



一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 刘星彤

出海：首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”开启试运营

12月24日，首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”于上海吴淞口国际邮轮码头鸣笛离港，开启首个试运营航次，该船自此迎来2024年元旦商业首航前的倒计时阶段。

作为国之重器的爱达·魔都号致力于打造海上“丝绸之路”艺术空间，联合敦煌研究院推出《念念敦煌：数字敦煌走进爱达邮轮》艺术展，以饕餮盛宴走进爱达邮轮艺术展，以饕餮盛宴走进爱达邮轮艺术展，以饕餮盛宴走进爱达邮轮艺术展。



爱达·魔都号启航当天 羊城晚报记者 刘星彤 摄

畅游：汕汕高铁开通，首团体验“新高铁速度”

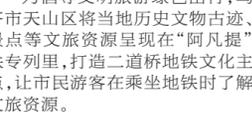
12月26日，汕汕高铁汕头南至汕尾段正式开通运营。汕头广之旅组织汕头首团近200人乘坐首趟班次前往汕尾，感受又一“新高铁速度”。首团游客获赠首发团证书及相关纪念品。汕汕高铁（汕头站—汕尾站）是“八纵八横”高速铁路网沿海通道的重要组成部分，本次开通运营的汕头南至汕尾段线路长度143公里，最高时速按350公里运营，最快36分钟即可抵达。

首航：甘肃敦煌迎来今年首班国际旅游包机

12月24日，搭乘133名游客的雅加达至甘肃敦煌国际旅游包机首航航班顺利降落在敦煌莫高国际机场，该航班由印度尼西亚巴迪航空执飞，标志着雅加达至敦煌国际旅游包机往返航线的正式开通，这是今年敦煌迎来的首班国际旅游包机。

新鲜：到乌鲁木齐坐地铁逛巴扎

12月23日，第二十一届中国乌鲁木齐丝绸之路冰雪风情开幕式天山分会场——“乘着地铁逛巴扎游天山”主题活动暨“阿凡提”号文明旅游绿色出行地铁专列发车仪式在乌鲁木齐三屯碑地铁站启动。



为倡导文明旅游绿色出行，乌鲁木齐市天山区将当地历史文物古迹、景区景点等文旅资源呈现在“阿凡提”号地铁专列里，打造二道桥地铁文化主题站点，让市民游客在乘坐地铁时了解当地文旅资源。

元旦：热门城市民宿预订量大增，“冰雪+民宿”最流行

2024年元旦，民宿出行再迎高峰，其中冰雪游延续冬季热度，成为民宿预订的热门。途家平台数据显示，截至12月25日，2024年元旦热门城市民宿预订量同比增长超4倍。

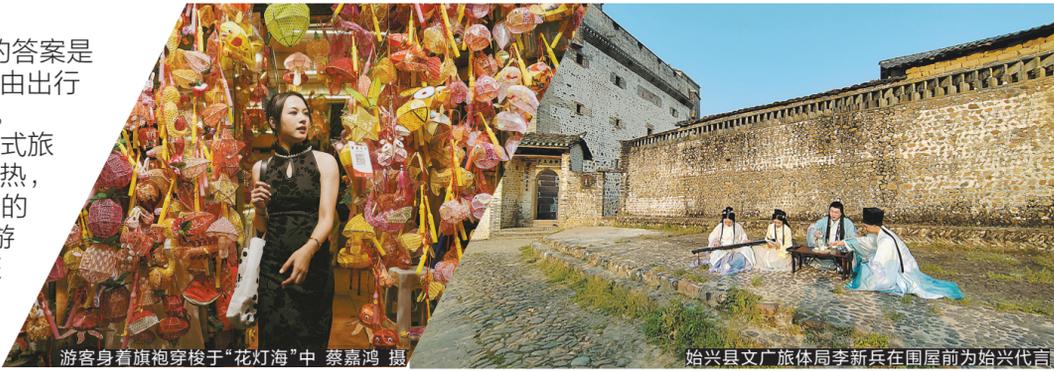
其中，哈尔滨民宿预订量同比增长27倍，沈阳增长20倍，延边增长8倍，长春、牡丹江等地增速亦居前。预订滑雪相关民宿的客人中，超六成成为90后和00后。



漠河北极村，游客在冰封的黑龙江上体验泼水成冰 图/新华社

港澳：香港连续三日超过百万人出入境

12月26日，香港入境处公布，12月23日至25日，香港连续三日超过百万人出入境，三天内的离境人数高达178.8万人，超过七成成为香港居民外出旅游。



游客身着旗袍穿梭于“花灯海”中 蔡嘉鸿 摄

始兴县文广旅体局李新兵在围屋前为始兴代言

在2023年，您出门旅游了吗？很多人的答案是肯定，跟此前三年习惯性的居家相比，当下自由出行一览祖国大好河山的澎湃心情常常涌上心头。

盘点2023，从“文旅局长卷上天”“特种兵式旅游”“村BA”“村超”到城里的City walk、文博热，再到双节叠加景区景点“人从众”……持续上涨的热情、不断刷新的数据，那些让我们难忘的旅游热词背后，映射出人们对美好生活的期盼，是旅游市场的强势复苏，也呈现出市场气氛、旅游体验和网红城市的新变化。

文/羊城晚报记者 黎存根

市场之变 强劲复苏

2023年，各大景区再现人潮涌动的火爆场景，旅游市场迎来久违的“烟火气”。有统计记录以来热度最高的假日市场，一票难求的文博场馆热和演出市场热，是今年中国旅游市场变化的缩影，也是市场强劲复苏的注脚，更有文旅融合不断向下深挖的推动。

盘点2023 那些让我们难忘的热词背后 是文旅强势复苏

国庆中秋期间，广州北京路人气旺 李春梅 摄



广州艺术博物院（广州美术馆）新馆 梁颖 刘颖颖 摄

特种兵旅游很讲究交通便捷 新华社 发

热词“人从众”

10月1日，来自全国各地的30多万游客在天安门广场见证五星红旗迎着第一缕阳光冉冉升起。大家熟悉的景区景点“人从众”再次大量出现！2023年的中秋节和国庆节前后相连形成8天超长假期，叠加杭州亚运会和多地文旅政策效应影响，公众旅游、探亲、观赛等出行需求十分旺盛，形成了有统计记录以来热度最高的假日旅游市场。经文化和旅游部数据中心测算，8天假期国内旅游出游人数8.26亿人次，按可比口径同比增长71.3%，较2019年增长4.1%；实现国内旅游收入7534.3亿元，按可比口径同比增长129.5%，较2019年增长1.5%。这是有统计记录以来热度最高的假日旅游市场！

12月14日，国务院新闻办公室举行“权威部门话开局”系列主题新闻发布会。根据统计数据，今年前三季度，国内旅游总人次36.7亿，实现旅游收入3.7万亿元，同比分别增长75%、114%。居民旅游需求得到集中释放，居民出行大幅度增加。在带动相关消费扩大的同时，也促进了经济复苏。在回答记者提问时，文化和旅游部副部长杜江表示，今年的旅游市场可以用“火爆”来形容。

热词 文旅局长卷上天

2023年上半年，亿万网友都在惊呼“现在各地的文旅局长们真是‘卷’上天了！”。随着全国各地文旅复苏的加速，文旅局长“豁”出去了，用变装穿越、秀才艺、挑战极限等方式，加入宣传本地文旅资源的“内卷”浪潮，获得好评，成为热门话题。

的相关地方旅游搜索热度有不同程度的增长，营销效果良好。正如中国旅游研究院院长戴斌所言，旅游需要网红，但网红不是旅游的全部。“出圈”之后的文旅局长们，在转变了文旅推广工作思路之余，也越发重视便捷的交通体系、完善的基础设施、公共服务和商业环境、高品质的生活方式等旅游目的地发展的底层逻辑，做大文旅品牌、深挖文旅特色，探索出适合自身文旅产业高质量发展的路径。

热词 文博场馆热

“未来7天全部约满”“根本约不上，疯狂刷”……这是今年暑期和节假日多地的博物馆出现的“一票难求”情况。2023年7月至8月广东省博物馆（以下简称“粤博”）参观总人数近70万人次，是2019年同期的两倍多。农讲所纪念馆暑期入馆总人数约29万人次，比2019年同期的16.1万人次高出近一倍。

等创新手段、多措并举，持续增加优质供给，更好地满足大众多元消费需求。为缓解“一票难求”压力，满足观众入馆文化需求，广东多家博物馆纷纷灵活调整了开放时间，并推出“博物馆之夜”、观星露营、音乐会等趣味文化活动，让观众入馆不只观展，拥有了更丰富的文化体验。暑期，全国多家博物馆宣布打破“周一闭馆”惯例，更好满足市民游客的精神文化需求。

热词 演艺带火旅游

2023年，“为一场演唱会奔赴一座城市”成为一种文化旅游新现象，“随着‘开票即售罄’成为不少演唱会、音乐节门票开售的现况，甚至有的观众‘蹲’了30场演唱会还是没抢到一张票”，“去从没听说过的城市看演出”。

的乘数效应。演出周边酒店溢价率大幅拉升，苏州、成都、杭州、广州、重庆、深圳等地，最高溢价率达40%以上。抖音2023暑期文旅数据报告也显示，暑期音乐节、演唱会相关话题播放量360.7亿次，活动带动武汉景区游玩订单环比增加72%、销售额环比增加86%，带动西安景区游玩订单环比增加70%、销售额环比增加92%。

2023年前三季度，旅游演艺客均收益贡献是同期景点门票客均收益贡献的5倍，展现强大

体验之变 玩法有个性

景区已不是游客出行的唯一动力，生活元素融入旅游休闲，解锁旅游新玩法，展现了旅游消费的个性化需求。

热词 特种兵式旅游

30小时往返1300公里游6个景点、33小时速游北京一天8个景点……2023年，在年轻人中悄悄兴起了一种很新的旅游方式——“特种兵式旅游”，越来越多的当代年轻人选择挑战体力和时间的极限，以求花最少的时间和金钱，游最多的景点，追求短时间、高效率，主打的就是一个“去过”。各大社交平台上，无数的“特种兵”们利用文字和图像记录自己的“战绩”。

设施高效”。交通体系的日益完善、网络技术的日趋发达、服务业质量的进一步提升，再加上一些热门景点开放了夜间游览模式，一些公共场所24小时营业，为旅游者提供美食与歇脚场所，都为“特种兵式旅游”提供了可能性与可行性。特种兵式旅游虽然有“年轻人业余时间不够多，钱包不够鼓”的原因，但并不是简单地穷游，也在积极的体验美食美景，是一次享受旅游的狂欢。不失为当代年轻人读万卷书、行万里路的一种实践。

热词 城市漫步(City Walk)

2023年，一股城市漫步(City walk)风潮在中国各大城市兴起。继特种兵旅游之后，年轻人乐此不疲地结伴逛在小马路。不了解的人以为这是传统“轧马路、遛弯”的新说辞，City Walk，玩法比普通逛街更有主题性质。

根据不同的线索与思路，人们将城市中的元素重新串联，衍生出越来越多的文旅新场景。无论是外地游客，还是本地居民，在City Walk中对城市的全方位探索，除了赏美景美食还感受城市的那份“人情味”。



贵州榕江“村超”身着民族服装的观众游客 新华社 发

地点之变 网红城市“下沉”

2023年的假日，中国旅游市场上文旅融合趋势明显，文化地标成为热门目的地，富含“网红”文化的城市更受青睐。而在2023年，网红城市已不再只是大城市的标签，越来越多二三线、甚至四线城市走到了前台，实现了网红城市的“下沉”。

热词 江门《狂飙》

2023年开年扫黑大剧《狂飙》收视一骑绝尘，为剧集核心取景地广东江门带来前所未有的关注度。江门其实一直都有成为网红城市的潜力。从大热影视作品《让子弹飞》《一代宗师》《风雪夜归人》《除暴》等在这里拍摄，《狂飙》终于实现了“影视作品带火一座城市”。

和156.77%。其中，A级景区接待游客96.36万人次，同比增长189.54%。《狂飙》的“长尾效应”逐渐显现。

官方数据显示，中秋国庆假期，江门全市接待游客501.3万人次，旅游收入28.81亿元，同比分别增长170.49%

近年来凭借影视剧成为网红的城市很多，如凭借《你好，李焕英》而一炮走红的湖北襄阳，凭借多部影视剧而成为热门的福建厦门等。《中国影视取景报告》显示，热衷享受生活、探索世界的90后、00后成为取景地旅游的消费主力，占比超57%。并且一线、新一线城市居民更爱跟着影视综打卡。

热词 淄博烧烤

“别问车票多少钱，就问青春有几斤”。不仅当代大学生奔赴淄博“烤场”，甚至有游客不惜搭国际“飞的”穿越大半个世界来淄博撸串。上半年的三四月份，国内几乎所有的美食话题都被“淄博烧烤”所攻占，成为一种现象级“围炉夜话”。如

今，已被烧烤带火的山东淄博，不仅成为三线城市中的“顶流”，还是全国旅游城市学习的榜样。

从英国、法国、非洲抖音经常看到不少人争相搭国际“飞的”穿越大半个世界来淄博撸串，“淄博烧烤”微信指数连续10天超过100万量级。

热词 黔东南“村赛”

凭借火热的现场氛围，颇具特色的民族表演……贵州黔东南州的“村超”“村BA”火爆了全年，成为2023年网红旅游目的地的顶流，也带动全国各地“村”字头体育赛事的滚滚热浪。

黔东南台江县的“村BA”（乡村篮球比赛），以惊人的能量和独特的魅力快速“出圈”。在黔东南榕江县所举办的“村超”（和美乡村足球超级联赛），更是以单场最高上座人数超6万，全网浏

榜单 文/羊城晚报记者 刘星彤

来自民航的2023文旅消费回顾—— 大城市孩子创造最火假期 小城市青年展露消费新动能

2023年已进入尾声，疫后复苏的这一波，民航作为消费的风向标，见证了国内旅游消费的活力。《2023年去哪儿旅行数据报告》显示，2023年国内机票预订量创历史新高，已大幅超越2019年水平。过去一年中，各年龄段游客的出游热情都得到了释放，带动各个城市的消费增长。

国内机票预订创历史新高

2023年，旅客的出行需求空前高涨，出行距离更长，基本上每个省的国内机票预订量都比2019年同期更高，全年预订

更创下历史新高。国内热门目的地中，北京、上海、成都、广州、重庆、西安、杭州、深圳、长沙、南京位列前十。

2023年酒店平均支付价格较2019年增长二成。其中价格涨幅较高的为经济型酒店，高档、豪华型酒店涨幅相对平缓。

普吉岛豪华型酒店连住21天，尽享“躺平”的快乐。

越来越多人第一次乘飞机出行

2023年，不少旅客通过去哪儿平台预订了“人生第一张机票”，其中90后占比超四分之一，越来越多的年轻人有了第一次乘飞机出行的经历。

2019年前，60岁以上占8%。

新一线城市成亲子游出行主力

2023年，新一线城市成为亲子游绝对的出行主力。来自新一线城市孩子的机票预订量是同期一线城市的2.2倍、二线城市的1.3倍。

拥有“必打卡”景点的大城市是带娃出游的首选，自然风光优美的旅游城市也受到青睐。

年轻人能省会花 出游意愿高

小城市青年是一群热爱旅游的潜力股，既爱玩也会玩，旅游消费潜力无限。去哪儿平台上购买机票的游客中，三、四、五线城市出发的旅客量较2019年增长三成。

四线城市生活压力相对较小，出游的意愿更高。数据显示，今年暑期亲子游群体中，三、四、五线城市的旅客平均游玩天数超过5天，比大城市游客多0.8天，有六成旅客会一次旅程游玩3个以上目的地。

能省会花，在年轻群体中，三、四线城市旅客搜索比价次数更多，超过20次，从下单金额来看，其中七成以上旅客机票支付价格低于平均值。