



关键词1 奔县游

“万水千山比不过县城一碗汤”

“千层山 万重浪 比不过县城一碗汤”，当《县城》都已被年轻人写成了歌，难怪有人说，县城/小城是中国的底色，更已是年轻人新的心向往。

这一年，从天水麻辣烫到淄博烧烤，从安吉“村咖”到泉州簪花，走红的宝藏小城各自散发着独特魅力，“县城们”变得更通达、更潮流、越来越“卷”。《全国县域旅游发展研究报告2024》显示，2023年全国1866个县域旅游总收入平均值42.95亿元，接待游客总人数平均值为508.27万人次，分别同比增长41.19%、35.18%。根据同程旅行数据，今年“十一”假期全国近百个县城酒店预订热度同比上涨超过50%。

在中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文化旅游研究院院长吴若山看来，“奔县游”走红因素众多——城市居民对乡村怀有深切的向往，基于乡村振兴战略的推进和实施，县域旅游产品的多样性和文化吸引力也在大幅提升，县城独特的风光和宁静的氛围，以及

质优价廉的“质价比”，都让年轻人欲罢不能。

和老牌的热门旅游城市相比，县城没有人山人海和千篇一律，有的是“松弛感”“个性化”“烟火气”以及“生活在别处”的体验感。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子认为，今年县域旅游的火热有望带动地方建设进一步提速，而这也必将反哺县城旅游业的发展，“形成一个正循环”。



游客在官渡古镇游玩

关键词2 “观演游”

“一台好戏成旅游城市标配”

脱口秀、音乐节、演唱会、舞台剧、话剧、Livehouse……这一年，国内演出市场延续去年的热度，呈现供需两旺势头。越来越多年轻人选择用观演的形式展开短途旅行，各类演出则凭借“多巴胺的快意”吸引人们奔向一个个目的地，为了一场演出奔赴一座城，已变为生活常态。

根据携程数据显示，2024年1月至10月，脱口秀、音乐节、舞台剧等文化类演出的门票订单量较去年同期增长65%，各类演出场次与观演人次均保持两位数增长，演出所创造的直接收入和带动的旅游消费也保持高速增长势头。北京、上海、广州等一线及新一线城市的旅游演艺、演唱会等相关旅游消费热度更高。

跟着演出去旅行的年轻人，掀起跨城“轻度假”潮流，为周边游的增长提供了新的动力。同程研究院首席研究员程超功认为，“演出+旅游”已成为文旅融合的当下热点，“包含演唱会、音乐会、话剧等在内的演出，其本身已成为目的地的旅游产品的重要组成部分，对于当地旅游消费的带动效应正在不断扩大——‘一台好戏’已经成为一个旅游城市的标配。”



年轻人在演唱会现场合唱蹦迪(资料图)

关键词3 古建游

“中式旅游是主动创造的新潮流”



官渡古镇金剛塔

随着《黑神话：悟空》《庆余年2》的火爆“出圈”，游戏、影视剧的主要取景地山西、重庆今年的热度更胜以往，去打卡热门IP场景中出现的古建筑，成为游客的新热衷。

据马蜂窝大数据显示，今年暑期，山西云冈石窟、平遥古城、应县

木塔、悬空寺，四川安岳石刻，重庆大足石刻等古建筑热度空前暴增。目睹这一热点，各大旅行社、民宿酒店“各显神通”，推出“跟着悟空游山西”“重走梁林路古建巡礼”等主题路线，打出“悟空同款”标签吸客，甚至利用古宅民宿带客人“穿越明清”，为“古建游”解锁更多新元素、新体验。

截至目前，全国认定历史建筑共有6.72万处，古建游的市场前景不可估量。中国青年报社社会调查中心联合问卷网进行的一项调查显示，“古建游”最吸引人们的是建筑美学、古代风貌和人文情怀。游览前，大部分受访者会提前做功课，学习古建筑知识，“古建游”已成为当代青年文化自信增强的体现。

曾经小众的古建游走入大众视野，博物馆、石窟寺、遗址遗迹等成为年轻人竞相追捧的旅游“新国潮”，其背后是“中式旅游”风潮的崛起。越来越多年轻人正成为中式旅游的拥趸，携程研究院高级研究员沈佳旻认为，“中式旅游不再只是浏览历史的陈迹，而是主动创造一种新的潮流。”

关键词4 文化夜游

“地方文化资源与沉浸式夜游的双向奔赴”

乡村古镇夜游、夜间文化艺术展览、城市夜行、公共空间的夜间演出……2024年，文化夜游产品“全面开花”，园林夜游、水岸夜游、动植物园夜游、博物馆夜游、Citywalk夜游等创意夜游项目层出不穷，从“亮化”到“美化”再到“文化”，夜游项目作为文旅产业的新鲜血液，为各个城市点亮夜空。

2024年中秋假期，中秋赏月、游园等深度体验历史文化的夜游体验成为文旅消费亮点。各大城市的夜游船、园林古镇、集市等成为年轻游客赏月的聚集地，结合现代技术与当代表演形式的沉浸式实景演出、灯光秀等夜游项目，更是备受欢迎。

文旅融合的时代大势下，地方文化资源禀赋与沉浸式夜游正在不断融合，呈现一场双向奔赴。暨南大学深圳旅游学院院长文吉认为，“夜游项目通过创造性的表达方式和现代化的技术手段，一方面使传统文化得以活化传承，有助于增强游客的文化自



珠江琶醍夜景 郭思杰 摄

文旅点亮2024 九大标签热词回顾全年

文(羊城晚报) 记者(署名除外) 刘星彤 实习生 熊安娜

即将挥别的2024年，“奔县游”“古建游”“China Travel”等一连串热词见证了文化旅游业复苏的全面提速，记录了大众旅游消费的一片繁盛。

这一年，国内旅游业加快高质量发展进程，传统业态不断提升，新业态新场景不断涌现，推动旅游与文化、体育、商业、农业等加速融合。除了知名旅游景区，演出、赛事、影视剧等也成重要的旅游吸引物和休闲新选择，各式各样的“文旅热”引爆全国各地，成为百姓生活常态，将旅游业作为幸福产业、民生产业、新兴战略性支柱产业的应有作用尽情发挥。

2024，我们梳理出文旅九大标签热词，你PICK了几个？



清远是广东省内“奔县游”的热门目的地，图为游客在森波拉度假森林游玩 景区供图

关键词5 China Travel(中国游) “在世界舞台展示中国的美丽窗口”



波多黎各的游客在上海外滩留影

“景点长满外国人”，2024年的有趣现象之一。

今年以来，得益于我国72/144小时过境免签政策适用范围不断扩大，入境免签国家名单持续扩充，时限不断延长，来华航线、航班数量陆续增加，“China Travel”(中国游)成为国际网络热词，“打卡中国”火爆社交媒体。当外国的视频博主纷纷带着镜头与好奇涌入中国，从签证咨询到旅游接待，入境旅游业务迎来“爆单”，越来越多的国际友人加入“China Travel”大军。

国家移民管理局7月5日公

布的数据显示，上半年全国各口岸入境外国人1463.5万人次，同比增长152.7%。其中通过免签入境854.2万人次，同比增长190.1%。

随着“China Travel”成为“流量密码”，外国博主开始深入探索中国的“另一面”，从感慨“中国和我想象中不一样”变为探索“中国为何进步如此巨大”，“外国人中国游”的背后，俨然是一次长期的文化展示与输出。

这一年，广东的旅行社在入境旅游业务中取得突破性进展。其中，广之旅成为唯一为国际中转

旅客提供“广州一日游”的旅行社，并在这一年重启入境自驾游业务，成功组织首个超跑入境自驾游团等，拓宽了外国人游中国的足迹和影响力。

当前，更多签证互免、通关体验“丝滑”、支付便利、外国游客旅行指引手册等便利措施，正持续提升“歪果仁”的旅游体验。在业界看来，当“外国网红”们疯狂种草中国的热门旅游目的地和著名景点，国内旅游业在抓住市场机遇的同时，更可借此机会成为在世界舞台展示中国的美丽窗口。

关键词6 银发力量 “新银发族引领品质出游”

2024年被称为“银发经济元年”，国务院和人力资源社会保障部先后发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》《关于强化支持举措助力银发经济发展壮大的通知》，“新银发族”引领的银发经济在文旅领域持续释放活力，呈现出迅猛发展。

“新银发族”主要指出生在1962年到1975年的一代人。时代的经历，使得他们成为积攒了足够阅历、视野和能力，同时拥有健康体魄、个性化需求且更注重自我表达的新一代老人。

天津狮子林桥的跳水大爷大妈，喜提房车的自驾游阿姨，唱《东风破》的西湖边大爷……“新银发族”作为推动文旅行业快速发展的一股特殊力量，其“价格敏感”“消费唯价格论”的刻板印象正被打破，新型的老年旅游模式也不再是简单的跟团游，而是以更自主、更多元、更高端的品质面貌出现。

这一年，广之旅面向“初退休人群”的“乐龄乐活”俱乐部正式上线，同步上线的还有旅居、康养线路，其倡导的“一半旅行，一半美居，一方慢游，一处慢享”的新



来自湖南郴州的旅客温德娟(中)在列车上为大家表演东北舞蹈

式生活，丰富了一群“老广”的出游感受。为银发客群研发的老年研学、养生限定、胜览古迹、乡村漫游、生态休闲等特色主题活动，则让志同道合的银发族能够探索更多有趣、有料、有温度的“老游所乐”“老游所获”的愿景。

中国旅游研究院数据指出，我国中老年用户年出游总次数近

12亿人次，占据国内旅游客源市场的36.81%，旅游消费年均增速达23%。携程数据显示，截至2023年10月15日，65岁以上人群出游数量比去年同期增长近两倍。老年游览观光、康养度假、休闲娱乐、兴趣研学、体育健身等需求，已成为旅游目的地布局的重点业态和市场。

关键词8 文博热 “馆中文物活起来”

“了解一座城市，先走进博物馆”。

今年国庆期间，广东省393家博物馆共接待观众总数为488.95万人次。截至11月28日，2024年中国国家博物馆观众累计预约已达6309187人次，平均每天接待观众2万余人，同比增长10%。

“淡季不淡、旺季更旺”成为博物馆开放运营的常态。为此国家文物局发布通知，提倡博物馆适当延长开放时间，“非必要不预约”。河南洛阳博物馆馆长李文

初认为，博物馆不断创新探索，用青春语言讲好文物故事，成为吸引年轻游客的关键。

如今的博物馆不仅“颜值”越来越高，同时还拓展着线上线下的产品供给，如数字IP、文创产品、纪录片等，花样翻新的文物与博物馆叙事方式，让馆中的文物“活起来”，也“火”起来。

随着“文博热”的兴起，以文博机构为载体的夜游经济、汉服旅拍、非遗研学等也迎来热潮。北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云认

为，这体现了当代年轻人对中华优秀传统文化的偏爱，“旅游发展已从早期的资源型变为内容和体验型，越来越多游客会被一个地方深厚的文化所吸引，文博场馆、文化遗产地成为重要的指向地。对于年轻人来说，将传统文化和时尚消费方式结合的新国潮尤其有着强大的吸引力。”

“文博热”是文化消费需求旺盛的生动缩影。年轻游客掀起的千年文明打卡热，以另一种方式展现出青年一代的文化自信。

关键词9 平替旅行 “将自我需求与性价比放在首位”

“不是××去不起，而是××更有性价比”成为今年横扫社交网络的热门话题。

越来越多的年轻人踏上寻找“平替旅行”之路，人少、小众，既有相似美景又有独特体验，成为他们选择平替目的地的首要考量因素。

在年轻人身体力行的挖掘下，无数宝藏小城以“××平替”的名义出圈——在广西崇左享受

不输桂林的诗画山水，在湘西茶峒感受凤凰古镇的同款《边城》风情，在甘肃甘南体验不必担心高反的藏地文化和美景……马蜂窝数据显示，今年以来，站内“平替旅行”相关搜索浏览量较去年同期增长33.7%，内容量增长134%，共有超200万用户分享了“平替旅行”经验。其中，90后和00后成为“平替旅行”的主力军，两者占比共计达到59.1%。

“‘平替旅行’的流行，本质上是年轻人旅游消费观念变化的体现。越来越关注自我的他们不再盲目跟风、追逐热门，而是将自我需求、体验感和性价比放在了首位。”马蜂窝旅游研究院副院长王晓雪认为，“平替旅行”的盛行，不仅为年轻人提供了更多元化的目的地选择，也为那些尚未被充分开发的“小城”带来了更多机遇。



《我的阿勒泰》让新疆阿勒泰地区出圈