

回望十五运会

# 从一句口号变成实实在在的消费行为 “跟着赛事去旅行” 改变湾区文旅生态

羊城晚报记者 刘星彤

当十五运会的圣火在粤港澳大湾区缓缓熄灭，一组亮眼的数据持续点燃这个冬天的热情——粤港澳三地旅游人次同比增长超过50%、酒店预订量增长3倍，“跟着赛事去旅行”成为大湾区最具热度的消费新风尚。

11月9日至21日，首次由粤港澳三地联合承办的十五运会成功举办。这场跨越三地的体育盛会，不仅见证了竞技场上一项项成绩的突破，更见证了大湾区文旅产业一次深刻的格局之变——从“各美其美”迈向“美美与共”，三地文旅产业打破边界、深度融合，步入一个价值重构、生态共生的高质量发展新阶段。

## 数据破局： “全运流量”重构湾区消费版图

全运会期间，大湾区文旅市场迎来了一次全方位的“压力测试”——整体市场强劲增长，消费格局也发生显著改变。

途牛旅游网数据显示，赛事期间，广东、香港、澳门目的地用户出游人次较去年同期增长超50%。更为亮眼的是，代表深度体验和消费升级的酒店单项产品预订人次同比增长超3倍，自驾游、自由行产品预订均实现一倍以上增长，充分印证了“跟着赛事去旅行”已从一句口号，转变为实实在在的消费行为。

凭借特色赛事与独特文化，众多办赛“小城”在全运会期间取得了优异的文旅成绩。承办龙舟、舞龙舞狮等特色比赛项目的佛山，出游人次同比激增超3倍，彰显出“体育+民俗文化”的强大吸引力；潮汕文化热度持续攀升，汕头、潮州两地出游人次实现两倍以上增长，“体育+潮流文化”破圈效应凸显。此外，中山、韶关、湛江、梅州等地的出游热度也显著增长。

全运会期间，到访广东、香港、澳门的途中用户中，广东省外游客占比接近70%，分别来自北京、上海、杭州、成都、西安、厦门、南京等多个城市。

“全运会省外客源占比近七成，这与今年国庆假期基本一致。”华南理工大学教授、广州文化和旅游融合发展

研究基地主任江金波表示，全运会对大湾区旅游的带动效应显著。

江金波认为，要将“赛事吸引力”固化为“常态吸引力”，需三管齐下。“一要靠更多大型活动引流，特别是全国性和世界性的大型主题活动；二要靠特色旅游项目带动，当前，大湾区亟需一个‘以旅彰文’的自主化大型主题公园发展，在新的历史时期强化新的文化使命；三要靠旅游服务标准升级，创新湾区服务模式，壮大湾区文旅服务经济。”

## 业态蝶变： 从“门票经济”到“场景革命”

全运会期间，“旅游+体育”融合发展呈现出前所未有的活力。携程创新推出“一个平台、三地购票”服务及“门票+景区”一站式旅游套餐，游客可一次性完成观赛与景区游览的预订流程，不仅大幅降低了决策时间和预订成本，景区也能通过赛事实现流量转化与效益提升，从而形成赛事IP与旅游资源互利共赢的局面。

传统旅行社则展现了从提供线路到运营社群的业态深化。全运会期间，岭南集团旗下广之旅打造了涵盖近200款“体育+”主题线路的特色产品体系，累计服务游客超过2.1万人次。

据广之旅董事长、总裁郭琛透露，全运会期间，其观赛类旅游产品累计接待游客超2000人次。更重要的是，以赛事为契机，通过产品创新与资源整合，有效激活了市场。

华南师范大学旅游管理学院会展经济与管理系主任李军高度评价赛事的种种创新实践。李军认为，“跟着赛事去旅行”这一“以赛促旅”模式，是广东从“文旅大省”迈向“文旅强省”的关键路径。该模式超越传统观光形式，借助顶级赛事IP的强大号召力，为广东注入了高频、高消费的优质客源，并成功将文旅场景从静态的景点展示，转变为充满活力和话题性的动态体验空间。

“这一转变带来的效益是全方位的。不仅有效拉动了‘食、住、行、游、购、娱’全链条消费升级，更有力推动全省文旅基础设施和服务标准的整体提升，并通过赛事直播等媒介传播，向全球生动展示了广东的现代形象与独特魅力，从而在品牌塑造和产业能级上实现质的飞跃。”李军说。

## 区域协同： 从“三地联动”到“文旅共同体”

举办十五运会，对粤港澳大湾区的发展具有里程碑意义。“三地联动”的独特模式，也为湾区文旅融合发展提供了一次绝佳的实战演练。

“通过便利三地人员物资往来、加强体育人才合作等举措，深化区域文化体育交流，进一步诠释‘粤港澳大湾区路通、大湾区一家亲’的融合理念。”携程华南负责人表示，十五运会令粤港澳三地的自然风光和人文底蕴在赛事热点的加持下得以聚焦，并进一步形成多元融合生态，为“旅游+体育”开枝散叶奠定了坚实基础。

李军认为，全运会为粤港澳三地可持续合作打下了坚实基础，其核心成果在于将临时性的协同流程“制度化”。他认为，未来的突破关键在于“软联通”——共同设计“广深科技创新+港澳国际赛事”跨境主题线路，推出服务一体化的“湾区体育一卡通”，在签证、支付、票务上实现无缝衔接。

盛会落幕，如何将“高光时刻”转化为“常态之光”，是摆在湾区面前、考验三地智慧和决心的关键课题。

“全运会是全国性并已成功举办十多届的‘老字号’活动，说明活动的品牌发展很重要。”江金波认为，构建大型活动的文化品牌，积淀品牌无形资产，提高活动的国际影响力，将是今后大湾区文旅产业发展的重中之重。

“三地应共同构建市场化运营平台，将新建和存量场馆整合为‘湾区体育设施网络’，推行跨城会员制与积分互通。”李军建议，依据各城特色策划贯穿全年的主题体育节日、跨境系列赛和青少年培训体系，使场馆从单一比赛场地转变为集训、休闲、会展于一体的活力节点，最终让体育成为大湾区常态化的生活方式和旅游吸引力，实现热度的软着陆及可持续转化。

携程相关负责人表示，市场实践表明，“旅游+”融合发展正在推动文化产业从“单点盈利”向“价值链延伸”转型。“跟着赛事去旅行”模式不仅可带动景区客流提升、促进景区资源反哺赛事体验，还能联动酒店、餐饮、交通、文创等关联产业形成协同效应，从而拉动区域消费增长，助力广东构建“以赛兴旅、以旅促产、产旅融合”的文旅发展新格局。

《乐游广东》系列文旅地图首批上线7个板块地图

查询文旅路线、获取最新展览资讯、享受文物讲解服务、参与“醒狮研学”、领取福利优惠……

# 一键解锁岭南精彩

——粤享暖冬 乐游广东——

羊城晚报记者 黎存根

11月25日，“乐游广东”系列文旅地图新闻发布会在广州召开。发布会介绍了广东省各级博物馆、公共图书馆、文化馆、美术馆、旅游景区、自然保护地和植物园信息及相关服务功能等情况，并正式推出“乐游广东”系列文旅地图。

这份地图系统整合广东文化旅游和自然景观方面的优质资源，在高德地图应用程序上线。首批上线博物馆、图书馆、文化馆、美术馆、景区、自然保护地、植物园7个板块地图，市民游客可一键解锁

岭南精彩。

“乐游广东”系列文旅地图的上线，是“粤享暖冬乐游广东”消费季活动的一项重要举措。据悉，从2025年11月起至2026年3月底，省委、省政府在全省部署开展“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动，集中推出了四大活动、五大品牌、六大优惠，系统构建“看全运、迎峰会、游广东、品美食、赏美景、购优品”的沉浸式全景式体验，更好满足人民群众个性化、多样化、品质化的文旅消费需求。

## 功能丰富使用便捷

25日，记者打开高德地图应用程序，在搜索框中输入“乐游广东”或“广东文旅地图”，均可跳转到“乐游广东”系列文旅地图页面。地图页面包含博物馆地图、图书馆地图、文化馆地图、美术馆地图、景区地图、自然保护地地图和植物园地图7大板块，点击其中一个板块，相关资源的具体定位和简介便显示了出来，选择具体地点还可直接获取导航路线。

“广东既承载着‘岭南文化中心’的千年文脉，又坐拥‘绿色生态明珠’的优质禀赋，文旅资源与林业生态资源交相辉映、底蕴深厚。”广东省人民政府副秘书长刘华伟在发布会上介绍，“乐游广东”系列文旅地图创新构建跨部门协同联动机制，系统性整合全省核心资源，形成分类科学、标注清晰、指引精准的资源矩阵。

“乐游广东”系列文旅地图通过借助高德地图的流量优势与技术沉淀，运用大数据、AI智能等先进技术，实现旅游服务模式从“人找服务”向“服务找人”的升级，有效提升服务获取的便捷性与精准度。整合优质商户资源与多元产品体系，以文旅场景为核心，延伸至餐饮、住宿、交通、购物、娱乐等配套服务，实现“一站式”出行体验。

“乐游广东”系列文旅地图还紧扣消费季聚人气、促消费目标，全力擦亮“乐游广东”文旅品牌。通过“点一线一面”串联模式，将分散的文旅目的地与生态空间整合为实体矩阵与展示窗口，结合“跟着赛事去旅行”“迎峰会游广东”“寒假游学广东”等消费季重点活动，让品牌影响力随活动热潮持续提升。

## 囊括全省文旅资源

“此次联合打造‘乐游广东’系列文旅地图，我们精心筛选整合全省21个地市的博物馆、公共图书馆、文化馆、美术馆以及旅游景区等五大类优质资源，首批推动相关信息‘上图入库’，精准展示文旅场所核心信息，可视化呈现区

位分布，分级分类分区域构建动态更新的智慧地图。”广东省文化和旅游厅副厅长赵红表示，“乐游广东”系列文旅地图的核心价值在于打破资源壁垒，实现精准化整合与场景化呈现，系统梳理全省文旅资源要素，同时深度融合“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动特色，让文旅亮点可感、可及、可享。

博物馆方面，地图整合61家二级以上博物馆精华资源，提供热门展览实时推送、文物讲解语音导览等服务功能。游客来到博物馆，既可以观赏高品质文博展览，体验国家级非遗民俗，又能参与“醒狮研学”“考古研学营”等特色活动，还可以选购精美文创产品，实现从“线下观展”到“把文化带回家”的一站式深度体验。

图书馆方面，地图收录93家国家一级图书馆，实现开放时间轻松查询、目标场馆快速定位、路线导航精准获取。在场馆内，游客可深度参与消费季期间的各类专题阅读活动、名家讲堂、图文展览等，在书香中感受岭南文化的深厚底蕴，体验大湾区的时代脉动。

文化馆方面，地图上线93家一级重点场馆，推荐热门活动、公益培训等资讯。游客可以在“非遗大师工作坊”体验蔡李佛拳、英歌舞、端砚制作等传统技艺；参与“非遗馆过寒假”“非遗小记者”等亲子研学项目。节假日期间，场馆将推出戏曲、音乐、话剧、歌舞剧、音乐剧、亲子剧等文艺演出，持续丰富市民游客文化生活。

美术馆方面，地图汇集24家国有重点美术馆核心资源，市民游客可一键查询开馆时间、最新展览和观展指南。为满足艺术爱好者的深度需求，部分美术馆特别推出“策展人导览”“艺术家访谈”等专题内容，同步开放数字展厅，举办岭南名家讲堂、精品画展等系列活动，推动高雅艺术融入生活、惠及大众，实现美育成果全民共享。

旅游景区方面，地图汇集100家4A级以上经典景区，覆盖滨海、森林、温泉、主题公园等多元业态，精准对接暖冬度假、生态康养、休闲购物等多样化消费需求。通过地图，游客可直观了解全省优质景区的分布与特色信息，轻松定制个性化旅程，实现旅游资源一站

式获取与便捷高效游览。

接下来，广东省文化和旅游厅将持续优化地图功能，丰富数据支撑，以点串线推出一批精品旅游线路，推动地图在更广范围、更多场景中实现深度应用，让“乐游广东”系列文旅地图更实用、更贴心，切实服务社会发展、惠及广大民众。

## 推介自然保护地和植物园

“乐游广东”系列文旅地图还推介了广东30个自然保护地和20个植物园。

广东省林业局副局长吴晓谋表示，广东生物多样性丰富，是全国第一个自然保护区的诞生地，也是第一个自然保护区建设示范省，还是全国第一个同时创建国家公园和国家植物园的“双园之省”。刚结束的全运会的吉祥物原型就是珠江口的中华白海豚，在惠东风景如画的双月湾，有中国唯一的海龟国家级自然保护区，韶关曲江有中国最大的鳄蜥分布地，深圳福田有鸟中大熊猫“黑脸琵鹭”，都是难得一见的保护动物。在华南国家植物园、深圳仙湖植物园可以看到上万种热带、亚热带植物。岭南的生物基因库，已从专业保护走向全民共享。

吴晓谋介绍，广东的生态景观也很独特，地处热带与亚热带的交汇处，自然保护区内有丰富的自然景观。从粤北的原始森林和丹霞地貌，到连南万山朝王喀斯特地貌，再到饶平青岗国家地质公园花岗岩、火山岩地貌，都可以领略大自然的鬼斧神工。在城央湿地深圳华侨城湿地公园、东莞华阳湖湿地公园、滨海湿地珠海横琴国家湿地公园、中山翠亨国家湿地公园，小鸟和人类亲密共处、比邻而居。广州白云山、佛山西樵山、肇庆七星岩等自然保护区，则记录着南粤大地的历史与文化。通过推荐，可以让市民游客一起感受人与自然和谐共生，山水与历史交相辉映。

吴晓谋还提到，广东自然教育很丰富，粤港澳自然教育讲坛、关注森林活动、森林文化周等品牌活动不断拓展。市民游客可以在高德地图通过网上订票进入国家公园和植物园，也可以通过“广东林业”微信公众号在线预约，免费进入自然保护区参与自然教育课程。



市民游客在十五运会赛场观赛(资料图)

## 记者观察

## “文旅+”新时代刚刚启幕

回望十五运会，粤港澳大湾区文旅产业犹如经历了一次“升维竞赛”——

从发展维度看，“旅游+体育”的深度融合正在打破产业边界。通过“赛事票务+文旅产品”的深度整合，不仅激活了三地资源的存量价值，更打破了体育与旅游、文化等产业的壁垒，推动形成全新的产

业生态。

从区域协同看，全运会作为展示大湾区融合发展的重要窗口，加速三地协同发展。这种协同不仅体现在基础设施的“硬联通”上，更体现在服务标准、市场监管、信息互通等“软联通”上，为大湾区文旅一体化发展奠定了坚实基础。

从品牌建设看，大湾区需将“赛

事吸引力”转化为持久的“品牌吸引力”，持续推进“旅游+”融合发展战略，不断丰富“赛场即景点、观赛即旅游”的体验场景，让市民游客在感受体育激情的同时，也能深度领略大湾区的人文魅力及发展活力。

赛事虽已落幕，但它所开启的湾区“文旅+”新时代，才刚刚拉开帷幕后。(刘星彤)