



一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 黎存根

增长：
广深港跨境客流上半年突破1500万人次



前往香港西九龙的高铁 新华社发(资料图)

广铁集团发布消息,今年上半年(1月1日—6月30日),广深港高铁累计送跨境旅客达1503.2万人次,与去年同期相比增长208.8万人次,增幅达16.1%。

据了解,今年上半年,广深港高铁累计开行旅客列车超3.7万列。香港西九龙发往内地的旅客达736.2万人次,较去年同期增长96.7万人次;同期内地发往香港西九龙的旅客达767万人次,较去年同期增长112.1万人次。广深港高铁已成为粤港澳大湾区人员流动的重要通道。

受益于240小时过境免签政策,西九龙边检站今年上半年查验外籍旅客超66.3万人次,同比增长35%。其中,免签入境的外籍旅客超13.8万人次,同比增长1.1倍。广深港高铁作为连接内地与香港的交通要道,也成为外籍旅客的热门选择。

数据：
2025年澳门入境旅客累计破两千万人次



澳门塔 澳门特区旅游局官网

澳门特区政府治安警察局7月8日发布消息称,截至7月8日早上11时,2025年入境旅客突破两千万人次,日均10.6万人次;较去年8月3日,提前了26日达到此纪录。

从客源来看,内地旅客占比最高,达到71.6%;其后依次为香港旅客、台湾地区旅客及外籍旅客。从通关口岸来看,旅客较多选择关闸口岸、港澳大桥澳门口岸或横琴口岸进出境,分别占41%、24.1%及13.5%。

交流：
上海合作组织成员国将打造更多优秀文化和旅游项目



上海迪士尼巡游 资料图

记者从文化和旅游部获悉,上海合作组织各成员国将以即将举办的上合组织天津峰会为契机,打造更多优秀的文化和旅游项目,促进人文领域合作高质量发展,为推动构建人类命运共同体贡献上合力量。

会上,各方一致同意提名吉尔吉斯共和国尔蓬阿塔市为2025—2026年上合组织旅游和文化之都候选城市,通过《上海合作组织2025年文化交流项目清单》,并签署了会议纪要。

促消费：
2025“上海之夏”国际消费季启动

2025“上海之夏”国际消费季日前启动,邀请全球游客相聚上海、体验上海,共赴“夏日之约”。

活动现场,乐高世界玩乐节、迪士尼度假区夏季庆典主题活动、上海夏季音乐节、国际动漫月、上海旅游节暑期旅游季、上海国际光影节、世界赛艇锦标赛、上海ATP1000大师赛、2026春夏上海时装周、FISE极限运动嘉年华等十大“上海之夏”国际消费季标杆活动逐一作了推介,近300场城市定制活动与文旅商体展联动重点活动作了集纳发布。

为让全球游客从容探索、轻松玩转上海,活动现场还集中发布了14项主题产品,整合“吃、住、行、游、购、娱”等多方资源,并推出离境退税便利服务与“入境通”一站式平台等2项主题服务,织就一张覆盖城市的便利网络,精心打造“240小时安心体验”。

上调：
多家航司国内航线燃油附加费调整

记者了解到,多家航空公司宣布自2025年7月5日(含)起上调国内航线燃油附加费,国内航线旅客运输燃油附加费收取标准如下:800公里(含)以下航线,每位成人旅客收取10元燃油附加费,800公里以上航线,每位成人旅客收取20元燃油附加费。

据了解,上一次国内航线燃油附加费调整是在6月5日:800公里(含)以下航线每位旅客免收燃油附加费,800公里以上航线每位旅客收取10元燃油附加费。



在上海乐高乐园拍摄的用乐高积木拼搭成的卡通模型 新华社发

主题乐园释放“乘数效应”,商家乐享“泼天流量”

公开资料显示,作为世界第二大的旅游景点运营商,英国默林娱乐集团将上海乐高乐园视为其在中国市场布局的关键项目,这一全新度假区及周边配套项目投资超100亿元,项目落成后预计每年将吸引300万至500万人次的客流量。

类似的“乐园效应”,早在北京环球影城开园时便已上演:以通州为核心辐射带,带动多个商圈延时营业、住宿餐饮配套扩容,成为一条完整的文旅经济链条。在上海金山,这样的演化路径正在复制。据悉,目前金山区正打造串联金山北部地区的“文化旅游连廊”。上海乐高乐园度假区有望与枫泾古镇、新义田园综合体、花开海上生态园、千年古刹东林寺、顾野王故居地等历史人文景区形成集聚联动效应,进一步带动客源,增加过夜率。

大型IP主题乐园一直是周边经济的强力拉动引擎。如郑州中牟县被称为“中国主题乐园第一县”,拥有包括郑州方特欢乐世界、只有河南·戏剧幻城、郑州海昌海洋乐园等8家主题乐园。去哪儿数据显示,今年暑期,中牟县酒店预订量比未建成主题乐园的

2019年同期,增长50倍。

今年夏天,常州中华恐龙园爆火出圈,首次跻身暑期去哪儿平台热门主题乐园TOP10,带动常州暑期酒店预订量同比增长三成。持续霸榜的北京环球影城、上海迪士尼度假区周边酒店和民宿预订量比去年增长近四成。

去哪儿大数据研究院研究员陈晓双分析,暑假本就是主题乐园的“黄金俩月”,对周边酒店餐饮等消费的拉动“乘数效应”愈发凸显。今年暑期,去哪儿平台主题乐园预订量比去年增长七成,截至7月4日热度最高的十大主题乐园中,大湾区占据三席,分别是香港迪士尼乐园(第三)、珠海长隆海洋王国(第五)、广州长隆野生动物世界(第六)。

从热度来看,高于上海乐高乐园度假区(第九)和常州中华恐龙园(第十)。

据悉,不少上海乐高乐园周边酒店提供免费接送站和行李寄存服务,有周边民宿还专门打造了中国风、城堡风等亲子主题套房,并配备了儿童游乐场、足球篮球场等,吸引亲子旅客前往度假。

据途家民宿介绍,截至2025年5月,金山区的途家民宿数量比2024年11月——官宣乐高乐园开园时间前增长了2.8倍。别墅、Loft、亲子公寓等多种类型的房源集中上线,力图迎合家庭出行和中高端用户的需求。瞄准乐高乐园可能带来的“泼天流量”,途家民宿房东周亚东在金山区投资了民宿。为了贴合乐高的理念,他专门把民宿命名为“积木家”。和周边的不少民宿一样,该民宿可为住客提供往返金山北站和乐高乐园的免费接送服务。



香港迪士尼乐园景区供图

乐园经济新势力：

乐高乐园热潮下的湾区文旅启示录

记者观察

从预订量激增的周边民宿到跨省游客的涌入,乐高乐园的“积木式爆发力”正在重新定义主题乐园的经济价值。这一现象不仅验证了超级IP对区域经济的重塑力,更揭示了现代文旅产业发展的新范式——通过产业链联动、原创IP赋能以及科技场景创新,主题乐园的溢出效应正以几何级数释放。如今的超级主题乐园早已超越传统景点的单一属性,进化为区域文旅资源的“流量路由器”和消费升级的强力引擎。

中国主题公园研究院数据显示,主题公园每1元的门票收入可带动所在城市3.8元的综合收入,进而拉动上下游产业6元至15元的延伸收益。更值得注意的是,国际级主题乐园的影响半径正在持续扩大:其核心消费圈集中在8—12公里范围内,但通过现代交通网络的连接,可形

成50公里以上的经济影响带。以即将开业的深圳乐高乐园为例,在深中通道与湾区乐园集群的加持下,有望实现1:6.5的综合拉动效应,这一数字或将刷新湾区主题乐园的经济贡献纪录。

上海乐高乐园的火热开幕为行业提供了最新样本。当金山享受着乐高带来的新鲜红利时,香港迪士尼用一组进账数据再次证明了主题乐园的持久魅力——2024年,这个曾被质疑“太小太旧”的乐园不仅创下8.38亿港元的历史最高净利润,入园人数更达到770万人次的峰值。这一案例揭示了一个关键启示:持续创新的投入模式,让“老粉丝”总有新期待,这正是主题乐园保持生命力的核心密码。

作为中国经济最发达、文旅产业最活跃的区域之一,广东正在书写主题乐园经济的新篇

章。从国际IP到本土原创,从海洋生态到文化体验,多元化的乐园矩阵已然成型。随着深圳乐高乐园的即将加入,“东有香港迪士尼、西有珠海长隆、中有广州长隆、南有深圳乐高”的黄金四边形格局即将形成。这些超级IP不仅将拉动周边住宿、餐饮、交通等直接消费,更将重塑整个粤港澳大湾区的旅游版图。

当“单一乐园”升级为“乐园集群”,当“景点旅游”进化为“全域旅游”,湾区居民将享受到前所未有的“一程多站”式乐园IP体验——周六在珠海长隆与鲸鲨共舞,周日到香港迪士尼邂逅玲娜贝儿,说走就走。这一文旅资源的协同发展模式,不仅大大提升市民的生活品质,更将为大湾区建设世界级旅游目的地提供持续动能。从此意义上来说,深圳乐高乐园或有望成为湾区文旅产业升级的一块重要拼图。

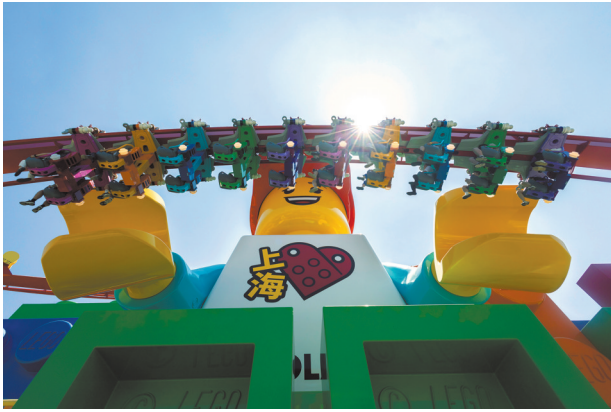
以『乐高』之名,拼出夏日文旅新图

上海乐高乐园喜迎客,『乐园经济』又成区域经济引擎

文/羊城晚报记者 刘星彤

从筹划启动到盛大开园共历时10年,7月5日,中国首家乐高乐园度假区终于在上海正式开业,引发强烈关注。作为继上海迪士尼乐园后上海又一重磅文旅项目,乐高乐园再次展现了超凡的“乐园经济”——尚未开门,对周边经济的拉动效应已凸显,带动当地民宿、酒店预订量快速上涨。

着眼大湾区,7月6日,深圳乐高乐园度假区最大单体建筑“乐高乐园创想世界”也成功封顶,标志着该主题乐园建设取得关键进展,同样引发欢呼。这个夏天,“乐园经济”以“乐高”之名,彰显出其话题热度和吸金实力,诠释着“区域经济新引擎”这一的重要角色。



游客在上海乐高乐园体验乐高火车 新华社发

乐高IP“魅力四射”,周边酒店预订超七成来自外省

最新开业的上海乐高乐园坐落于上海金山枫泾,占地31.8万平方米,是专为2岁—12岁亲子家庭打造的乐高主题乐园和酒店综合度假区,拥有八大沉浸式主题区,超75项互动骑乘设施、表演和玩乐景点,以及由超过8500万块乐高积木搭建而成的数千个乐高模型。

这个夏天最火的文旅IP,除了LABUBU,“乐高乐园”应有一席之地。早在5月,上海乐高乐园官宣将于7月5日开园迎客消息发出仅两小时,“上海乐高乐园度假区”在美团App上的实时搜索热度就突增6倍以上,居上海地区实时搜索突增排行榜首位。今年“五一”,上海乐高乐园搜索量环比节前一周增长155%,其中近六成为30岁—40岁家长的亲子家庭,“乐园门票”“乐园附近酒店”等均成为关联热搜。

作为今年国内暑期亲子游的新热点,乐高乐园在民宿市场也引发连锁反应——早从3月起,途家民宿平台关于“乐高乐园”的搜索热度持续升温,搜索次数每月递增。临近暑期,6月份的搜索次数比3月份猛增10倍,达到历史最高峰。

随着上海金山区迎来这次“出圈”机会,主题乐园的“乘数效应”正在以乐高乐园这一新视角不断放大。数据为证:6月以来,去哪儿平台上海乐高乐园搜索量环比5月增长5倍,7月乐高乐园门票预订量跻身上海热门景区TOP5;截至7月4日,暑期上海乐高乐园所在地上海金山区的酒店预订量比去年增长3.5倍,其中亲子房搜索量同比增长5倍。

途家民宿数据显示,金山区跃升为上海夏季旅游目的地新

宠,今年暑期金山区民宿预订量同比增幅达到6倍,在上海16个行政区中排名第一。2025年7月至8月,金山区的民宿预订量比去年同期增长6倍。

值得注意的是,上海乐高乐园让金山区不再局限于只是上海人的周边游目的地,展现出超乎寻常的辐射力。

“上海乐高乐园一早就进入今年暑假我的必打卡清单了,连同已经去过两次的上海迪士尼乐园,这次准备约上几个同学,一起来个‘双乐园魔都之行’。”在广州海珠区某高校读书的市民小K告诉记者。关于旅行预算,她这样算了笔账:“来回机票、交通,住宿、吃饭,加上门票花销以及‘必须’购买的一些周边,预计人均花费在5000元左右。”

“截至7月4日,预订乐高乐园周边酒店的用户主要来自上海、北京、青岛、成都、南京、宁波、广州、南昌、无锡和西安。”去哪儿旅行相关负责人告诉羊城晚报记者,今年暑期,金山区上海本地旅客的酒店预订占比仅三成,超七成成为外省旅客。而在去年同期,上海本地旅客预订占比超过五成。



融创乐园泼水狂欢节 景区供图

旅游风向

文/羊城晚报记者 黎存根
实习生 陈泓熹

2025年暑期旅游市场迎来爆发式增长。飞猪平台最新数据显示,大学生客群增速最快,出游人次同比大增77%,人均消费金额同比增长6%,单次出游时长平均达2.9天,这一群体正成为旅游市场最具活力的生力军。为促进暑期文旅市场消费,广东各级文旅部门主动出击,纷纷出台适合年轻游客群体的主题线路,揭阳文旅更是直接将当地非遗英歌舞带到了高校校园,向大学生零距离推介当地适合年轻人的文旅线路。



揭阳文旅组织英歌舞进高校,让大学生近距离感受非遗魅力 羊城晚报记者 黎存根 摄

英歌为媒,大学生为同龄人推荐暑期游线路

曾经被文旅市场忽视的大学生群体,愿意为情绪价值买单的他们,正在重塑旅游市场格局,得到各方重视。

7月8日,一场穿越校园的英歌舞表演,鼓声激昂、舞步铿锵,引来众多学生驻足围观,用手机定格“中华战舞”的壮丽瞬间。这是在华南师范大学(广州校区大学城校园),以“青春探秘 发现揭阳”为主题的揭阳市文旅推介会一幕。有别常规的文旅推介会,揭阳文旅此次专门面向高校青年推出大学生喜

欢的专题推介、影像交流、线路发布和非遗演绎等内容,同时启动第二届“粤潮青年”短视频创作行动暨高校学子暑假乐游揭阳活动。专门开展“英歌进校园”主题巡演就是为了调动青年大学生,以年轻化的视角和表达赋能揭阳文旅新传播,吸引更多大学生暑期走进揭阳、畅游揭阳、体验揭阳。

在推介会现场,在校大学生、广东文旅兴趣粤潮青年主理人郑梓欣化身推荐官,运用她所在的粤潮青年团队

实地探访经验,融合潮汕建筑、非遗传承与市井风情三大特色维度,推出“揭阳古城citywalk一日游线路”;针对揭阳惠来县海岸线绵长,海洋资源得天独厚的特点,推出“海滨风光自驾两日游线路”,用多元海滨魅力满足年轻人对“看海”的所有想象;融合揭阳自然生态、人文历史与休闲娱乐推出“‘微度假’休闲三日游”线路,满足年轻人对“微度假”的期待,在揭阳的山水人文中找到属于自己的慢生活。



湛江南极村 广东省文化和旅游厅提供

大学生暑期出游受关注,广东英歌舞进高校吸客

主题旅游创新,广东文旅打出组合拳

布了“跟着海岛去旅行”10条主题线路,分别为“大陆极南海角探秘之旅”“生态双岛渔港之旅”“疍家风情赶海之旅”“阳江海陵岛丝路海韵之旅”“川岛侨乡风情之旅”“万山群岛浪漫之旅”“大亚湾—双月湾秘境之旅”“红海湾滨海休闲之旅”“南澳岛环海古迹之旅”“潮韵古邑文化之旅”。这十条线路涵盖大陆极南海角探秘、生态双岛渔港游玩、疍家风情赶海等多元化体验。这些线路串联起湛

与年轻人共创,推动年轻群体走向消费实践

根据市场观察,“特种兵式”旅游热度有下降之势,大学生不再一味追求景点的高密度、低价格,他们更看重重游主题的创新体验。如何持续创新体验内容,将是长期吸引年轻游客的关键。

广东省旅游协会投融资专委会副秘书长吴丹表示,在新媒体时代,年轻人对于地方文旅的热情生成与品牌认知是有强大影响力的,“在当前扩内需、促消费的战略背景下,如何更好引导青年群体参与文旅产业发展,增强文旅目的地传播

力与吸引力,是推动文旅消费提质扩容、促进文旅供需良性循环的重要方向。”

吴丹介绍,她创办的广东文旅兴趣营这两年组织举办粤潮青年短视频创作行动、粤潮青年探访行动、粤潮青年揭阳行等,也是顺应文旅消费年轻化趋势,希望通过“内容种草”带动“实地体验”,推动年轻群体从文化共鸣走向消费实践,同时也为青年走进产业、探知产业提供路径,为青年释放创意、展现活力提供平台,推动人才培养和行业发展的双向赋能。