



文
羊
城
晚
报
记
者
黎
存
根

图
羊
城
晚
报
记
者
林
清
石

日前,由广东省文化和旅游厅主办的2025年首场“粤式新潮流”广东文旅消费新业态热门场景交流分享会在中山成功举办。广东文旅消费新业态热门场景调研组实地调研中山市南朗镇崖口村、小榄康公屿手艺人坊,进一步挖掘“农业研学+乡村旅游+民宿休憩”“文化体验+特色餐饮+创意集市”的融合潜力,探索“粤式新潮流”成功落地路径。

近年来,广东省文化和旅游厅以“粤式新潮流”为抓手,深度挖掘全省文旅领域沉浸式、体验式、互动式的消费新场景,自2023年起,连续三年开展“粤式新潮流”文旅消费新业态热门场景征集活动,累计吸引超800家单位申报,目前已培育推出115个示范性场景。其中,刚刚结束申报的第三批“粤式新潮流”征集活动,申报单位数量再创新高,覆盖科技潮玩、滨海旅游、创意演艺、休闲运动等十大领域,吸引近400个项目参与。“粤式新潮流”已然成为了广东省文旅消费新的IP品牌,正以“场景创新+消费激活”的模式擦亮广东文化强省和旅游强省的金字招牌。

记者了解到,接下来还将举办多场“粤式新潮流”实地调研分享活动,贡献更多文旅高质量发展的“广东智慧”与“广东样板”。



小
榄
民
俗
博
物
馆



崖口村稻田海

“广东文旅消费新业态热门场景调研组”走进“粤式新潮流” 触摸“新岭南田园主义”生活方式

崖口村

打造具有文化底蕴的乡村酒店

盛夏,还没进入崖口村,就能看到村口那一片片金黄色的稻田,美不胜收。这里大片的农田和原汁原味的滩涂,仿佛一片世外桃源,几位游客正在拍照,裙摆随风飘扬,与稻田交相辉映。崖口村党委书记、村委会主任谭锦鹏介绍,通过积极迎接深中通道带来的“泼天流量”,2025年上半年,游客数量超过300万,仅停车收入就超200万元。

记者在崖口村现场看到,靠近稻田一侧的村民住宅不少已经主动拆掉了院墙,办起了民宿、“村咖”,向游客开放。目前,以“OLD BOY”咖啡为主,村道和稻田边已发展起约25家“村咖”,年营收超1000万元;民宿方面,聚力打造禾舍书屋民宿等有辨识度的品牌IP,放大集聚效应,推动“一田民宿”“野小院”投入运营,初步形成13间民宿组成的“崖口民宿集群”;美食街区建设上,通过支持培育18个集装箱店、对东堤79户摊位实行“零租金”等方式,继续做优做强超6公里的“美食经济带”。

“我们融合村里面的既有资源连成了一条比较完整的产业链,包括村里面的民宿,‘吃、住、玩、娱’都有了。”谭锦鹏自豪地说。目前,“村咖”、稻田风情街及东堤集市等轻餐饮就业人群以年轻人居多,约230人;民宿就业群体以中年人为主,30人左右;海鲜街、煲仔饭街就业群体则是以本村的中年人为主,80人左右……

一位“村咖”主理人说:“客流量越来越多了,村里也变得越来越大。”通过“港车北上”自驾到崖口村入住“野小院”民宿的香港游客告诉记者,这里的田园美景给他留下了深刻的印象,“非常想在这样的地方生活”。

谭锦鹏透露,崖口村将通过“引进来,走出去”的方式,引进更多高端乡村酒店品牌,带动本土民宿提质提量。“崖口村将对标莫干山民



调
研
崖
口
村
乡
村
旅
游

康公屿

实现文化价值和经济价值双重活化

在小榄老城区,早已破败的小榄蚕种场经过微改造后摇身一变成为康公屿手艺人坊。来自广州的游客张小姐表示,“这里既有小榄民俗博物馆、非遗项目展示等小榄特色的文旅资源,也有各类咖啡店、网红店等新兴业态,这些都是我们游客喜欢打卡的场景。”因其丰富的业态,这里已成为小榄近年来最火爆的人气产业园之一。

这里的一街一巷都承载着历史,仿佛一砖一瓦写满了故事。走进前身是同责医院的小榄民俗博物馆,这里以传统节日饮食、婚俗、织布、茶薇酒业、理发店、电影业发展等主题,生动形象地再现小榄清末民初时期改革开放初期的衣食住行、生活、生产等方面情景,唤起市民游客对以往生活的回忆。园区还以“五松六路三丫水,一洞梅花十二桥”小榄传统文化为设计主题,融入小榄非遗等文化元素打造集“文化体验+商业休闲+创业办公+旅游民宿+创意集市”等功能于一体的夜间文化和旅游消费集聚区。

项目负责人李坚洪介绍,“园区现有近百家商户,而且九成以

上是二十到三十岁的青年创业者。”他们的自我定位不仅是房东,还是导师、服务员,希望通过园区的设计规划、文化建设、资源整合,让这些年轻人可以凭着双手,开启创业之路,并发展壮大。“我们有平台推广商户产品,定期举办文化活动吸引流量,同时还有商户间的合作交流。更重要的是注入小榄文化,以文化建设打造不一样的园区。”

当传统的手工艺面临传承难、受众窄、商业化路径单一等问题的时,康公屿手艺人坊创新将“生产”“传承”“体验”“销售”高度融合在一个空间中。工坊不仅是展示厅,更是生产车间和课堂,这种模式不仅为非遗找到新的生存土壤和市场空间(通过体验收费和衍生品销售实现经济效益),更有效拓宽了受众群体(尤其是年轻家庭和研学团体),实现了文化价值和经济价值的双重活化。它为广东丰富的非遗资源、地方特色产业(如陶瓷、木雕、瑞砚、潮绣、陈皮等)提供了一条可实践的沉浸式体验转型路径。



崖口村村稻海边一景

专家观点

锻造沉浸式体验新场景

近年来,全国上下持续释放政策红利,文旅新业态迎来了蓬勃发展的黄金期,特别是国家层面相继出台《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》《提振消费专项行动方案》等,都明确提出推动文旅消费产品创新。

随着“粤式新潮流”评选活动进行至第三年,“沉浸式体验、特色民俗、露营基地等新场景已经成为驱动广东文旅增长的核心引擎之一。”广东省乡村旅游协会专职副会长、秘书长晏曾节认为,此次调研就像一场热间的“头脑风暴会”,既是各地主理人分享出圈秘籍的舞台,也是文旅部门深入了解新业态的好机会。这次“亲密接触”,能给后续的认可、培育工作找准方向。他表示,实地走访和交流后,也发现了不少“成长的烦恼”,对“新业态”的理解还不到位,没能把“旅游+”的特色玩明白。另外,新业态的品牌宣传也要加强,除了要有统一亮眼的品牌体系,主理人也要走到前台,打破“养在深闺人未识”的困境。

李军认为,文旅离不开“内容为王、场景为本、体验至上”。通过调研,广东文旅已不拘泥于“文旅+工业”或“文旅+乡村”,大胆迈入更多跨界的探索领域。崖口村和手艺人坊作为中山文旅创新的微缩缩影,生动演示了“粤式新潮流”的核心要义:对本地自然禀赋和文化基因的尊重与发掘(深耕本土),以创新的表达方式与业态组合(创新表达),创造出具有高度参与性和记忆点的深度体验(体验为王)。它们的成功经验为广东乃至全国文旅产业提供了宝贵的借鉴:不必追求脱离根基的“高大上”,而应聚焦“小而美”“精而特”,让游客在真实的在地场景中,收获独特的感官享受、知识启迪和情感连接。这种“内容为王、场景为本、体验至上”的模式,正是文旅创新经得起时间考验的关键。

在李军看来,“挖掘本地文化与产业的独特基因,以跨界融合为引擎锻造沉浸式体验新场景,最终实现资源活化与动能转换的双赢”这样一条成功路径已经跃然于眼前。

记者观察

合力筑起“好感中国”立体形象:加分!

从手绘的感谢卡到满分入住好评,再到半年内接待超152万人次外国游客,“China Hotel”用优质服务向世界展示了中国文旅产业的软实力。值得注意的是,广东作为全国第一旅游大省,上半年文旅市场呈现“高开稳走、供需两旺”态势,据广州白云边检站统计,1月1日至5月22日,仅从白云机场口岸免签入境的外籍人员就超过48万人次,同比增长141%;总出入境外籍旅客超过223万人次,同比增长42%。相关平台数据显示,1月1日至5月22日,广州入境游客总人次、总消费金额分别同比增长57.86%、68.63%。

在永庆坊非遗街区,外国游客可体验广彩、广绣等岭南非遗;在广州塔VR项目中“一日穿越三千年”;更不必说粤剧名家周末大舞台的免费演出,让传统文化以时尚方式触达国际游客。这些文旅融合的创新实践,与酒店业的精细化服务形成合力,共同构筑起“好感中国”的立体形象。正如广东省文化和旅游厅相关负责人所言,当文化成为旅游的灵魂,旅游便成为感悟中国文化的、增强文化自信的过程——而这,或许正是“China Hotel”故事最动人的篇章。



旅行团在上海外滩豫园美居酒店就餐

也感受到地道的中国文化温度。

为更好地为外国游客提供便利,不少酒店还会进行多语言服务支持,如上海外滩某酒店进行全员英语培训,保证每位员工手机内均有翻译软件;北京后海鼓楼某酒店招聘熟悉英文的员工、强化基础外语词汇培训等。

科技感彰显“China Hotel”实力

体验中国的美景美食和文化之际,在入住中国酒店的过程中,从外观设计到硬件设施、服务,外国游客都收获了远超预期的体验,“China Hotel”赢得一致好评。

来自法国的摄影师马克因工作到上海拍摄外滩夜景,入住上海外滩某酒店时,对酒店的自助入住设施感到惊讶:“在巴黎,入住通常要排队15分钟,在这里喝口水的工夫就搞定了!”他惊叹道。

旅游风向

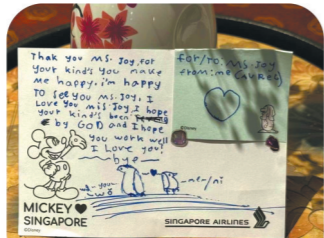
文/羊城晚报记者 刘星彤
图/受访者提供

“谢谢Joy的服务!这里像家一样温暖。”一张稚嫩的手绘英文卡片,连同几块精致的点心,被一位外国小朋友郑重地交到了上海外滩某酒店前台员工彩彤(Joy)的手中。

从精心规划周边游览路线、帮忙提前预约餐厅和迪士尼专车,到豫园主题书签、中英文小吃攻略,甚至每天口袋里“变”出的大白兔奶糖……彩彤细致的服务,让初次来上海的凯瑟琳一家人,感受到了家一样的温暖与安心。

这仅仅是一个普通又平凡的缩影。伴随着中国入境游市场的强劲复苏,“China Hotel”中国酒店凭借优质的产品设施、精细化的服务,以及可与国际媲美的产品实力与服务温度,渐成外国游客的青睐之选。

华住集团数据显示,2025年1月至6月中旬,旗下品牌酒店累计接待外国游客已超152万人次,同比增幅高达约72%。上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、苏州、重庆、西安、南京成为最受外国游客青睐的TOP10城市。



外国小朋友给彩彤手绘的感谢卡



一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 刘星彤

热度:

暑期游开场即高峰
广州成热门目的地



球迷乘坐专列到达江苏泰州站后合影
新华社发

暑假第一波出游小高峰于6月28日开启。途牛最新预订数据显示,暑假团期境内长线游和出境短线游市场热度旺盛,出游人次占比分别为45%和23%,特色跟团游预订火爆,高铁游、自驾游等碎片化出游方式受追捧,京津冀鲁、江浙沪皖、粤港澳大湾区以及川渝等区域内高铁互跨游火爆,“2-3小时高铁圈”成为热门选择。值得一提的是,广州入围高铁游十大热门目的地,同时高居自驾游热门目的地排行榜第二,仅次于上海。

出海:

广东文旅海外推广中心在巴黎揭幕

当地时间7月1日下午,由广东省文化和旅游厅、广东旅控集团联合打造的广东文旅海外推广中心在巴黎十六区隆重揭幕启用,标志着广东文旅在深化中欧合作、大力开拓入境游市场、立体传播岭南文化等国际化征程上迈出里程碑式的关键一步。

活动现场,集资讯、体验、互动等功能于一体的广东文旅海外推广中心官方网站(www.discoverguangdong.com)正式上线,并举行了海外推广中心与法国欧美亚旅行社战略合作协议签署仪式,发布“原味广东”深度体验线路,成为地方文旅国际传播的又一典范。

便利:

新疆阿禾公路正式通车



新疆阿禾公路正式通车 新华社发

6月30日,连接新疆阿勒泰市与喀纳斯景区禾木村的新疆阿禾公路正式通车。阿禾公路始于阿勒泰市,终于禾木村,全长209.45公里,串联起野卡峡滑雪公园、托勒海特等旅游景点。

自2024年9月试通车以来,阿禾公路通行车辆超4.9万辆次,吸引游客16万人次,与已建成的G217等道路共同构成了“阿勒泰市——禾木村——布尔津县——阿勒泰市”的旅游交通大环线。

新航线:

阿联酋航空开通深圳直飞迪拜航线



阿联酋航空四舱版波音777-300ER商务舱
受访者供图

7月1日,阿联酋航空正式开通深圳直飞迪拜航线。该航线开通后,深圳宝安国际机场往返迪拜的航线由原来的每周4班增至每周11班,实现“每天飞”,既便利了深圳与中东地区的经贸文旅往来,也为粤港澳大湾区居民往来迪拜、经迪拜中转至全球各地提供了更加高效便捷的空中通道。

今年上半年,深圳机场共新开、加密至万象、新加坡、曼谷、东京、济州、墨西哥城等地的10余条国际航线。下半年,深圳机场预计还将新开至马尔代夫马累、柬埔寨暹粒等地的客运航线,增加至金边等地的航班频次,进一步满足暑期东南亚旅游的出行需求,届时深圳机场国际及地区客运航点数有望突破50个。

跨界:

同程×支付宝“碰一下”购汽车票

6月27日,支付宝与同程旅行再次合作,首批搭载NFC“碰一下”无感支付功能的千余台智能票务终端机在陕西、浙江、山西、湖南等多省核心汽车客运站启动测试运营。

此次合作标志着双方在“智慧交通+场景支付”领域的深度融合,将破解节假日出行高峰期的购票痛点。乘客在客运站自助售票机选票后,只需将具备NFC功能的手机靠近票机上“碰一下”指定感应区,系统即可自动调取支付宝绑定账号完成扣款,全程无需打开App或扫码操作。