辑转变——从“景点打卡”到

“沉浸体验”，从“疲于奔命”到“躺平遛娃”，在年轻一代父母新的度假需

求之下，亲子游赛道正加速向服务精细化、体验个性化方向升级。

从“赶行程”到“泡酒店”

文旅体验升级进行时

美团和去哪儿数据显示，亲子游等暑期主力出游群体，正在带动多个暑期热门旅游目的地文旅增速的攀升。

根据美团旅行数据，暑期出游高峰从7月5日开始，近期“酒店住宿”搜索量已上涨超172%。基于各地热点活动的带动，多个热门旅游目的地热度攀升。以江苏为例，“跟着苏超逛江苏”活动覆盖平台当地千余家景点及数万家酒店，餐饮、足疗、洗浴，拉动江苏暑期文旅预订量已同比增长41%；与海南省旅游和文化广电体育厅联手打造的“清凉一夏·海南度假”消费券项目，让海南暑期文旅增速同比上涨62%，当地五星酒店同期预订增速达80%。亲子游、自驾游还带热暑期大西北环线的出游热度，新疆增速同比增长48%，宁夏增速接近40%……

“躺平式遛娃”兴起，亲子游市场洗牌

去哪儿数据显示，今年暑期，配

带娃旅行转化为“全家享受”

美团和去哪儿数据显示，亲子游等

暑期主力出游群体，正在带动多个暑

期热门旅游目的地文旅增速的攀升。

根据美团旅行数据，暑期出游高

峰从7月5日开始，近期“酒店住宿”

搜索量已上涨超172%。基于各地热

点活动的带动，多个热门旅游目的

地热度攀升。以江苏为例，“跟着苏

超逛江苏”活动覆盖平台当地千余

家景点及数万家酒店，餐饮、足疗、

洗浴，拉动江苏暑期文旅预订量已同

比增长41%；与海南省旅游和文化广

电体育厅联手打造的“清凉一夏·海

南度假”消费券项目，让海南暑期文

旅增速同比上涨62%，当地五星酒店

同期预订增速达80%。亲子游、自驾

游还带热暑期大西北环线的出游热

度，新疆增速同比增长48%，宁夏增

速接近40%……

“躺平式遛娃”兴起，亲

子游市场洗牌

去哪儿数据显示，今年暑期，配

带娃旅行转化为“全家享受”

美团和去哪儿数据显示，亲子游等

暑期主力出游群体，正在带动多个暑

期热门旅游目的地文旅增速的攀升。

根据美团旅行数据，暑期出游高

峰从7月5日开始，近期“酒店住宿”

搜索量已上涨超172%。基于各地热

点活动的带动，多个热门旅游目的

地热度攀升。以江苏为例，“跟着苏

超逛江苏”活动覆盖平台当地千余

家景点及数万家酒店，餐饮、足疗、

洗浴，拉动江苏暑期文旅预订量已同

比增长41%；与海南省旅游和文化广

电体育厅联手打造的“清凉一夏·海

南度假”消费券项目，让海南暑期文

旅增速同比上涨62%，当地五星酒店

同期预订增速达80%。亲子游、自驾

游还带热暑期大西北环线的出游热

度，新疆增速同比增长48%，宁夏增

速接近40%……

“躺平式遛娃”兴起，亲

子游市场洗牌

去哪儿数据显示，今年暑期，配

带娃旅行转化为“全家享受”

美团和去哪儿数据显示，亲子游等

暑期主力出游群体，正在带动多个暑

期热门旅游目的地文旅增速的攀升。

根据美团旅行数据，暑期出游高

峰从7月5日开始，近期“酒店住宿”

搜索量已上涨超172%。基于各地热

点活动的带动，多个热门旅游目的

地热度攀升。以江苏为例，“跟着苏

超逛江苏”活动覆盖平台当地千余

家景点及数万家酒店，餐饮、足疗、

洗浴，拉动江苏暑期文旅预订量已同

比增长41%；与海南省旅游和文化广

电体育厅联手打造的“清凉一夏·海

南度假”消费券项目，让海南暑期文

旅增速同比上涨62%，当地五星酒店

同期预订增速达80%。亲子游、自驾

游还带热暑期大西北环线的出游热

度，新疆增速同比增长48%，宁夏增

速接近40%……



“水上漂”花样多(古龙峡景区供图)

C 探索：如何持续传播获得更佳效果

尽管广东文旅部门在暑期文旅市场宣传和线路设计上煞费苦心，但广东在暑期旅游市场的竞争力依然面临着一些挑战。文彤提到，广东旅游产品在暑期市场的性价比相对较低。以往，在暑期旅游市场的激烈竞争中，广东更多地扮演着客源输出地的角色。大量的广东游客选择前往国内凉爽的地方避暑，或是出国旅游，既躲避了炎热，又能体验到差异化更大、价值更突出的旅游资源。

面对这些挑战，广东文旅部门、企业和景区需要积极探索，采取有效措施来带动广东旅游市场，扩大广东文旅的影响力。文彤认为，这离不开主题旅游线路规划的革新，“如何让其更贴近现实，做好人流高峰应对预案，重点保障车、船、餐、住等基础服务的品质，像广东省博物馆这类限流预约景点，要协调充足

线路设计上，应像达人推荐线路那样，加入详细的交通指引和景点游览逻辑。在交通方面，要明确告知游客从一个景点到另一个景点的具体交通方式，如地铁几号线转几号线，大概需要多长时间，从哪个出口进出等。这样的服务信息对于自助游客来说非常实用，能够大大减少他们在旅途中的困扰。这样，在持续的传播上获得更佳效果。

对此，杨运举从多年来的带团经验出发，认为备受市场大众认可的线路，必定是更贴近现实、科学规划而来的，能让游客轻松实现。“这就需像商业旅行机构那样提前考虑，做好人流高峰应对预案，重点保障车、船、餐、住等基础服务的品质，像广东省博物馆这类限流预约景点，要协调充足

将分散的文旅资源整合为系统性体验，让景点从“单打”变区域联动，这是主题线路规划的传统优势。以湛江“中国海鲜美食之都解码之旅”为例，线路将赤坎老街的历史记忆、硇洲岛的火山地质奇观与鸟石天成的滨海度假串联，使游客在两天一夜中体验多元文化。线路中还融入潜艇参观、非遗美食等互动环节，使游客从“旁观者”变为“参与者”，人均消费和停留时间显著提升。

一条成功的主题线路更会催生“旅游+”复合业态，带动沿线“食住行游购娱”全产业链发展。广东近年来新兴旅游业态涌现，高空飞行、邮轮度假、户外风洞等“新潮”项目成为广东旅游新标签。深圳“万象湾区全景之旅”就是结合了这些新兴业态，吸引年轻游客打卡消费。而港珠澳大桥、深中通道等“超级工程”不仅缩短时空距离，更催生“大桥旅游”“跨城互游”等新模式。深中通道开通后，江门赤坎华侨古镇接待深圳游客量增长3倍，区域协同效应显著。还有一组数据引人关注：广东全省70%的乡村旅游点和历史古村落通过游径串联，2025年“五一”假期乡村旅游游客同比增长15.5%，成为县域经济新引擎。

如今的广东，主题旅游线路契合“短途、高频、深度”的消费趋势，实现从标准化产品到满足个性化需求的转变。

我们

可以