

「最热」暑期档 重庆旅游玩出新花样

重庆日报记者 韩毅



8月12日,洪崖洞景区边上,满载游客的游轮在江中航行。

重庆日报记者 谢智强 摄/视觉重庆

8月18日晚,洪崖洞景区,灯火璀璨,车水马龙。“这个暑假太火了!日均客流量超过10万人次,比2019年同期增长40%。千厮门大桥实力‘宠粉’半幅通车,连景区做旅拍的人都发了财,高的日收入几千元。”景区负责人张奇称。

这般“人从众”的情景,洪崖洞并非个例。在仙女山度假区、美心红酒小镇景区、磁器口古镇等,如今每天都还有数以万计的游客抓住“暑期的尾巴”在游玩。

今年暑期,旅游市场到底有多火?中国旅游研究院发布的《2023年上半年旅游经济形势与暑期消费展望》解读,这个暑期是5年来“最热”的暑期档,预计6—8月国内旅游人数达18.54亿人次。

沉寂三年后,出游在这个暑期俨然已成刚需。值得注意的是,从“到此一游”到多元“互动体验游”,游客的出行喜好和诉求已悄然变化,以新场景、新玩法引爆新消费成为景区的破圈路径。

新方式

主打“慢节奏”“沉浸式”体验的“Citywalk”火了

继“特种兵式旅行”后,这个暑期主打“慢节奏”“沉浸式”体验的“Citywalk”(城市漫步)火了,并不断吸纳骑行、摄影、美食等元素,衍生出越来越多的文旅新场景。

“从长江大桥南桥头,沿南滨路骑行到弹子石老街,我看到了重庆地标性建筑、两江交汇、璀璨夜景等,还品尝了地道的重庆火锅,并打卡多个书店、咖啡吧,深刻感受到这座城市的魅

力。”8月18日晚,来自北京的“00后”游客邱志鹏与三位同学骑着“小黄车”,“游”至南岸弹子石广场,到后来,因为相机储存卡“爆满”,只好停在路边,忍痛删一些再拍。

他在网上发现了重庆的这一“Citywalk”路线,一路下来,感觉非常好。

记者在南滨路看到,类似体验“Citywalk”路线的年轻人还有很多,他们走走停停,看看江边风景,尝尝街边美食,随心所欲,自由自在。

事实上,作为旅游产品,“Citywalk”早在破圈前,就已出现在途牛、携程、飞猪、同程、马蜂窝等在线旅游平台上了。

寻味特色小吃、探秘老街、寻访地域文化等,是这些旅游平台上“Citywalk”的热门主题。不少爱好者甚至还在网上发布“英雄帖”,寻找“搭子”结伴漫步城市。

在途家民宿平台上,今年7月“Citywalk”的搜索量环比1月增长450%;在小红书平台,今年上半年,“Citywalk”相关搜索量比去年同期增长超30倍,7月份达到最高峰。

“‘Citywalk’是回归本真的旅游方式。”中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家、重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏表示,与心急火燎、高强度、打卡式的“特种兵式旅游”不同,“Citywalk”让人能够更加随意地在城市中漫步,沉浸式感知沿途的人间烟火,或邂逅某种感动和美丽,是一种更加出自心理需求的旅游。

《中国旅行消费趋势洞察白皮书(2023年版)》也显示,今年旅行消费的四大新趋势分别是小众独特、自在松弛、未知惊喜、深度在地。

新热点

研学行走俏,产品订单量同比去年增长超30倍

纵观各大在线旅游平台数据可以发现,今年暑期旅游市场另一个有趣现象是:中年人在度假,年轻人在“Citywalk”,而小学生则在参加研学团。

“对不起,名额满了!”“不好意思,半个月前名额就满了……”

这几天,家住渝北区上品十六小区的鲁女士,打算利用“暑假的尾巴”,为读小学六年级的女儿报一个研学旅游团,在查阅多个线上旅游平台并咨询多家线下旅行社后,得到如是回复。

来自携程的数据显示,今年暑期,研学旅游产品订单量同比去年增长超30倍,环比前两个月增长280%;

同程旅行数据也表明,7月以来,与研学相关的旅游搜索热度环比上月上涨203%。

其中,从产品时长上看,以景区、展馆主题一日游和长线多地5日至9日游产品最俏;

从价格上来看,多日游产品人均价格在6000元左右,较2019年暑期有两成左右的涨幅;

从目的地上看,北京、上海、成都、广州、重庆、西安、青岛、杭州、深圳、长沙是热门目的地。

“今年研学亲子营产品有一个明显趋势,就是用户更青睐‘大人小孩都能兼顾’的产品。一些产品线路为了让孩子和家长都能获得较好体验,在部分时段让亲子家庭分开行动,比如孩子聆听知识讲解或参与游戏环节,家长同步玩旅拍、喝下午茶,深受热捧。”携程研学部门相关负责人李倩介绍。

新场景

夜市、音乐节、好吃街等主题活动成聚集人气“利器”

“在这个暑期,以新场景、新玩法引爆新消费,也是多地景区、休闲街区破圈路径。”美心红酒小镇景区相关负责人杨孝勇称。

这个暑期,该景区以“不夜重庆生活节”为大主题,全新打造不夜星光集市和好吃街,汇聚了川渝美食、网红小吃、手工特产、街头演艺、露天社交等,形成包括夜味、夜养、夜赏、夜玩、夜购的多元夜间消费场景,并同步举行2023不夜重庆生活节涪陵分会场水上电音节、2023不夜涪陵生活节“爱尚涪陵四季消费”金秋消费季暨美心红酒小镇第七届重庆啤酒嘉年华等活动,形成集文化、美食、时尚、休闲、娱乐于一体的新场景。

“今年6月以来,景区共接待游客超过45万人,较2019年同期增长约20%,其中夜场活动就吸引游客超过15万人次,比2019年同期增长45%左右。”杨孝勇说。

音乐节、演唱会等各类音乐演出也成为吸引游客的新“利器”。今年暑期,重庆欢乐谷举办了HVE电音节,用炸裂的舞台表演、酷炫科技感的舞台、专业的3D环绕音响、高阶的光影设备点燃游客激情,同时邀请马思唯、隔壁老樊、夏日入侵企画、棱镜、海龟先生等人气歌手与音乐组合轮番登台,让游客“周周见明星”,并开放重庆欢乐谷和玛雅海滩夜场,打造出“夏日狂欢之夜”,凝聚人气效果绝佳。

脱口秀、话剧、舞台剧、Livehouse等小众文化业态也顺势而上,以丰富场景切中消费者的多元需求,让重庆多个演艺空间常常爆满。

“今年暑期,大众的旅游方式正从过去的观光游逐渐向深度沉浸式旅游转变,文旅行业的新业态、新赛道释放出了强劲的新引力。景区如何在产品供给方面提供更多元、更丰富、更有特色的选择,是当下需要思考和解决的问题。”罗兹柏说。

据《重庆日报》



8月7日,渝中区嘉陵江滨江路,众多游客在此感受城市美景。

重庆日报记者 谢智强 摄/视觉重庆