

酒

店

旅

游

信

息

采

编



总第 217 期

4-1

2023.4.15



# 目 录

<b>业界动态</b> .....	<b>1</b>
《世界旅游休闲城市发展报告》发布 .....	1
《中国研学旅行发展报告 2022-2023》发布 .....	11
<b>要闻精粹</b> .....	<b>26</b>
行业要闻 .....	26
五一出境游预订量同比超 18 倍 大理成“黑马” .....	33
出境游热度走高 旅游业发展提速 .....	35
<b>行家之音</b> .....	<b>38</b>
魏小安：文旅新形势，新赛道，新商机 .....	38
<b>景点与景区</b> .....	<b>48</b>
四川这座以花命名的城市，不只有花和阳光 .....	48

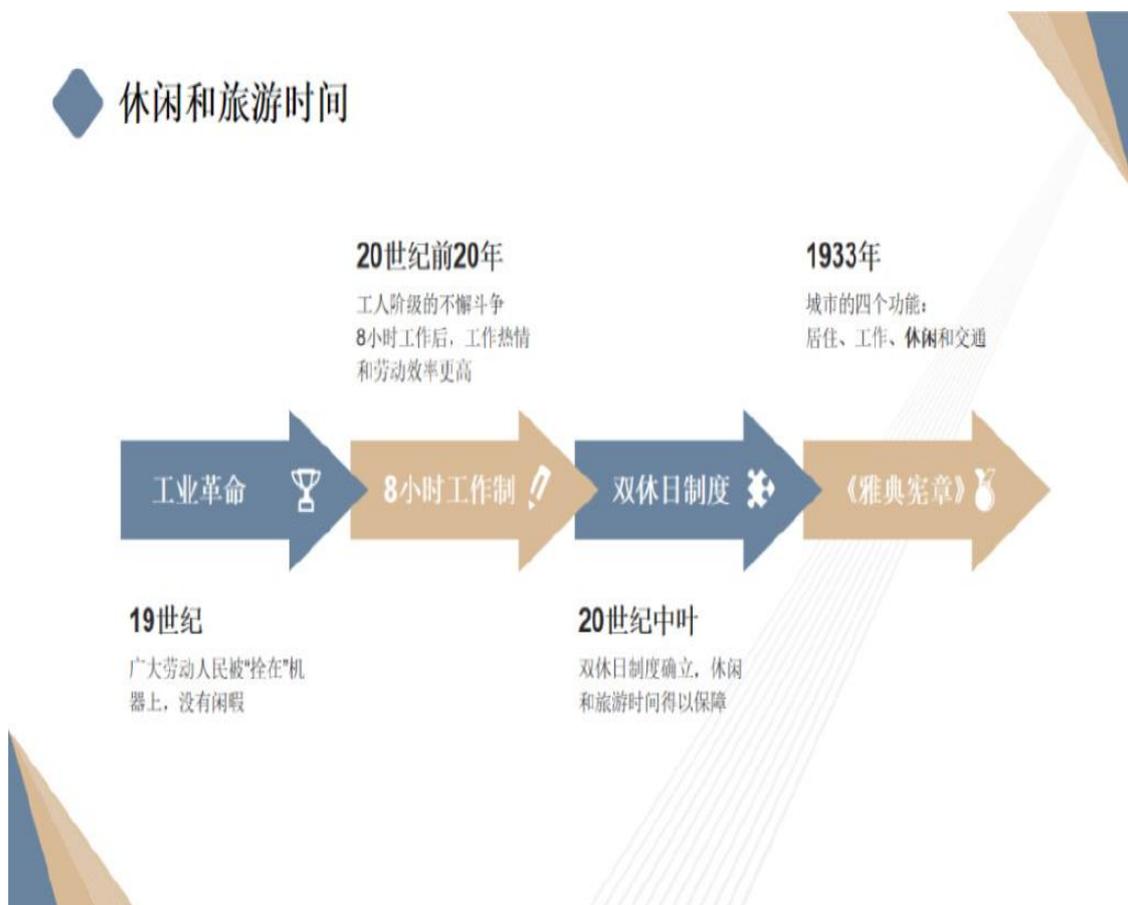


## 《世界旅游休闲城市发展报告》发布

来源：中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）· 2023-03-26

2023年3月26日，由中国旅游研究院、山东省文化和旅游厅、青岛市人民政府主办，青岛市文化和旅游局、凤凰网承办的2023国际旅游休闲城市·青岛论坛在青岛市举办。中国旅游研究院国际研究所刘祥艳博士代表课题组发布了《世界旅游休闲城市发展报告》（以下简称《报告》）。《报告》主要从世界旅游城市发展的历史脉络、典型城市发展模式与经验、游客需求典型特征和城市旅游休闲发展趋势与建议四个方面展开。

### 一、从自发到有序的城市休闲旅游发展





现代城市起步于工业革命和工业化，工业革命之后，城市中的工厂、机器和人口密度大大提高，城市面貌和城市生活方式也随之发生了巨大变化。19世纪的城市，人们被“拴在”机器上，除了工作就是休息，几乎没有闲暇。随着社会的进步，西方主要工业国通过了8小时工作制立法，确立了双休日制度，人们休闲和旅游的时间有了保障。

在这期间，建筑师们也开始提出城市规划也要重视城市休闲功能的发挥。1933年，国际现代建筑协会（CIAM）通过了《城市规划大纲》，后来被称之为《雅典宪章》，这一文件指出休闲是城市的四个功能之一，在城市规划中要合理布局城市绿地、公园、森林、活动场地、体育场地、滨海等公共休闲空间。要合理设计交通，安排酒店、露营等各类住宿场所，为当地居民提供休闲空间和设施。这些休闲空间和设施自然也会为外地游客所共享。此后，城市休闲旅游发展开始从自发走向有序。

## ◆ 从自发到有序



图片来自目的地推广官网



### 西方城市： 休闲功能伴随城市转型/更新不断完善

城市传统工业崩溃及城市弊病压力  
典型案例：毕尔巴鄂



### 中国城市： 标准发布及城市评选

以评促建，积极引导



### 轨迹不同 殊途同归

西方：始于城市休闲功能完善  
我国：从城市旅游发展规划着手

西方工业国家大约在20世纪70年代以后逐渐完成工业化，很多城市面临原有传统工业衰败，环境污染、交通拥堵等城市弊病的压力而亟需转型。这些城市开始有规划地开展城市改造，完善城市休闲空间和设施，通过文化复兴和休闲功



能发展，实现城市复兴和转型。这些工作客观上极大地提升了城市的休闲和旅游品质。可以说，城市休闲功能是随着城市转型、更新而不断完善的。

毕尔巴鄂的案例非常典型，为应对传统工业崩溃和城市的种种弊病，大约从20世纪90年代年开始，毕尔巴鄂实施了以文化、贸易及旅游发展为主导的综合性城市复兴计划。通过修建古根海姆博物馆等文化休闲设施和公共设施，改善交通，引入知识创新型产业等措施，毕尔巴鄂最终实现了城市复兴。

我国在1995年开始实行双休日工作制，在1999年开始实施“十一”黄金周。伴随社会经济快速发展，人民的收入不断增加，旅游业开始步入大众旅游时代。原国家旅游局从城市旅游发展的现状出发，通过标准发布及城市评选活动，以评促建，积极引导城市不断完善旅游和休闲基础设施，提升旅游和休闲服务质量。从1998年的《中国优秀旅游城市检查标准（试行）》以及“中国优秀旅游城市”创建，到2003年的《中国最佳旅游城市标准体系》及“中国最佳旅游城市”创建，再到2015年的《旅游休闲示范城市》行业标准以及“旅游休闲城市”创建。这些标准和城市评选活动为促进我国城市旅游休闲发展发挥了重要作用。

对比来看，我国与西方城市的旅游休闲发展轨迹不同。西方城市是在工业化后的城市转型以及居民要求改善社区环境的压力下，开始规划、完善城市的休闲功能，同时服务外来游客。我国城市则是从旅游发展规划着手，逐步过渡到城市旅游和休闲发展，以实现主客共享。道路不一，又殊途同归，城市旅游休闲发展最终都是为了满足人们对美好生活的需要。

## 二、城市旅游休闲发展背后文化的力量

城市规模不同，其旅游休闲发展模式和路径也有所不同。考虑到城市的地域分布、依托的基础资源类型及典型性等，课题组选取巴塞罗那、奥兰多和悉尼作为大中型城市代表，坎昆、里米尼和乌布作为小城镇代表。

## ◆ 大中城市



图片来自目的地推广官网



**巴塞罗那**

顺势而为



**悉尼**

更新整合



**奥兰多**

产业导入



巴塞罗那得益于自身浓厚的文化艺术底色，在城市更新的过程中，顺势而为，持续提升城市的文化艺术气质。1992年的奥运会让世界看到了巴塞罗那的艺术魅力。之后的10年内，巴塞罗那迅速成为与巴黎和罗马等齐名的世界知名旅游城市。

奥兰多主要是通过引入众多主题公园，即通过产业导入发展成为世界知名的旅游休闲城市。

“更新”是悉尼旅游休闲发展关键词，这主要体现在悉尼及澳大利亚重要文化地标——悉尼歌剧院的建成，对老城区（岩石区）的保护性开发，以及对环形码头、达令港的翻新等。包括悉尼歌剧院、当代艺术博物馆等在内的一系列文化休闲场馆不仅与咖啡馆、酒吧、餐厅等生活娱乐设施搭配在一起，也与商业街、购物中心、酒店、公寓、写字楼等商业设施交织在一起，“整合”成为悉尼旅游休闲发展的另一个关键词。这种整合还体现在悉尼用动态的文化节事活动，如缤纷悉尼灯光音乐节（Vivid Sydney），将文化休闲、生活娱乐以及商业空间和设施串联在一起。在提升城市文化魅力与活力的同时，直接促进了当地的文旅消费。



2019年，有240万人参加了缤纷悉尼灯光音乐节，为当地经济贡献逾1.7亿美元。

## 小城镇



坎昆

政府主导

乌布

人才驱动

里米尼

战略策划



图片来自目的地推广官网

坎昆从小渔村经过三四十年，快速发展为一个世界知名的旅游城市，是政府主导城市旅游发展的全球典范。里米尼是意大利的海滨城市，夜间休闲娱乐生活丰富，为改善夜间娱乐生活的“享乐主义”认知，里米尼在2006年推出了“粉色之夜”节事。节事期间，政府和文化团体用粉色装饰街道和城市设施，居民自发地用粉色装扮自己的商店或住所，游客也积极用粉色装扮自己，这也使其成为利益相关者通力合作（Co-performing）的典型案例。

印度尼西亚巴厘岛的乌布是名副其实的小镇。除了郁郁葱葱的绿色热带丛林梯田，乌布处处充满着浓郁的艺术气息，拥有许多艺术博物馆和画廊。乌布旅游业的发展除了得益于巴厘岛旅游业的带动，支撑其持续发展和保持吸引力的是文化艺术背后的艺术家和手工业者们。早在20世纪二三十年代，欧洲画家的到来在乌布形成了一个艺术社区，为当地培养了大批艺术家，直到今天还有很多艺术家前来寻找灵感。与之类似，景德镇本地的以及来自国内外的陶瓷艺术家（“景漂”）们也构成了这个小城文化旅游休闲持续发展的内在动力。为进一步激发夜



间文旅消费，景德镇积极打造和推广“夜珠山”城市文旅休闲品牌，正在逐步提升城市的文化软实力。

## 绚丽多彩的文化更能打动人



中国小城——景德镇  
“夜珠山”品牌

图片来自官网

无论城市本身的文化底蕴如何，  
光有自然美景是远远不够的。

相较于自然美景，绚丽多彩的文化更能打动人，它使城市旅游发展保持活力。

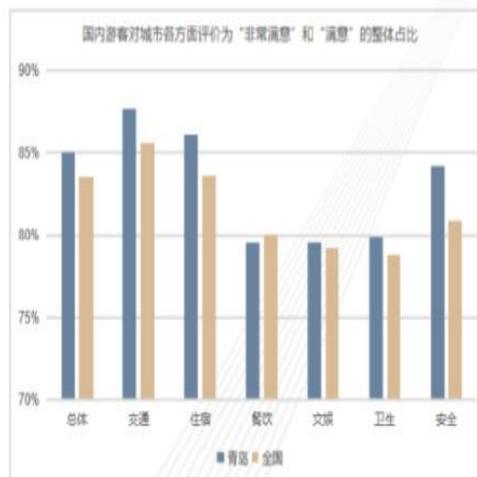
这些城市的旅游休闲发展让我们看到，相较于自然美景，绚丽多彩的文化更能打动人，它让城市旅游发展更具活力。无论城市本身的文化底蕴如何，光有自然美景是远远不够的，即使是滨海休闲资源独具优势的坎昆，也会通过挖掘当地的玛雅文化，来丰富文化产品和体验，促进城市旅游的可持续发展。

## 国内滨海休闲城市：青岛



城市的文化地标在扩展  
文化旅游休闲业态、产品和场景在丰富  
商业休闲配套设施持续完善

图片来自官网



数据来源：中国旅游研究院专项调查

青岛作为滨海休闲城市的知名度高  
国内游客对城市各方面的满意度高于全国平均水平

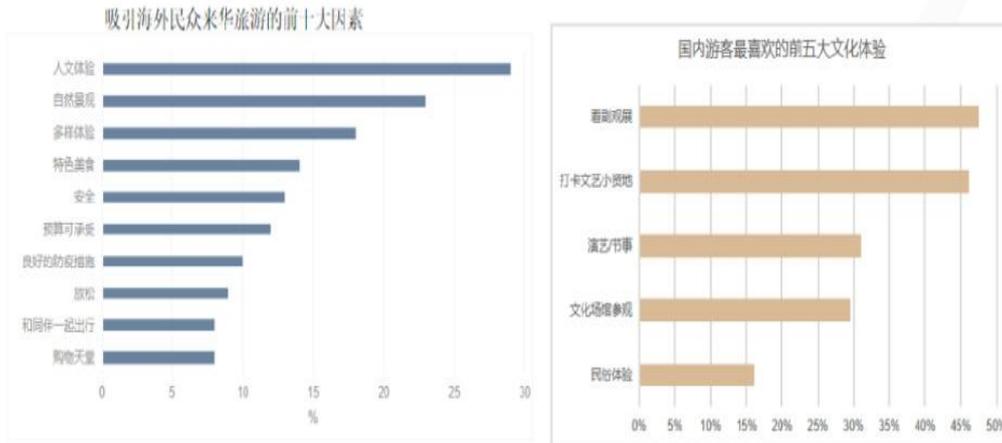
滨海休闲是全球很多城市旅游休闲的重要内容，青岛也正是如此。根据中国旅游研究院开展的国内滨海城市评价调查，在国内游客心中，青岛作为滨海休闲城市的知名度较高，游客对城市各方面的满意度几乎均高于全国平均水平。滨海休闲是青岛旅游休闲发展的基础，但在其之上，青岛从最早的栈桥，到五四广场，再到青岛啤酒博物馆、青岛奥林匹克帆船中心，城市的文化地标在扩展，文化旅游休闲业态、产品和场景在丰富，商业休闲配套设施也在持续完善。未来的青岛也会像很多国际大中型旅游休闲城市那样，发展为文化特色鲜明的旅游休闲城市。



### 三、以文化体验为核心的休闲旅游

#### 四、

## 文化休闲



人文体验持续是吸引外国游客来华的主要因素

国内游客已经从看山看水转向人间烟火

数据来源：中国旅游研究院

从国际游客来看，中国旅游研究院与谷歌联合开展的调查结果显示，人文体验持续是吸引外国游客来华的主要因素。从国内游客来看，文化休闲占比在提升。中国旅游研究院的文化消费调研数据显示，2022年，超过九成的受访者表示会在旅游中进行文化消费。游客最喜欢的前五项文化体验依次是看剧观展、文艺小资地打卡、文化场馆参观、演艺/节事和民俗体验。可以说，国内游客已经从看山看水转向人间烟火。



#### 四、城市旅游休闲发展趋势与建议



基于世界旅游休闲城市发展的实践经验，结合游客的旅游休闲消费特征，《报告》总结了旅游休闲城市的发展趋势。整体来看，伴随生活水平的提高，人们对文化、娱乐、休闲等方面有了更高的要求，游客更加重视旅游过程中的互动和参与，以更深入了解和体验城市文化和生活方式，旅游城市走向城市旅游，城市本身就构成了旅游目的地的吸引力。城市旅游休闲高质量发展首先要紧盯游客需求，坚持以人民为中心的发展思想，建设人民群众满意的旅游休闲城市。

从城市旅游休闲发展的核心关键要素和动力来看，“文化”、“技术”和“可持续”是最核心的关键词。世界旅游休闲城市更多地依托文化特色塑造鲜明个性，依靠数字技术赋能城市旅游休闲发展，并更加注重绿色可持续发展。未来，我国城市的旅游休闲高质量发展要在开放互鉴的基础上，在“干中学”摸索出中国式的城市旅游休闲发展模式。突出文化底色，推动文化和旅游深度融合，建设文化气质和魅力突出的旅游休闲城市。在城市发展空间上，不仅盯着主城区，还要兼顾统筹行政辖区范围内的卫星城市、小城镇和农村地区，建设田园旅游休闲城市。



## 游客心中最美好的10个国内滨海休闲城市

三亚      青岛      大连      厦门      海口  
秦皇岛    北海      珠海      威海      宁波

以上排名不分先后

最后，刘祥艳博士代表中国旅游研究院课题组，公布了游客心中最美好的十个国内滨海休闲城市。他们是：三亚、青岛、大连、厦门、海口、秦皇岛、北海、珠海、威海和宁波（以上排名不分先后）。



## 《中国研学旅行发展报告 2022-2023》发布

来源：中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）· 2023-03-21

2023年3月20日，由中国旅游研究院、浙江省文化和旅游厅、绍兴市人民政府共同主办，绍兴市文化广电旅游局承办的“中国研学旅行发展报告·绍兴发布”会议在浙江省绍兴市召开。中国旅游研究院产业所张杨博士代表研学旅行课题组发布了《中国研学旅行发展报告 2022-2023》，分别从演化、催化、坚守、聚焦、思考五个维度分享了年度报告的核心观点与主要数据。



自2016年教育部等11部门联合发布《关于推进中小学生研学旅行的意见》以来，人们对研学旅行的认知不是一成不变的，而是不断演化、不断深化的。研学旅行的参与者从狭义的中小學生不断扩展到包括学龄前儿童、大学生以及成年人、老年人等全生命周期群体，呈现出更加广阔的发展空间。

## 对研学旅行的认知不断变化



演化

### 研学旅行的定义演变



## 市场扩容：从狭义走向广义

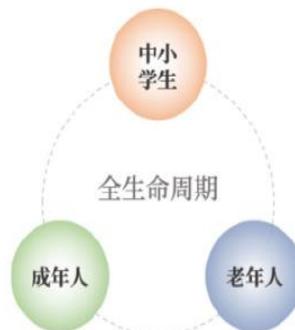


演化

“教育”与“旅行”并重的特征决定了研学旅行的对象范围并非只是中小學生，而是适合于“读万卷书，行万里路”的每一个人。

研学旅行市场正在突破中小學生群体，逐步走向了包括学龄前、中小學生、大学生、成年人、老年人的广义全生命周期群体，呈现出广阔的发展空间。

当然，对于大多数目的地而言，先培育并服务好本地中小學生群体，是建设研学旅行目的地的重中之重，也是研学市场的基本盘。





# 催化

政策红利仍在持续释放  
辐射范围变广 颗粒度变小

研学旅行相关的政策红利仍在持续释放。从国家层面看，更多部门关注并支持研学旅行，更高层次的政策不断出台，在研学旅行的时间、空间和资源方面都有更多支持，总体上前瞻性和指导性更强。从省级层面看，研学旅行、劳动实践等成为各地文旅、教育等领域推进“十四五”规划的重要内容；相关职能部门在基地营地评定、研学课程建设、导师培养等方面的融合、联动、协同正在加强；省级政策的颗粒度更细更小。值得关注的是，四川、湖北等省份在进一步推进研学旅行的专项政策建设方面有创新突破。

## 政策红利持续释放

### 更多部委

共青团中央、国家发展改革委、农业农村部、中央统战部、国家民委等更多部委发布研学相关政策。

### 更高层次

通过“两办”意见及通知、全国人大常委会立法等形式释放出开展研学旅行的更多时间、空间、资源和政策红利。

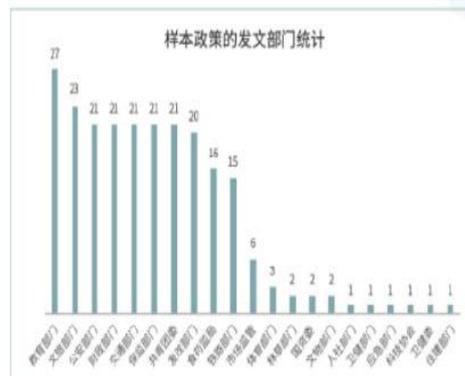
### 更加前瞻

作为与2035年远景目标接续推进的“十四五”规划，包含文旅、农业农村、体育在内10个以上的部委规划中有“研学”相关内容。

## 研学旅行的省级政策颗粒度正在变小

催化

	联合发文	单部门发文
2016年前	0	2项
2016-2019年	19项	2项
2020年至今	2项	4项
合计	21项	8项



说明：涉及到文化和旅游两个部门的样本政策，统一归为“文旅部门”

从具体职能部门的发文数量看，教育部门、文旅部门在规范和推动研学旅行中起主体作用，公安、财政、交通、保监、发改、共青团、铁路等部门起综合保障作用。

省级政策新增加的发文部门主要集中在研学资源提供方面。人社部门、卫健部门和应急部门的政策出台反映了2020年以来省级政策对研学旅行职业人才培养重视和安全管理的要求。

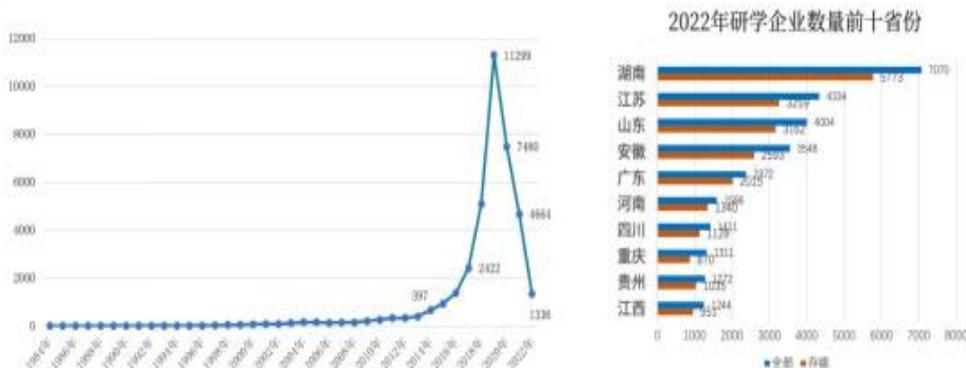
坚守

疫情当下  
多数业者仍在坚守、思变  
面对未来  
信心仍在，不惧路途中的暴风雨

疫情影响下，研学企业的坚守、创新、进场、离场同时发生。总体而言，2021-2022年开展研学业务企业的数量仍是不断增加的，主体更加多元化，但新增注册企业的数量增幅有所缩窄。研学相关企业在华东、华中地区的分布较为集中，以湖南、江苏、山东最为明显。市场主体数量的多寡基本反映了该地区研学行业的活跃程度，招标项目的区域分布与存续研学企业的集聚程度高度相关。

## 开展研学业务的企业主体更加多元，注册数量增幅缩小

- 2022年新成立研学企业增幅比2021年大幅减小，2021年新增389家/月，2022年新增111家/月。
- 研学相关企业集中分布在华东、华中地区，湖南、江苏、山东最为集中。
- 更多学科培训机构、儿童体适能培训机构、艺术培训机构进入研学行业。

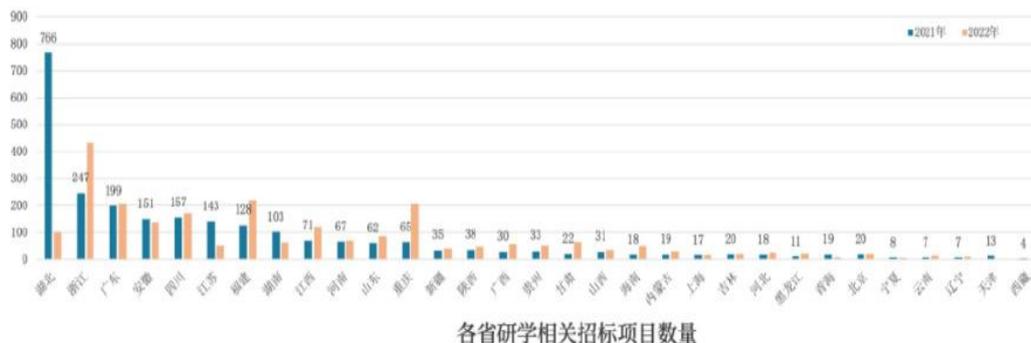


\*数据来源天眼查，通过企业名称和业务范围检索开展研学相关业务的企业。如名称和业务范围均没有相关关键词，但实际上开展研学业务的企业，暂未能收录检索结果中。  
\*数据截止时间为2022年12月31日。

## 疫情期间业务减少，企业经营压力增大

- 2022年月均招标项目数量比2021年下降4.27%；
- 2021-2022年招标项目数量前10名的省份主要在华东、华中、西南和华南地区，招标项目数量较多省份与存续研学企业数量较大省份高度一致；
- 5000万(含)以上的招标项目44个，集中分布在浙江、广东、四川、安徽、湖南、湖北、山东、河南等省份。

注  
\* 本页数据来源于比地招标网，主要通过招标项目名称精准检索。如招标项目名称没有研学关键词，但实际上是研学项目或项目中包含研学部分的，未收录检索结果中。  
\*数据截止时间为2022年12月31日。



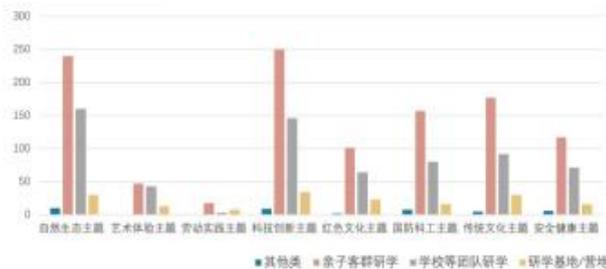
疫情期间研学企业的业务减少、经营压力增大。自然生态、科技创新、国防科工、传统文化、安全健康、红色文化是热门的产品主题，并且团队、亲子、基地营地的产品主题偏好呈现出高度同构的特征。



## 疫情期间的热门产品主题有哪些？

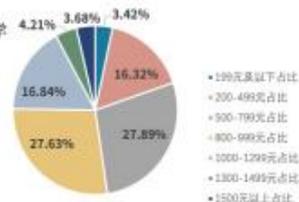
### 人均消费情况如何？

疫情期间，自然生态、科技创新、国防科工、传统文化、安全健康、红色文化是热门的产品主题，并且团队、亲子、基地的产品主题偏好呈现高度同构。

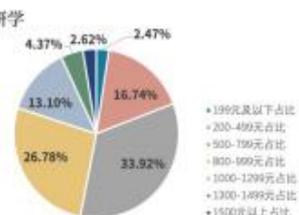


各类市场的热门主题产品

亲子客群研学  
单价分布



学校等团队研学  
单价分布

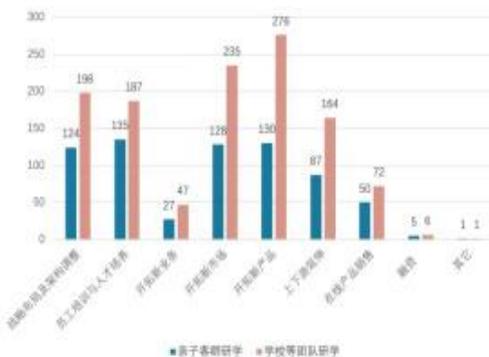


疫情让研学旅行遭受持续性打击的同时，也激发了行业的内生动能，促进企业不断转型升级。再困难的市场环境，依然有企业坚持以创新赢得空间，以突破寻求先机。疫情下出行距离缩短、团组变小的现实制约反而让研学企业更加聚焦课程的体系化开发，专注本地研学、甚至“楼下研学”的产品创新。社区研学、“校车研学”等都是在这方面的积极尝试。中国道路运输协会城市客运分会在山西运城召开了全国校车研学旅行专题工作会议。

## 企业的应对策略与市场主体的创新



疫情下的企业应对策略



### 社区研学

南昌新内教育、成都“糖粉妈妈团”等企业积极推进社区研学运行模式，既解决了疫情下对出行距离的限制问题，又填补了狭义中小研学旅行在时间和空间上的空白。

### 校车

校车本身具有承载属性和营销属性。校车是保障学生上下学的安全保障极高的交通工具，但是使用时间具有集聚性。另一方面，校车服务的客群是学生家长，因此连接了众多的C端客群。于是，山东、山西等地的校车公司开始利用“坐校车送研学”的营销模式进入研学市场，充分发挥了自身的客群优势的同时，提高了校车的使用率，实现了企业内部资源协同。



- 疫情对行业带来了怎样的影响？
- 行业遇到了哪些发展瓶颈？
- 行业热议的焦点有哪些？

作为研学旅行的核心承载空间，全国研学基地营地的建设处于“跑马圈地”式的扩张生长中，体育、文博、工业等领域的主题营地增长明显。营地建设加速的同时，营会机构也不断涌现。

## 全国泛营地教育热度攀升

### 营地建设处于跑马圈地式的扩张生长中

根据比地招标网的数据，2022年研学基地营地项目占总招标项目数量的43%，比2021年提高18个百分点。

在细分趋势下，特色资源优势凸显，体育研学、文博研学、工业研学等主题营地的发展成为增长亮点。以工业研学为例，如东阿阿胶、北汽、宇通客车、青岛啤酒、泸州老窖、首钢、汤臣倍健等各类工业制造企业陆续设立研学板块，既是跨界资源融合的的再创新，也是产业间边界打开后带来的新增长动能。

营地建设加速的同时，  
营会机构也不断涌现



湖北武汉严西湖国际青年营（湖北文旅集团）



若耶铜谷小镇



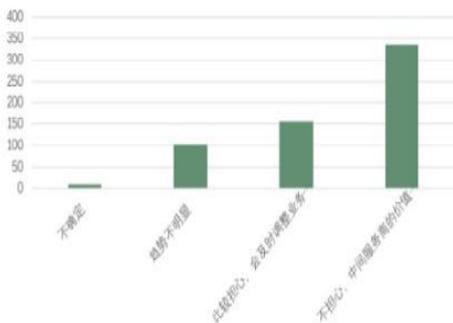
学校端与基地营地的直连趋势一直是行业的关注焦点。从调查数据来看，大多数中介型旅行服务商对此已经思考，或正在进行相应的调整和布局。一方面研学服务商在中长距离、串点成线的研学旅行中的作用是不可替代的。另一方面对于本地研学、周边研学而言，研学服务商也在不断提高产品研发能力，同时以专业技术、渠道合作、投资入股等方式延伸至基地营地的运营业务。



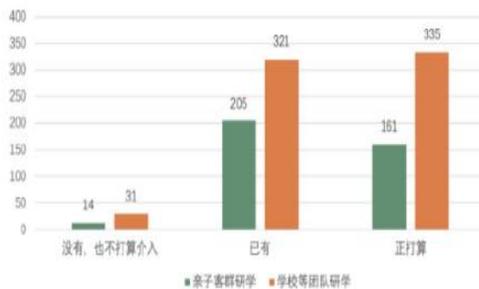
## 关于学校与营地基地直连的趋势大家怎么看？

作为中间服务机构的旅行服务商，对于需求方与基地直连的趋势一直是热议话题。从访谈与调查情况来看，一部分旅行商正在积极开发创新型产品，且大多旅行商已经或正在打算向基地业务延伸，包括以投资、入股、代理销售、代运营等形式。

作为旅行服务商，您是否担心直连趋势的发生？



作为旅行服务商，您是否有将业务延伸至基/营地想法？



研学旅行的公益性是教育的需要，也是政策的要求。从中央到地方，从政府到企业，从公益金到基金会等相关主体在研学实践、公益研学、门票减免、人才培养等方面推出系列专项奖补政策、专项“惠生”活动。



## 从中央到地方推出研学相关奖补政策和活动

### 中央专项彩票公益金

每年支持20个新增基地、32个营地开展研学实践活动，基地不超过150万元/个/年，营地不超过500万元/个/年。

### 研学旅行学生门票减免

多数研学旅行基地、旅游景区等推出针对性门票减免政策。

### 基金会、企业等支持公益研学

共青团中央光华科技基金会发起设立育英青少年研学旅行公益基金，开启“中国制造2025”主题公益研学活动。蓝图公益基金会“带草原上的孩子看大海”研学活动，上海真爱梦想公益基金会“去远方”公益研学旅行项目……

### 基地营地建设补贴

淳安县《关于支持和鼓励发展研学旅行的指导意见》



### 政府“请客”，各方参与

“澳人食住游”本地游项目增设“学生研学篇”，全澳中、小学生以及接受特殊教育的学生，可免费参与一次。

中国旅游研究院

### ‘1+X’ 研学旅行策划与管理 (EETM) 职业技能等级证书

统筹财政拨款、学费及其他事业收入等办学经费。自2019年，试点院校近千所，申报学生人数超200000人。

### 研学旅行创新奖励

江苏省旅行社企业创新发展奖补中设立“研学旅行奖”；河南省对市县文化和旅游局进行研学旅行专项奖励。

### 研学企业接待人次、住宿晚数，年度营收阶梯式奖励和增量奖励

《“引客入晋”奖补政策》，《集美区进一步促进“集美研学”发展若干措施》，《关于对在弋阳县开展研学游活动给予扶持奖励的方案》。

研学旅行目的地的竞争变得前所未有的激烈，更加复杂更加综合。相关举措既包括支持鼓励政策、交通补贴，也包括目的地要素建设奖励、组织接待人次奖励，还包括招商引资举措以及营商环境的优化等。



## 目的地的竞争变得前所未有的激烈

目的地竞争的日趋激烈体现在方方面面，包括但不限于门票减免、免费送机票、定向奖补，还包括招商引企，营商环境的优化。

### 厦门集美区

厦门集美区发布《集美区进一步促进“集美研学”发展若干措施》对于集美区的研学企业、外市、外省带来客源的企业、研学基地营地、研学课程、两岸研学交流、研学导师等人才都提供专项的奖励，支持“集美研学”品牌建设。

### 绍兴市

绍兴市为支持旅游产业在疫情背景下的发展，旅游产业发展专项资金从2019年的2000万元提升至5000万元，用于全市旅游产业的综合开发。对获得评级的研学基地营地有专项奖励。

对新评定的国家级、省级、市级研学旅游营地/基地有级别不同的鼓励。对于达到验收标准且接待量符合条件的营地也都设立了奖励标准。

为了吸引优质企业的进入，绍兴市制定了“驻企服务员”制度。为企业提供全生命周期的服务，助推帮扶企业项目顺利推进，提高政府的服务效率。

### 贵阳市

贵阳市教育局下发《关于开展中小学“十个一”系列活动的通知》，明确将围绕实践类活动、体艺和科技类活动、家校共育活动三个大类在全市中小学开展“十个一”系列活动。

在实践类活动方面，各学校每学期要开展一次爱国主义教育实践活动；每学年必须开展一次研学旅行活动或春游、秋游，其中，小学一到三年级开展春游和秋游，其他年级开展研学旅行。



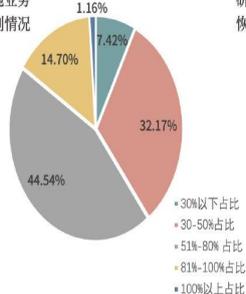
本地内需释放是目的地建设的基本盘。本地研学频次高、数量大、易激活、深度体验的特点能有效促进研学旅行各主体、各环节的联动互动，推动研学课程的迭代升级，专业人才的能力进阶，从而形成高品质的研学供给。

## 本地内需释放是目的地建设的基本盘

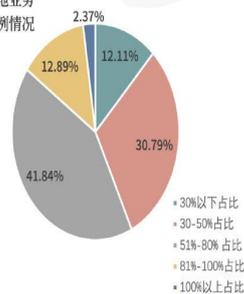
内需的重要性开始被认知，本地需求释放对于目的地建设的重要性及**传导逻辑**需要更多思考。

疫情下本地业务的被动开发应转换为疫情后本地业务的深度开发。

学校等团队  
研学本地业务  
恢复比例情况



亲子客群  
研学本地业务  
恢复比例情况





研学旅行发展的关键在于人才培养。从研学旅行管理与服务新专业的开设，到研学旅行指导师新职业的诞生都反映了人才短缺的现实困境及其超越路径。新职业人才的培养将为研学旅行高质量发展注入新动能。

## 研学旅行竞争决胜于人才竞争——新专业的使命

2022年93家高职院校开设“研学旅行管理与服务”专业

### 新专业的使命：

#### 复合型人才培养

研学专业培养的是既懂得旅游又理解教育，既有理论又能实践的新型人才。它是打破专业壁垒，实现基础融通、岗位导向，培养旅游+教育+专业技能的复合型人才。

#### 岗位群多能力人才培养

研学专业不再仅仅是培养导游讲解单一岗位的人才，而是从事研学旅行项目开发运营、策划咨询、产品课程设计等管理运营及服务工作的复合型人才。聚焦在岗位上可以是研学产品课程的设计师、研学旅行活动实施指导师以及研学服务机构、基地营地的管理运营者。

#### 技能技术型人才培养

技能技术型人才除具备特定岗位的操作能力外，还应当掌握相当的理论知识，有发展潜力和创新能力。从资格技能证书上看，研学人才宜取得导游资格证书、教师资格证书和相关的职业技能等级证书。

业务复苏后企业最急需哪类人才？



行业的数字化建设不仅在系统构建、集成管理方面赋能行业发展，也促成了新的运营模式。绍兴市“研学游一件事”多跨应用 2.0 项目的推出是研学数字化建设的标志性事件。研学机构以及文博场馆推出的线上线下相结合的“云上研学”让万人同上一堂课成为可能。



## 行业的数字化建设有了哪些推进？

### 客户端 云上研学 触手可及

虽然疫情限制了人们的出行距离，但市场主体却可以创新探索无限的线上空间。不仅有“云旅游”也有“云研学”，一些研学机构以及文博场馆面向学生群体打造线上课程和线下配套材料包。

### G端 数字赋能 共建共享

绍兴市“研学一件事”多跨应用2.0项目，在原有“研学游一件事”多跨应用的基础上，重点围绕“游客端”“企业端”“导师端”“政府端”进行迭代升级。该项目丰富了疫情影响下的研学课程和产品，还将持续赋能研学旅行全链条的闭环管理、动态升级。

成都市研学旅游协会成立大会现场发布了研学实践教育管理平台，将致力于助力家校社共创成都市全域智慧研学，多维度搭建起成都研学健康生态圈。



## 思考

在调研与访谈中，我们始终在思考研学旅行作为一个细分市场，与其它平行细分市场的区别仅仅是客群吗？





围绕研学旅行的未来发展，课题组就“研学旅行作为一个细分市场，与其他平行的细分市场的区别是否仅仅是客群？”等问题进行了思考与探讨，并提出了主要观点。

渠道是重要的，但未来更重要的是研学课程和产品。对于研学服务商而言，产品力才是核心竞争力，优质的研学课程永无止境，研发过程应坚持知行合一，止于至善。

## 渠道是重要的，但未来更重要的是产品

随着研学旅行的跨界融合力越来越强、旅行服务商的数量日益增多、家长 and 家委会的意识觉醒、学生的品味视野逐步提升，研学旅行商的竞争力会越来越转向产品能力。

研学服务商在加强渠道建设的同时，应考虑如何用好的产品去征服市场，本着长期主义的精神，做好企业品牌建设。

作为以课程化为特征的细分市场，如何打磨出好的研学课程、如何设计好一次研学活动，真正让研学旅行成为符合教育心理、旅游体验、学习规律于一体的优质产品是每个企业都需要认真思考的问题。



中国旅游研究院

研学旅行不仅是一个细分市场，更是引领旅游产品生产方式变革的前沿阵地，可带动文旅行业在产品研发模式和服务模式的提升。

## 研学旅行不仅是一个细分市场 更是引领旅游产品生产方式变革的前沿阵地

思考



中国旅游研究院

研学旅行市场的创新动能既要内生，更要外寻；既要优势资源的深挖，又要优势产业的融合，更需各领域优势人才的共创。

## 研学旅行市场的创新动能 既要向内寻，更要向外找

思考

- 优势资源** 研学旅行高度依赖在地文化与资源特色，应充分结合在地的优势文教旅资源，不仅可以有效避免旅游产品同质化问题，更会加快本地特色资源向产品的转化。
- 优势产业** 研学旅行的产品创新也好，模式创新也罢，都无法在行业内部的封闭状态下实现，需要与目的地优势产业力量相结合，需要在行业边界的开放融合中实现。当“万物皆可研学”的时代到来，行业企业只有建立起“内驱外融”的动能体系，才可能逐步构建行业与市场竞争的门槛。
- 优势人才** 行业创新发展的关键是人才，研学旅行产品的跨界特性决定了其必须依靠更广泛、更专业的人力资本。在研学市场也不断细分的趋势下，每一个更细分的主题都需要文教旅专业人才与行业外人才的共创才能不断擦出新的火花。

中国旅游研究院



研学旅行不仅是一个细分市场，也可成为城市的新名片。研学旅行可以成为城市优势产业的放大镜，城市产业优势与在地文旅消费的转换器，城市强势品牌的定盘星。

## 从细分市场到研学城市 研学旅行可以助力城市打造新名片

思考

### 优势产业 是城市品牌的稳定支点

有产业支撑的城市才能走得更远，产业就是城市品牌的稳定支点。如合肥已成为科创之城、长沙有发达的娱乐产业、特拉维夫是国际创新之城、安特卫普是世界钻石中心。

### 文旅产业 可成为放大品牌影响的杠杆

当优势产业与研学旅行相结合，可带来更优质产品与服务、更快的迭代速度、更专业的知识输出。通过研学旅行把产业优势植入游客心智，加深对城市的认知。

### 产业优势 向在地文旅消费的转化

优势产业如何转化为在线的文旅消费，是值得每个城市思考的问题，研学旅行或可扮演合适的转换接口与通道，不论是面对C端还是面向B端的产业优势都可进行转化。

### 研学城市 需要长期的品牌积累

研学城市品牌建设要首先明确自身在区域中的定位，需要找到城市特色，并且通过研学旅行让城市认知走进每类客群的心智之中，最终形成城市品牌认知。

中国旅游研究院

为探索院地合作的新模式，张杨博士还介绍了中国旅游研究院与绍兴市人民政府共建“研学旅行气象站”的构想和计划。“观研学旅行万千气象，筑城市品牌焕然蝶变”是研学旅行气象站的初心和使命。未来研学旅行气象站将实时观测并播报全国研学旅行的行业动态，进行专题研究和成果发布，不断挖掘跨界动能，助力目的地城市畅通内外循环与国际交流。



## 行业要闻

整理编辑：夏利君

### 1、第二届中国（武汉）文化旅游博览会 4月21日开幕

来源：中国旅游新闻网 · 2023-04-11

4月11日上午，湖北省新闻办公室召开新闻发布会，宣布第二届中国（武汉）文化旅游博览会（以下简称“文旅博览会”）将于4月21日至23日在武汉国际博览中心举办。

本届文旅博览会由中共中央宣传部、文化和旅游部、湖北省人民政府共同主办，湖北省委宣传部、武汉市人民政府、湖北省文化和旅游厅承办。中国（武汉）文化旅游博览会，是全国唯一一个以文化和旅游融合为特色的国家级、国际化、综合性展会，也是湖北规格最高、规模最大、影响最广的文旅展会品牌，每两年一届。

本届文旅博览会以“美丽中国 美好生活”为主题，秉持“全球视野、国家站位、行业盛典、企业峰会”的办展理念。目前，招商招展工作进展顺利，全国29个省（自治区、市）和香港地区、15个国家文旅主管部门及国际旅游机构、22家文旅行业头部企业和2000余家文旅参展商确认参会参展。

文旅博览会期间将举办5项主体活动和7项配套活动。中共中央宣传部、文化和旅游部将在博览会同期召开长江国家文化公园建设推进会，就全面启动我国第5个国家文化公园建设作出具体安排部署；举办首届沉浸式文旅产业发展论坛，邀请权威专家和行业大咖面对面经验分享；发布沉浸式文旅培育平台年度精品项目和优质企业，促进新一代沉浸式体验型文旅消费发展。

文旅博览会线下主会场设在武汉国际博览中心，展览面积达8万平方米，以“景区思维”规划展览布局、“美学思维”设计主题展区、“叙事思维”呈现特



色亮点、“营销思维”增强交易功能，将科技与时尚元素融入整体展陈之中，营造沉浸式、互动性观展体验。此外，主办方还将在武汉东湖绿道、汉口历史风貌区、江滩公园、黄鹤楼公园等地标性场所设立6个分会场。

为进一步展现湖北优秀传统文化和地域特色，本届文旅博览会将以“音乐”为主线，推出《编钟礼乐》、长江民歌汇之“钟情湖北”音乐会、全国音乐大擂台、音乐驿站四大板块音乐展演活动，为文旅博览会注入更多文化艺术元素。

本届文旅博览会除了向参展企业、与会代表开放外，还将向公众免费开放，届时市民游客可登录文旅博览会官网、官方微信公众号或微信小程序预约观展。

## 2、四川文旅市场一季度实现“开门红”

来源：四川省文化和旅游厅 · 2023-04-10

今年一季度，四川文化和旅游系统以“开局就是决战、起步就是冲刺”的劲头，全力以赴拼经济搞建设，胜利夺取“开门红”，文化旅游市场整体呈现回暖态势。

旅游市场强劲复苏。着力提品质，优服务，抓宣传，推动旅游市场实现快速恢复发展。一季度，四川省旅游消费人次1.83亿人次、旅游消费金额1930.93亿元，同比分别增长34.96%和8.81%，恢复到2019年的82.78%和83.5%。其中，5A级旅游景区接待游客和门票收入，较2019年同期分别增长5.26%和9.15%；星级饭店线上预订量基本恢复到2019年同期水平。

演出市场强势上行。着力优化营商环境，提升政务服务质量，加快大型演出等文旅活动审批，为文化娱乐市场注入“兴奋剂”，引领活跃文化娱乐市场。一季度，全省各类演出超5000场次，观演人数超1亿人次，演出票房收入超5000万元，同比增长300%，多场万人大型演唱会、音乐剧、舞剧满座满档，门票上架即告售罄，多个剧院场馆已排期到年底。

市场预期和信心增强。持续实施省级财政支持文旅融合示范项目等扶持政策，不断推出“安逸四川新体验”网红打卡地等新场景，寻求文旅经济新增长点。一季度，全省文旅重点项目年度计划投资1023.48亿元、同比增长10.89%，实



际完成投资 278.8 亿元、投资完成率 27.25%，超进度 2 个百分点。全省新增审批文旅市场主体 579 家，同比增长 76.52%。

### 3、浙江杭州：萧山区发布亚运会六大主题旅游线路

来源：品橙旅游 · 2023-04-10

春暖花开，正是旅游的好时机。

今年是亚运年，亚运三馆、瓜沥文体中心、瓜沥棒垒球公园、临浦体育馆、萧山体育中心场馆群……作为杭州亚运核心主战场，萧山有太多标志性建筑，大家都在思索，如何一条龙打卡游玩？

答案就在融合。

4月7日，萧山区文旅深度融合发展大会在世界旅游博览馆召开，发布了“赴·湘湖之约、燃·潮动青春、觅·乡野闲趣、溯·萧然印记、品·匠心非遗、享·数智共富”六大亚运主题旅游线路。

会上举行了萧山区人民政府与WTA世界旅游联盟总部深度合作签约仪式，萧山区领导为文旅高质量发展能力中心智库代表、运营代表、宣推代表颁发聘任证书。

萧山文旅高质量发展能力中心，由智库中心、运营中心和宣推中心三大中心组成。

这个中心能做什么？工作人员告诉潮新闻记者，它将为全区镇街、村社与文旅专家、运营机构、媒体机构等之间搭建起对话和合作机制，为萧山文旅体高质量发展顶层设计、开发建设、运营管理、资源对接、文旅IP打造、产品开发及宣传推广等提供全方位服务。

其中，智库中心由文化、旅游、体育相关领域的权威专家组成，运营中心由文化、旅游、体育产业的投资、运营单位组成，宣推中心由主流媒体和新兴媒体机构共同组成全媒体文旅宣传矩阵。

2022年，萧山区文旅局成功创建为省级全域旅游示范区、省级文化传承生态保护区、省级体育现代化区，世界旅游联盟总部永久落户湘湖，累计获得国家



和省市荣誉138项。

下一步，萧山区文旅局将借力亚运之机，重点做好放大主场优势、做大文旅经济、增大共富效应等三方面工作，以文旅深度融合全面提升城市气质，持续放大城市能级，让“诗和远方”交相辉映，奋力开启新时代萧山文旅高质量发展新篇章。

#### 4、第三届“一带一路”百校结好艺术展在甘肃画院开幕

来源：甘肃省文化和旅游厅 · 2023-04-10

4月8日下午，由中共甘肃省委宣传部、省文化和旅游厅、省人民对外友好协会主办，西北师范大学、甘肃省美术家协会、甘肃省博物馆承办的第三届“一带一路”百校结好艺术展优秀作品展在甘肃画院美术馆举办。中共甘肃省委宣传部，省文化和旅游厅，省文联、甘肃画院、甘肃美术家协会，西北师范大学有关领导和甘肃省直相关单位业务处室负责人、部分青年艺术家，省内高校师生共500余人参加开幕式。

据了解，为更好地推进中外青少年艺术家的艺术交流与合作，西北师范大学持续推进以“你我携手·保护环境”为主题的第三届“一带一路”百校结好艺术展系列活动。截至2022年9月，活动共收到来自23个国家师生美术作品268幅。本次作品展展出了活动中的177幅作品；其中，国外青少年作品91幅，较为全面地展示了国内外青少年朋友们丰富多彩的艺术创造力。

近年来，甘肃省充分发挥在丝绸之路经济带上重要的通道和节点性作用，为中外艺术家搭建彼此交流、沟通、学习的桥梁与平台，不断加强与国际友好城市、友好组织的交往，积极促进“一带一路”沿线国家和地区青年艺术家交流与沟通。

#### 5、四川省红色资源保护名录（第一批）的通知

来源：品橙旅游 · 2023-04-07



近日，四川省政府发布《关于核定公布四川省红色资源保护名录（第一批）的通知》（以下简称《通知》），明确首批保护名录纳入全省红色资源136个。

其中，成都市烈士陵园等重要旧址、遗址遗迹、纪念设施及场所40个（处），“1935年革命纸币石印版”等重要档案、文献、手稿、声像资料和实物96件（套）。《通知》要求各地、各部门（单位）要充分认识红色资源保护利用的特殊重要意义，认真贯彻执行《四川省红色资源保护传承条例》等相关法律法规，按照“科学规划、分类管理、有效保护、合理利用”原则，加强红色资源保护利用，认真总结经验，加大工作力度，切实做好红色资源保护传承工作。

## 6、2023年清明节假期文化和旅游市场情况

来源：文化和旅游部政府门户网站 · 2023-04-05

经文化和旅游部数据中心测算，2023年清明节假期（4月5日），全国国内旅游出游2376.64万人次，较去年清明节当日增长22.7%；预计实现国内旅游收入65.20亿元，较去年清明节当日增长29.1%。清明节假日期间，全国共有14952家A级旅游景区，其中正常开放12635家，占A级景区总数的84.5%。

## 7、一季度横琴口岸出入境旅客超过340万人次

来源：品橙旅游 · 2023-04-11

位于广东珠海的横琴口岸连接内地与澳门。记者从横琴边检站了解到，今年第一季度，经该口岸出入境的旅客超过340万人次，同比增长74.8%，目前，日均客流稳定在4万人次以上。据了解，自今年年初以来，经横琴口岸出入境旅客逐月增长。二月、三月出入境客流分别环比增长17.3%和12.2%。除了两地通勤人员，赴澳旅游人数同样增长迅速。今年一季度，持往来港澳通行证经横琴口岸出入澳门的内陆游客已超90万人次，同比增长240%。



## 8、澳门旅游局推出多种优惠 助力畅游澳门

来源：品橙旅游 · 2023-04-11

随着全球全面通关恢复，为吸引更多海外客源，澳门旅游局联合澳门航空现已推出“机票买一送一”活动，为国际旅客发放出游专属福利。2023年4月10日起至6月30日，预定从新加坡、韩国、日本、泰国或越南往返澳门机票，即可享受买一送一限时优惠政策。

同时，澳门旅游局联合多家提供往来澳门交通服务的营办商推出「赏你游澳门」推广活动，于4月10日至6月30日期间向香港居民、访港的台湾地区及国际旅客推出港澳穿梭巴士车票及船票“买去程送回程”“买一送一”优惠，回程不可与去程同日，鼓励旅客在澳过夜住宿。参与票务优惠的服务营办商包括陆路交通：港澳快线、港澳1号及永东直巴；海路交通：喷射飞航及金光飞航。从港珠澳大桥或乘坐快船从香港前往澳门，行程只需60分钟。

### 魅力文旅 体验无限乐趣

澳门在2017年获批成为联合国教科文组织创意城市网“美食之都”，有来自世界各地的风味美食等待被挖掘。此外，澳门拥有中葡风格交融的世界遗产景点与现代化的购物娱乐中心，游客可以感受百年文化的熏陶，亦可体验仿佛置身欧洲的时尚精致的氛围。

2023年，澳门旅游局推出“感受澳门乐无限”月月精彩活动系列宣传。每月推出游澳主题，让旅客感受澳门不同的精彩一面。四月“Spring into Arts”、五月“May there be FUN”、六月“Tasty June”、七月及八月“Summer Heat is On”、九月“Autumn Delights”、十月“Festive October”、十一月“November Formula”及十二月“Dazzling Winter”。旅客可以通过不同的活动感受多元而充满活力的澳门风情。

## 9、清明节当天截至21时香港出入境人次逾59万

来源：品橙旅游 · 2023-04-06



香港特区政府入境事务处数据显示，5日截至21时，香港当日出入境人次超过59万，其中出境人次约36万，入境人次约23万。

出境人次方面，罗湖口岸最多，有超过6.6万人次。落马洲支线口岸及香港高铁西九龙站分别约为6.4万人次及5.1万人次，港珠澳大桥接近5万人次，香港国际机场约为4.7万人次。

入境人次方面，罗湖口岸和落马洲支线口岸分别约为4.7万人次及4万人次，香港国际机场、港珠澳大桥均约3万人次，深圳湾口岸约2.5万人次。

入境处早前预计，今年清明节及复活节假期期间（4月1日至10日），约有903万人次经各海、陆、空管制站进出香港。

## 10、巴黎圣母院加速修复 力争2024年回归

来源：品橙旅游 · 2023-04-07

巴黎圣母院自2018年大火后宣布关闭进行重建修复。近日，巴黎圣母院的修复工作按照法国总统马克龙在火灾发生后设定的目标进行，同时要赶上原定于2024年夏季举行的巴黎奥运会。

巴黎圣母院的重建进展顺利，预计能够按计划在2024年底重新开放，距屋顶被毁的大火事件约6年。当局选择按原样重建这个12世纪哥特式艺术的杰作，包括重建由建筑师Essen Violette le Duc设计的96米高的19世纪钟楼。

而作为本次修复任务即将竣工的象征，标志性的尖顶也将在今年重塑成功，将会略高于巴黎纪念碑。

与此同时，在大教堂对面的地下设施中举办的题为“巴黎圣母院：建筑工地的中心”的展览近期向游客开放。

游客可以近距离感受到正在进行的工作以及从事重建工作的工人和工匠的专业知识和技能，并展示了一些在火灾中幸存下来的艺术品。除了免费参观外，还有VR表演可以让付费游客深入了解大教堂的历史。

然而，法国文化部长里玛·阿卜杜勒·马拉克向美联社澄清说，2024年不会完成翻新工程，并补充说“2025年会有更多翻新工程”。



## 五一出境游预订量同比超 18 倍 大理成“黑马”

来源： 品橙旅游 · 2023-04-07

清明小长假刚刚收官，“五一”出游的热度已经开始显现，文旅消费市场持续火热。4月6日，红星新闻记者从多家OTA平台获悉，以赏花踏青为主题的目的地热度持续飙升，“五一”出游预定量已超过2019年同期，其中长线游、出境游的订单占比超过八成。在同程旅行平台，“赏花”相关关键词热度环比上涨272%，国内赏花景区的门票预订量同比去年增长近10倍。而携程的“五一”假日旅游前瞻发现，国内游订单已追平2019年，同比增长超7倍，内地出境游预订同比增长超18倍，境外跟团游报名量较4月初增长157%。

“从假期时长来看，五一假期有5天休息时间，如果请5月4日、5日、6日三天假，即可拼成一个较长的假期。2月以来消费者积压的旅游需求，有望在五一期间得到释放。”携程研究院行业分析师方泽茜分析认为，国内主要旅游城市和度假旅游目的地都会因此受益，出境游也有望在五一假期迎来小高潮。

### 五一出游订单暴涨，大理成旅游地“黑马”

“五一”出游市场有多旺？从国内游情况来看，同程旅行平台上，国内赏花景区的门票预订量同比去年增长近10倍，武汉、无锡、成都、杭州、苏州、北京、南京、上饶、上海、东莞是最受用户欢迎的十大热门赏花城市目的地。

截至4月6日，通过携程报名国内出游的订单量同比去年增长超7倍，国内旅游人均消费与去年近乎持平。从游客出行距离来看，截至4月6日，报名“五一”长途旅游的订单占比超六成，长线旅游订单同比去年增长811%；从增速来看，“五一”本地游订单同比增长幅度相对小一些，这也说明5天的长假，更多游客希望“不虚此行”，走得更远，上海、北京、南京、成都、西安、杭州、重庆、武汉、广州、长沙的整体旅游报名较为火爆。

一个明显的讯号是，多地“五一”预订量已经赶超2019年同期，成都、长



沙、青岛、苏州、福州、珠海等热门旅游地均超过2019年30%以上，大理、威海则凭借更高的增长幅度一跃成为“五一”的“大黑马”。数据显示，大理“五一”旅游订单量反超2019年190%，威海则增长300%以上。

记者发现，“五一”期间，大理洱海附近的海景酒店部分房型已经预订一空，携程平台上价值11450元的海景套房已订完。

自驾游是“五一”出游的热门方式，在携程平台上，“五一”租车订单量同比增长超八成，福州、兰州、大连、威海、南昌、伊宁、黄山、汕头等地租车订单增速排名靠前，成为今年“五一”自驾游新晋目的地，这些地区的租车订单较2021年“五一”均增长超200%。

出境游以年轻群体为主，泰国等地较热门

出境游也将在“五一”期间迎来高峰。携程数据显示，截至4月6日，内地出境游产品整体预订量同比增长超18倍，“五一”假期出境机票搜索量同比增长超9倍，出境单程机票均价为2564元，同比去年下降58%。

飞猪数据同样显示，近一个月国际机票预订量同比增长46%，签证办理量劲增近7倍。

从各平台的预定数据看，泰国、中国香港、日本、新加坡、马来西亚、韩国、中国澳门、美国、印度尼西亚和菲律宾，是“五一”假期出境游热门目的地前十。同时，随着广东省外赴港跨境列车开售，内地赴港旅游便捷度大涨。携程平台上，“五一”内地赴港旅游订单量较四月初（4月1日至5日）大增213%，赴港跟团游订单环比4月初增长7.2倍。

出境跟团游的热度也在飙升。携程数据显示，截至4月6日，“五一”假期境外跟团游报名量较4月初增长157%。泰国一地、新加坡+马来西亚、港澳连游、马尔代夫、迪拜+阿布扎比、印度尼西亚巴厘岛、新西兰一地、埃及深度游、越南一地位列五一出境跟团热门线路。

值得注意的是，热度不断攀升的出境跟团游中，主要以年轻群体为主。携程数据显示，18-40岁的出境跟团游客占比近七成；其中25-35岁的游客占比近40%以上。假日出游亲子及陪伴父母的孝亲游趋势明显，五一期间携程团队游中，亲子客群及带父母同行的订单占比超过三成；其次，情侣出行比例也较高，五一订单占比超20%。



## 出境游热度走高 旅游业发展提速

来源：品橙旅游 · 2023-03-31

俄罗斯游迎来利好，中国公民出境团队游试点自2月6日恢复至今，已有60个国家成为出境游目的地，出境游市场复苏热度持续走高。中国游客的回归为全球旅游业复苏注入动能。

2月23日，出境游重启后，广之旅首个赴俄罗斯团队34名中国游客抵达莫斯科，这也是出境游重启后全国首个赴俄罗斯旅游团，游客获得机场接机、欢迎仪式、欢迎晚宴等礼遇。广之旅还开发了经陆路跨境前往俄罗斯海参崴等地的旅游线路，预计4月中旬推出。

中俄两国旅游交往密切，疫情前，俄罗斯是中国游客出境游热门目的地。近期，又传来利好消息，中俄关于深化新时代全面战略协作伙伴关系的联合声明提出，双方将拓展旅游合作和往来，鼓励构建舒适旅游环境。

同程研究院首席研究员程超功说：“现在中国游客对俄罗斯的关注较高，产品的搜索量排在前列，已经有一些线路满员了。”去哪儿平台相关负责人介绍，预计从5月份起，俄罗斯旅游旺季到来后，赴俄罗斯旅游产品预订量会有增长。

“目前已上线20余条俄罗斯线路，3月份预订热度高的是‘俄罗斯莫斯科+圣彼得堡9日游’纯玩无购物团，主打俄罗斯历史风情和文化艺术。客源地集中在华东地区，以中老年游客为主。”途牛旅游网相关负责人告诉记者。

众信旅游集团媒介公关经理李梦然介绍：“众信旅游重视俄罗斯产品开发，目前推出莫斯科+圣彼得堡+圣维登斯基岛10日游、莫斯科+圣彼得堡+金环三镇10日游等产品，游客可乘坐有轨电车、涅瓦河游船，体验特色餐厅及咖啡厅等，感受俄罗斯的慢时光。”

中国旅游研究院国际研究所所长杨劲松表示：“旅游往来能促进人民相知相亲，形成更多共识，可以创造和分享共同利益，加深中俄两国的全面战略协作伙伴关系。中国旅游业者应探索中俄旅游交流合作更多更新的模式。”



## 多个团队陆续出发

泰国、新加坡、俄罗斯、埃及、阿联酋、斯里兰卡、塞尔维亚……一个个出境游团队陆续出发。程超功说：“从3月初到现在，同程旅行出境游产品的预订量、咨询量都有明显增长，环比2月份涨幅超过160%。”

去哪儿平台度假产品运营负责人介绍：“目前出境团队游试点国家有60个，其中有直飞航班机票在售的占一半。相较于2019年同期，长线旅游产品预订量更高，欧洲游预订量最多的是15天左右的深度游。”

广之旅近期陆续发出多个出境游的重启首发团，包括匈牙利、南非、伊朗等国家。小众深度玩法更受中国游客青睐。广之旅总裁赵文志介绍：“这些首发团均为一国深度的品质游玩法，吸引了不少游客，部分线路在上架后迅速收满客人。”

“与疫情前相比，重新走出国门的中国游客更注重旅行体验，具有当地特色的深度玩法和个性化体验受青睐。以泰国为例，比起观看大象表演，游客更乐于去清迈大象保护营做义工，亲手给大象喂食、洗澡，了解大象的生活方式。此外，游客对安全、卫生的要求也更高，愿意为高品质旅游产品买单。”马蜂窝旅游研究院院长冯饶告诉记者。

中国游客的回归，意味着目的地国家的出行服务恢复、全球旅游行业市场发展正在有效提速。世界旅游及旅行理事会总裁兼首席执行官茱莉亚·辛普森日前在接受媒体采访时表示，中国游客将为全球旅游业复苏注入动能，未来十年全球旅游业将迎来高速增长。

境外旅游局近期加大了在中国市场的投入和推广力度，期待吸引更多中国游客。广之旅已与新西兰、新加坡、迪拜、阿布扎比等旅游局展开包括业务培训、产品研发、宣传推广等方面的常态化信息互通和合作，研发更多优质产品，为游客带来更丰富的出游体验。

## 业界保持乐观预期

杨劲松表示：“近期出境游市场出现了强劲的恢复势头。第二批出境游试点国家的恢复不仅使游客的选择更为丰富，也使游客和市场主体都感受到更多确定



性，愿意投入更多注意力和资源在出境游。复苏后的出境游品质，需要重新认识和定义人们对美好出境游的向往，以需求为导向，同供应链的重塑结合起来。”

“五一”假期对旅游业而言是上半年的重要节点，也是业界观察旅游业复苏可持续性的重要窗口。程超功分析：“春节以来的行业复苏是否可持续，需要进一步验证。第一个观察的窗口就是‘五一’假期。一些企业已经在修复供应链，准备迎接第一个长假的考验。目前预测‘五一’假期带来的收益，对缓解阶段性的经营困难能起到一定作用。”

携程团队游 CEO 江文介绍：“目前可以比较快出团的是一些免签或落地签证的国家，比如塞尔维亚、毛里求斯等。‘五一’假期报名火爆的团队游目的地有泰国、埃及、瑞士、新加坡、新西兰、俄罗斯、印度尼西亚、马来西亚、马尔代夫、匈牙利等国家。”

赵文志告诉记者：“出发时间横跨‘五一’假期的阿根廷、瑞士、西班牙、葡萄牙、希腊等多个出境游长线团队名额已售罄，柬埔寨、泰国、迪拜等签证要求较简单的中短线产品，尚余少量名额。‘五一’假期将推动出境游加速恢复，预计这种强势表现在节后也将延续。暑期出发的出境游学团、出境亲子团也在组织资源和研发产品，相关线路将陆续上架。”



## 魏小安：文旅新形势，新赛道，新商机

来源：迈点网 · 2023-04-07

我觉得我们需要鼓劲，但是不能鼓虚劲。说句老实话。

（迈点专栏 魏小安）3月25日，2023中国旅游休闲娱乐产业高峰论坛主论坛上，中国旅游协会休闲度假分会会长魏小安以“文旅新赛道-城市大休闲与乡村微度假”为主题进行了演讲，以下是演讲内容。

### 导言：新定位

今天看到朋友圈一个说法：来这里认识一个全新的中国游协，中国旅游休闲娱乐生态链链接者。这很好，这是我第一次看到这个说法，实际上就是游协本身对自己也有新认识，有一个上台阶的提高。因为我从来有一个感觉，我跟姚会长几位也都说过，中国游艺机游乐园协会，这是当年以生产者为主导的时候组建的协会，时代不同了，现在以需求为主导。所以我倒是觉得现在这个定位，才是真正一个好的定位。所以协会换个名字可能更好，不能离开产业，因为是生产商出发，但是根本落点要落在需求，所以很自然，叫链接者，就是从生产商到服务商，这就是本质的提高。

### 01、形势判断

我从2月10号开始到现在，45天时间密集调研，跑了六个省，15个城市，看了大概50、60个项目，接触了几百个旅游的运营商和企业家，包括投资商，所以我很深的感触，我不太赞成大家对形势如此乐观。第一，市场并没有完全复苏，我们现在只是旺丁不旺财，因为很简单，从人数和消费就可以看得出来，一说人数恢复到了2019年的80%多，消费恢复到70%，中间差大概15个百分点。那就意味着什么，意味着人均消费更下降，这是一个判断；第二个判断，叫做市场虽然没有完全恢复，但我们的毛病恢复的很快，就是故伎开始重演，有的甚至



集中爆发，影响长远。可这些只是表面，比如说有的导游很恶劣，有的地方价格乱涨，有的地方有供不应求，这只是表面。从根本上来说，结构不优，企业不强，效益不高，这三个问题是中国旅游发展的根本性问题，在2019年的时候，问题达到了高峰，所以我不赞成现在动不动就拿2019年当个标杆。我们回到2019年，是把我们的这些毛病全都恢复吗？仍然走原来的老路吗？显然不行。所以很自然，我们需要走一条新路，这条新路，就是高质量发展，这也是中央的根本方向。但是中央提高质量发展的时候，是质量和效益共同提升，这是一个根本性的判断。多年以来，旅游已经积攒了大把的资产存量，我有一次专门问，旅游目前到底有多少资产？不知道，谁也说不清楚，包括文旅部产业司，要求各地提供数据，想形成一个全行业资产存量这么一个数据，都产生不了。只能说，2018年我们计划投资一万五千亿，2019年计划投资两万亿，只能说这样的数，这样的数都是虚数，但是行业到底现在有多少，比如说有没有四十万亿的资产存量？有没有五十万亿的资产存量？我想大数可能就在这里。可是反过来说，这么大的一个资产存量，通过三年的疫情，至少有1/4萎缩了。所以这三年看到很多旅游企业倒闭，很心疼，但这是必然。实际上这三年产生了一个最大的作用，是什么？就是把行业的泡沫压缩了。一是压缩了市场泡沫，二是压缩了资产泡沫；三是压缩了投资泡沫；四是压缩了我们的工作泡沫。以前我们旅游集团一说话，就是天大，现在谁也不敢说天大的话了。

- **转折之一：**疫情影响，雪崩式下滑；疫情控制，需求释放。旺丁不旺财，人数和消费恢复不稳定。
- 城市大休闲，成为亮点。乡村微度假，普遍深入。消费回流，高端发力。能够适应常疫情状态，大量满足市场需求
- **转折之二：**40年旅游大发展，传统资源传统产品传统市场基本到头。增量发展阶段过去，存量调整阶段开始。老项目升级，新项目拓展。硬开发到头，软开发当先。
- **转折之三：**新项目需要新领域，景区、酒店供求失调，新业态迅速老化，最大的领域在休闲，最好的项目在城市更新项目和乡村度假。
- **转折之四：**要素强化和结构优化是重中之重，也成为城市领导新的关注点。低谷时期调整存量，发展时期调整增量，高潮时期共同调整，根本都是结构。



这实际上就意味着在一个新的基础上，要谋求一个更好的格局。这个格局是什么？就是优化结构，强化企业，提高效益，这是根本。但是很遗憾，现在都没有做到，甚至没有足够的意识。下一步，适应现实需求，挖掘潜在需求，培育未来需求，提高需求质量，这恐怕是真正的方向。我不赞成现在一说，又是什么项目要投，地方又如何，我不赞成这个，这等于是把原来已经压下去的泡沫现在要死灰复燃，但是我就问一句，质量怎么提高？

昨天我去《只有河南戏剧幻城》，这个项目给我震住了，因为从一开始的时候，我看到只有河南的有关报道，就得了个结论，我说只有河南了。昨天看完了，还是这个结论，只有河南了。这样的项目不可能有第二个，因为昨天还有人问这样的项目能不能复制，我就说这样的项目为什么要复制？难道我们一个好项目出来，大家一窝蜂的学，最后大家全死，好项目也死了，这就是一个好的格局吗？绝不是好的格局。我对这个项目评价很高，文旅融合也很棒，运营管理也很棒，现在最大的难点就是资产包袱太重，反正现在这种运营，连银行的利息都还不上，这是实实在在的。可是假设说我们把财务成本放在一边，运营成本很好维持，所以昨天吓我一跳，我文每天接待多少人，能保你的成本，1000人，1000人就有50万的收入，就可以保住成本，超过了就是利润。可是这只是从运营层面上来看，要算上投资成本，我不知道这个账怎么算，我只能说一个有情怀的导演碰到了一个更有情怀的老板，所以造出了这么一个独特的项目，但是我不希望大家抄袭，抄袭就是个死。

从旅游形势来说，我们现在真正的短板是人才，人才是现在最大的短板。因为这三年里边，很多人都流失了，现在我们希望他回来，有那么快吗？再说了，他已经换了一个比较稳定的岗位，有稳定的收入，为什么要回来？所以这是一个根本问题。看一下，你这个地方的骨干有没有流失，只要骨干没有流失就有希望。怕的是什么，骨干都流失了。所以看着市场恢复了，但这不是我的市场。这个问题就相当于当年长征，10万中央红军长征从瑞金出发，一四方面军会师的时候只剩两万人，那时候四方面军八万人，最后到了延安只剩六千人，这六千人就是骨干，建制仍然保留，骨干仍然保留，革命的火种在，就是希望。应该就像这个比喻一样，现在实际上也是这个问题，所以现在怎么样把这个最大短板补足，这才是根本问题。80年代旅游工作是最让人羡慕的工作，旅游行业是最靓丽的行



业，现在完全不同了，从社会的平均薪资来说，旅游的薪资绝不高，我们又缺乏一套灵活的机制，你怎么留住人？招数很多，但是这个问题恐怕今年最突出。



总体而言，今年喘过一口气，明年打好翻身仗，我不认为我们这么乐观是有必要的。眼看清明小长假要到了，五一又来了，我们就会迎接一个一个的高峰，哪来那么多高峰？三年疫情，大家的兜里都瘪了，没有那么多钱了。在这种情况下，还想着烧虚火，这显然不行。

## 02、文旅新赛道：城市大休闲与乡村微度假

这是我今天谈的主题。在这三年里边，自然形成了两个市场现象，一个是城市大休闲，第二个是乡村微度假，在低谷中崛起，所以在这三年里边为旅游行业输了血，救了急。应该说，市场的需求是自然发生的，也形成了一套新的供给模式，进一步形成消费惯性。

今年，拉动消费增长是国民经济发展的重中之重，各地和各个行业都在寻找抓手，寻求突破点。消费的突破点在哪？第一要足够大，才能起作用；第二是足够新，才能吸引消费者；第三是足够生活，才能真正纳入生活。所以这么说下来，我们原来的主体消费，比如房地产、汽车、家电，耐用消费品，这都是消费的主流，实际上今年都困难很大。所以这段我跑下来，我就有一个感觉，全国各地，省、市、县三级不约而同，领导都把目光集中到旅游，但是他们集中到旅游，还



是传统观念，才有景区免票，旅游消费券等等措施。实际上集中了什么？休闲和度假，再深入一点就是城市大休闲，乡村微度假。另外一方面就是热钱就开始入市，大家都在寻找好项目。什么是好项目，有前景、有市场，还得有足够的体量，要不然谈不上好项目。这个项目很好，民宿，精品民宿很棒，就十间房子，靠十间房能拉动消费吗？得靠一千个民宿，一千个十间房子才可能拉动。所以我们就需要进一步的研究。

从城市大休闲来看，背景是城市化的全面转型，狂飙猛进的城市化运动开始刹车，增量型的模式基本过去，存量挖掘和深度发展构造了城市有机更新的新模式。有两种基本情况，一个是城市原有的消费项目提升，比如说百货大楼、shopping mall，现在又不约而同转向了休闲综合体，这是有原有项目的提升。第二就是老旧厂区仓库改造，文商旅业态进入，构造新的城市休闲综合体。这两类现在都存在，但是后一类更加引发关注。

我这几年考察了53个城市有机更新项目，有一点让我很吃惊，没有一个失败的，即使在疫情期间，也是个成功。我问你们叫什么？文商旅。我说不对，文商旅只是业态，从根本上来说，是城市空间新变化、城市生活新提升、城市价值新成长。所以即使在疫情期间，这样的项目出来一个，成功一个，有的是火爆。比如说大唐不夜城，长春的这有山，长沙的文和友等等，我这是简单的举一点例子。进一步就发展成街区化，或是老旧街区重建改造。比如说成都的宽窄巷子，北京的南锣鼓巷，虽然南锣鼓巷的品质不怎么样，口碑也很差，但是也是外地人都要去的地方，北京人不去。所以，从市场上来说，又区分出什么，当地人休闲地和外地人打卡地，又区别这么两个现象。说明什么？说明容量很大，业态很丰富。所以，下一步我们很重要的一个赛道就在这里，因为这个赛道足够大，城市大休闲和乡村微度假这两个赛道都是万亿级的赛道，可以容纳万亿级的投资，可以形成万亿级的消费。因为说到新赛道就得说老赛道，老赛道就是我们的景区和酒店，就是这套东西。我就问，现在投资酒店你还投吗？投资景区做新的，值得做吗？很自然，对照下来，旅游传统业态需要做的文章是什么？挖潜的文章，转型的文章。真正增量的文章，扩张的文章，要做新赛道。

从乡村微度假来看，一是星星之火可以燎原，迅速形成了规模；二是包容业态丰富，乡村改造，民宿、营地、餐馆、娱乐，在乡村场景之下各展奇才，各放



奇彩；三是政府支持，农民融入，公司运作，模式创造。随着脱贫攻坚历史任务的完成，乡村振兴成为国家战略，乡村微度假则成为突破点，也构造了新产业，更成为媒体热点。我不认为我们乡村振兴都要靠旅游，我绝不这么看。首先是产业振兴，没有产业支撑不了，旅游的作用锦上添花，可是现在媒体一报道，只要说乡村振兴，一定离不开乡村旅游，因为这个点好抓，而且锦上添花，这朵花好看。严格的说，乡村微度假是乡村旅游的升级版，乡村产业的拉动，城乡休闲一体化的结合点。乡村背景，城市品质，构造新型生活，这是这个赛道的特点。

这两个赛道出来的产品，有足够的容量，也有足够的拉动，也值得各地政府和旅游部门好好抓这个事。但是它和原来的东西有所不同，比如城市大休闲的项目，要找到一片好厂区做出来，马上变成一个城市的标志地、样板地。乡村就不行了，乡村是集小为大，要说弄两个村作为民宿村，做乡村旅游村就可以，但是指望它在市场上马上形成巨大影响，那肯定不行，而且这里面模式也不同。所以这就需要我们研究实际情况，新赛道已经形成，普遍效益较好，不仅助力旅游，还开拓了新领域。这两条新赛道，符合前面所说的一系列要求，也是两条大赛道。但是和传统项目不同的，是不需要规模庞大的单体项目，而是以小集大，以文集新，需要深化。一是场景化、体验式；二是综合性、娱乐化；三是生活性、沉浸式。其间自然会产生无数商机，需要内容扩展、项目丰富，有心者自然能够抓住。

## -----第一、旅游企业转型

- 以导游为中心的旅行社转型
- 以旅居为中心的度假区转型
- 以城市化为中心的酒店转型
- 以烟火气为中心的休闲转型
- 以目的地为中心的景区转型
- 以生活为中心的乡村民宿转型
- 以沉浸式为中心的演艺转型
- 以结构调整为中心的全面转型
- 以营地为中心的自驾车转型
- 以泛旅游为中心的生活转型

## -----第二、新兴业态创新

- 一是不仅新兴，也要新型。
- 二是新兴变化很快，迅速成为传统。三是迭代也快，后浪推前浪。求新不要赶时髦，多年的经验表明，赶时髦没有好结果。超前三步是先驱，超前两步是先烈，超前一步甚至半步才是先进。机会永远有，不同阶段有不同的机会，不存在机不可失时不再来。
- 第三，企业发展，提升全要素生产率。头部企业集中度越来越高，是市场必然，涉及旅游企业的结构优化和满足需求。
- 第四，结构优化。结构问题始终是多年旅游研究的大问题，结构优化则是发展的大问题。现在泡沫尽去，正是调整结构的战略时机。

- 第五，需求促进，是重中之重，我们始终不足。其中的重要原因是认识和政策误区，大家想当然的认为需求是天然存在的，市场不拉自动。其实不然，旅游需求已经大大萎缩，即使没有疫情，也不能想当然。包括需求政策，假日制度等等，都需要调整。
- 第六，科技促进。旅游是生活性行业，是人与人的交流，是人对人的服务。我们只是高科技的使用者，科技是工具，不宜产品化，也做不到产品化。但是，现在还不足，需要强化工具化。

### 03、新商机

从娱乐产业发展这个角度来说，面对这两个大赛道和新赛道，需要抓新商机。这里面，老赛道优化存量，新赛道扩大增量，这个新商机的根本是城市化，城市化是我们行业所向。比如主题公园，要有城市群支撑，但是城市乐园，大中小城市都可以干，所向披靡。我不认为中国还需要发展多少大型主题公园，虽然有很多投资商还是很牛。我半个月前去龙之梦，我就说，我看到中国迪士尼的雏型了。他说，你把我看低了，迪士尼根本不是我的标杆，我的标杆是谁？是奥兰多，七



个主题公园，我一定要做到。后来问我，我是不是太自以为是了？我说自以为是贬义词，你不自以为是，难道还自以为非吗？信心满满。

这种故事，我们可以说很多，但是这种故事不代表行业的普遍情况。可是城市大休闲这个机遇，我们怎么抓？城市的有机更新项目里，我们都可以配一点项目，城市的休闲综合体里，更需要我们的项目注入，这是一个方面。城市化是我们行业的方向，乡村振兴是我们行业深化的领域，小娱乐、小游艺，铺天盖地的需求。所以我就感觉，哪怕一个县城，都需要一个城市乐园，为什么？需求到了这一步，所以中小规模的投资，中小规模的运营，服务周边就可以了，这个项目就可以立得起来，我不认为我们动不动的就是品牌，动不动 IP。严格的说，中国的主题公园从技术到运营，在国际上不是顶级，但是一流，我们不能妄自菲薄，也用不着妄自尊大，我们真正缺什么，就是 IP。人家 IP 是几十年积累出来的，那么强的讲故事的能力，一个一个主题人物、主题情节、主题场景都出来了，所以它的 IP 才值钱。我们现在指着一个 IP 就换钱，那不行，可是我们的品牌已经形成了，品牌到 IP 有一个转换，这个转换的根本就是以知识为资产，我对 IP 的理解就是以知识为资产，这就是 IP，可以资产化的知识也是 IP，是这套东西，这个还需要积累，还需要创造。但是我们不能把自己看低了。

所以在这两个新赛道里怎么抓商机，有一次我碰见四川的一个企业家，他说我要做十个主题公园，现在已经做了两个，我说你打住，你再往下做，做一个，死一个。一个在青海，一个在遂宁。这什么路数，选这些地方做主题公园？一个常识，就是主题公园一定要依托城市群，一个城市都不够，所以我在海南几次会议上都说，海南不能搞主题公园，因为当地人口太少了，靠外来的这块需求支撑不起来。那就要研究，新赛道蕴藏的，到底有多少东西？深入挖掘，就能够看到，就能够感觉到。我这 45 天看了 60、70 个项目，有的项目我就觉得实在有前景，但是当地人没有意识到，也缺乏相应的手段，也缺乏相应的设备，实际上这都是我们的商机。只不过这个商机，用不着上来就晕，就夸大其词，用不着想这些事。我们主题公园领域很习惯对标国际，环球影城、迪士尼，诸如此类的，一对标就是这个。全世界将近 100 年，也就这么几家，中国这才几十年，就非得要和你一般高，甚至要干掉你，可能性都不大，也没有意义，这都违背产业发展的规律。但是中国最重要的是什么，就是需求普遍很强，就是市场基础很大。所以我更赞



成的，是做一些小而精、小而乐、小而美这样的项目，来对应普遍的市场需求。在这个方面，商机遍地有，就看我们怎么挖。外地人评价北京人，说北京遍地都是钱，但都是小钱，北京人就连弯腰把小钱捡起来都不干，那只好我们外地人来干了。现在肯定是这样，商机很多，可是用不着动不动就夸张，动不动就追求如何伟大，我们从小事做起，把小事做好，这样行不行？

所以，这两条新赛道也给游艺机游乐园行业开拓了新领域，这些领域里怎么追求，怎么认识，最终归结到什么，需要内容的拓展。我觉得，中国旅游再次出发，现在有一个重要的历史任务，就是内容拓展。大家老说同质化竞争，怎么才能避免同质化？但是没有同质化，就没有竞争，一定有同质化。要避免同质化，这种几率等于零。所以这个问题就是一个伪问题，但是我们要在同质化的基础上做到什么，努力来突出个性，追求异质，这个可以。就像我们做标准一样，标准的要求，今天上午发布了几个团体标准，标准就是大家都得这么做，很多人都问，标准和个性是什么关系？很简单，标准是底线，个性求高限，创造是无限。推行标准就是推行同质化，所以我们不能笼统的反对同质化。可是，我们现在内容比较单薄，所以我觉得中国下一步旅游的哪一个领域都有内容拓展的战略性问题。我们到底搞什么样的内容，或者说我们梳理一下，全世界到底有多少内容，形成一个内容的数据库，拿这些内容和你这个项目一对照，你就知道你的毛病在哪，就知道你的不足在哪，也知道你的方向在哪。一帮年轻人现在正在做这个事，我很赞成，我也希望，开拓一条新路，梳理下来的旅游内容可能有一万项，比如说，主题公园有上千个旅游内容，度假区有几百个旅游内容，一个酒店都有几百个内容，我们全部梳理下来，针对具体情况，分门别类一对照，就清楚了，这对行业应该是一个大的机遇。

所以，我觉得我们需要鼓劲，但是不能鼓虚劲。说句老实话，你得活着，这三年不鼓劲，能活的也就活了，该死的也就死了，但是能够活下来的都是好样的。经常有人跟我说，说点鼓劲的话，我说我说什么？那种虚头巴脑的话我不说，但是现在我们确实迎来了一个新的时机，这个时机不是大发展的时机，是一个大整合的时机，是一个我们挖掘潜在力量，谋求新的发展的时机。所以在这个历史时机面前，应该看明白，确实应该看明白，鼓实劲，做实事，谋求实实在在的发展。今年好好的喘过一口气，现金流恢复了，这口气就算喘过来了，明年真正打好转



型升级这场翻身仗。

- ---**重新定义旅游**：旅游是生活，个人的旅游，是生活的一个过程；大众的旅游，则是社会长存的生活方式。休闲是生活的追求，是体验生命价值，是文明的彰显。
- ---**重新定义旅游业**：生活服务业的前端和高端，生活方式引导，生活内容丰富，生活体验提升。
- 全国旅游发展规划中定位为幸福产业，好日子，种植业保障生存，制造业缓解供给，服务业提供便利，都是“日子”，而旅游休闲创造的是幸福，是“好日子”中的“好”。所以，幸福产业旅游打头，是题中应有之义。

#### -----全面认识旅游业

- 旅游资源无限制，差异吸引；
- 旅游行为无框架，合法底线；
- 旅游体验无穷尽，古今中外；
- 休闲消费无止境，兴高采烈；
- 休闲产业无边界，全面覆盖；
- 休闲发展无约束，创意为王。
- 契合人性，才有文化性，自有商业性。
- ---全面推进旅游业；
- 规模与品质，大众与细分，流量与留量，浏览与沉浸，竞争与竞合，对立与融合。
- ---张瑞敏：产品将被场景覆盖；行业将被生态覆盖。变易—不确定性；不易—定力；简易—随机而变



# 四川这座以花命名的城市，不只有花和阳光

来源：四川文旅厅 · 2023-04-10

花是一座城，城是一朵花，这是攀枝花的柔软一面。

攀枝花，又是一个被阳光偏爱的地方。

这里有着四川盆地所罕见的晴空，是温暖明媚的阳光之城，高山峡谷、大河矿山赋予它硬核刚猛。地处中国西南川滇交界处，五湖四海的文化在此碰撞，造就一座西南文化重镇、多彩移民文化之都。

如今越来越多的人去攀枝花，不仅是去看花，去享受阳光，去吃热带时令水果，去感受多彩的人文风情。

他们，还去这些地方 . . . . .

### 迤沙拉村

天下彝家第一村





放眼四川“南大门”，高颜值的仁和区迤沙拉村频频出圈。天下彝家第一村，古风古韵迤沙拉。中国历史文化名村迤沙拉，地处川滇交界的金沙江畔，村域内生态环境优良、历史人文资源丰厚、村容村貌古朴，是我国最大的俚颇彝族自然村落。



历史可考，迤沙拉曾是古丝绸之路、茶马古道上的重要驿站，扼据蜀滇要冲，号称“古滇第一站”，古驿站文化至今已有1800年。村子始建于明朝洪武年间，建筑物多江南水乡特色，融合汉族的精细与彝族的豪放。行走迤沙拉，古院深巷错落有序，廊腰缦回，檐牙高啄，听谈经古乐穿过历史长河，看红墙黛瓦惊艳曼妙时光，仿佛置身于江南小镇。



## 莲乡布德

### 千亩荷塘里的梦里水乡



莲乡布德，有着攀枝花最大的莲藕生产基地，“青荷盖绿水，芙蓉披红鲜”的美景在这里处处可见。

莲乡布德地处仁和区西北部，以亚热带为基带的立体气候，赋予其夏季悠长的特点。千亩荷塘里，映日荷花别样红，新整形的荷塘造型各异。每逢盛夏，荷香远溢，鸥鹭翔集，听清风奏响曼妙乐章，游客如同置身梦里水乡。



畅游莲乡布德，莲叶何田田的景象让人流连忘返，别样浪漫从内心升腾。赏花之余，再来一场摸鱼挖藕、垂钓小龙虾、皮划艇莲子采摘等沉浸式乡村游，尽享田园“农趣”。



## 红旗村

### 山水新村遇“乡愁”



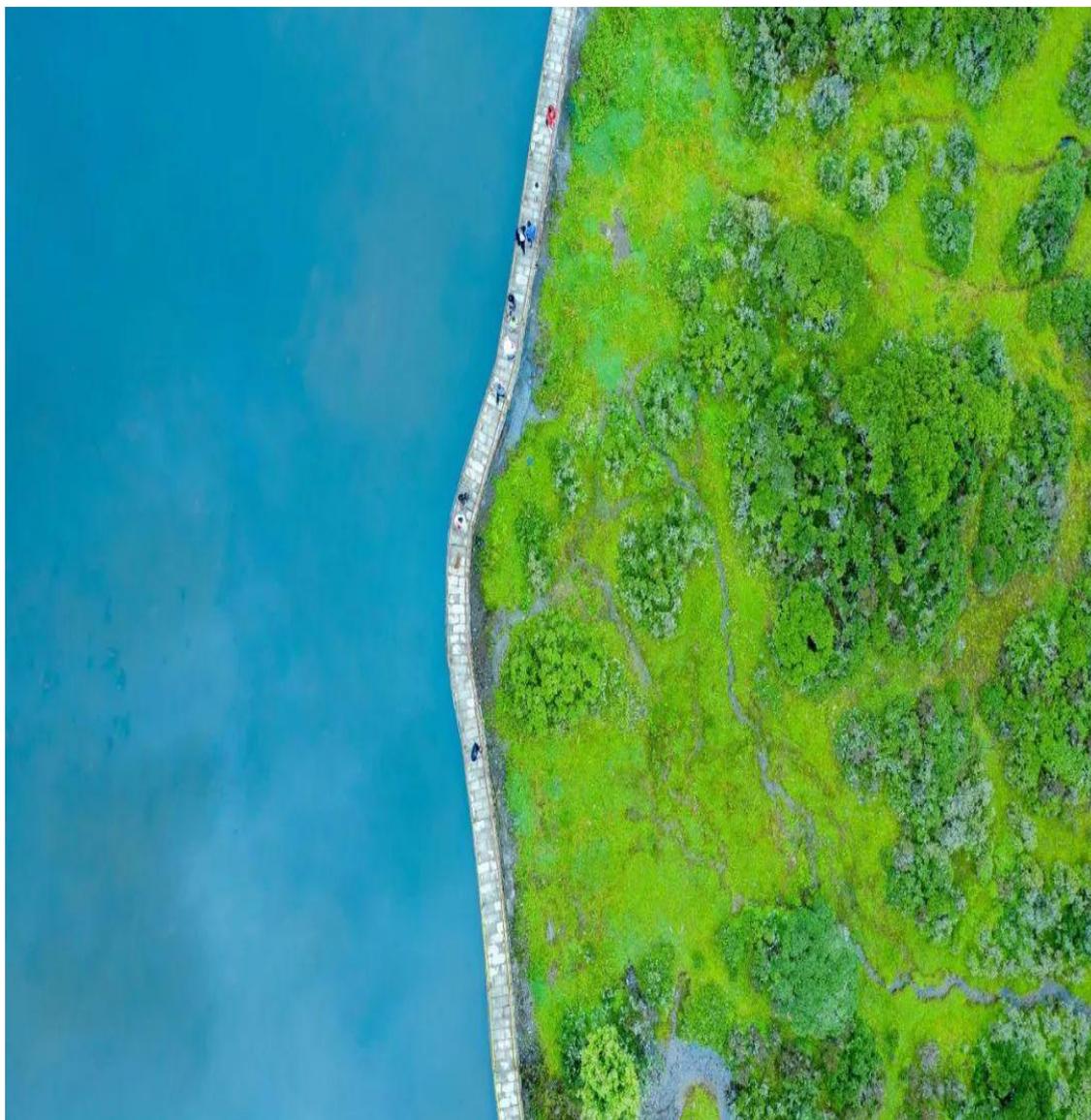
摊开四川新景画卷，位于攀枝花市仁和区仁和镇的红旗村田园综合体，是一个特别的存在。在这里，“看得见山，望得见水，记得住乡愁”的美好愿景正变为现实。红旗村拥有丰富的红色文化和良好的生态基底，全村地势落差大，较好地保留了川滇山地乡村风貌特色，森林覆盖率达80%以上，拥有攀枝花距离城区最近的原始森林。漫步这个山水新村，水田花海、冉家大院、夫妻树、溪驻山宿、原始森林等“红旗十景”别具特色，传统自然村落晋身乡村旅游全新“网红打卡地”，许你山水田园生活。



《酒店旅游信息采编》2023年4月上月刊 总第217期

## 格萨拉生态旅游区

“大地画廊，仙境格萨拉”



位于攀枝花盐边县的格萨拉生态旅游区，集高山草甸、原始森林、岩溶洞穴、峡谷瀑布、彝族风情于一体，是自驾旅行、避暑露营的绝佳去处。天坑地漏、盘松杜鹃花海、红土地、绿石林是旅游区的四绝。



1000 多个岩溶漏斗，被地质专家称为“岩溶漏斗博物馆”。是集天然“盆景”之美、高山草甸之广、原始森林之茂、天坑地漏之险、岩溶洞穴之奇、峡谷瀑布之幽、彝族风情于一体的生态旅游景区，有“小香格里拉”之称，被游客赞誉为“大地画廊，仙境格萨拉”。



《酒店旅游信息采编》2023年4月上月刊 总第217期

## 二滩国家森林公园 “百里画廊、水墨二滩”



二滩国家森林公园在攀枝花市北郊盐边县和米易县境内，由二滩电站水库和库区周围的大片山地及原始森林组成，森林覆盖率 87%。景区规划了若海、笮海、犀牛海、马鹿寨和白坡山五大景区，近百个高品位景点。



湖面辽阔，森林密布，水体清绿，空气清新，是融观光游览、休闲度假、水上运动、民族风情、科普和自然保护于一体的国家级森林公园（风景名胜区），有“百里画廊、水墨二滩”之称，是游客理想中的自驾天堂和诗境家园！



## 米易傈僳梯田

四川也有自己的“梯田”



四川也有自己的“梯田”——米易傈僳梯田。这里自然生态环境优美，是国家4A级景区。片片梯田的线条如行云流水般婉约曼妙，梯田形状鳞次栉比、层出不穷。聚居于此的傈僳族人世代传承着傈僳族绚丽多彩的民族文化，原始古朴的民风民俗沿袭至今。



目前新山乡拥有5项省级非遗：傣傣族刺绣技艺、傣傣族织布技艺、傣傣族葫芦笙、傣傣族“约德节”、傣傣族舞蹈“斑鸠吃水”，被命名为“傣傣族祖居圣地”和“四川省民间文化艺术之乡”。



**主办单位：成都银杏酒店管理学院图书馆**

**出版发行：内部刊物**

**责任编辑：夏利君**

**出版期号：2023 年第 4 期上月刊（总第 217 期）**

**投稿方式：[yxxytsg@163.com](mailto:yxxytsg@163.com)**

**联系电话：028-87979510**