



“请到广东过大年” 给全国春节文化营销带来启示

今年春节期间,广东全省接待游客7606.9万人次,实现旅游收入693.6亿元,较2023年春节分别增长68.4%和160.8%,较2019年春节分别增长20.2%和40.2%。广东各地都迎来了一轮现象级的消费盛况,人们走出家门,以旅游度假的方式迎新春、庆团圆。

数据增长的背后,是政府有关部门的提前谋划布局。春节假期前期,省文化和旅游厅推出“请到广东过大年”“美丽乡村自驾游”“文旅补贴惠民游”等2024年十大促文旅消费举措,贯穿全年推出200万张折扣机票、200万张景区减免门票、2万间优惠客房、1000场文艺演出进景区等惠民措施。同时,以年俗文化、节庆活动、温泉康养、避寒旅游等为重点,推出23条“活力广东——广东冬季精品自驾线路”。发动260多家A级旅游景区、省级以上旅游度假区、省级以上旅游休闲街区等推出各类迎新春活动500多项,展示各地春节习俗,打造旅游休闲新场景新业态。

其实,早在2017年,广东就已推出“请到广东过大年”主题活动。今年在全省各地协力共推之下,活动更丰富,影响力更大,让广东成为全国春节文化营销的标杆。



佛山创意产业园



赤坎华侨古镇



四海龙舞巡游惠州闹元宵

各地文旅局:

“把吃住行游购娱都服务好,才能接得住出圈带来的市场火爆”

今年春节,“请到广东过大年”活动持续带动各地游客到广东“反向过年”热潮。不仅像广州、深圳这样的一线城市火爆,二线以下的三线、四线、甚至五线城市文旅市场表现都远超预期。

鹤山 “老实说,今年鹤山市春节文旅市场的火爆超出了我的预期!”鹤山市文化广电旅游体育局书记谢文清对记者感慨道,春节假期,鹤山市累计接待游客量约74.48万人次,旅游收入累计约3.63亿元。“在节前参与江门市‘江门小醒狮’在东北的系列文旅交流推广活动,为鹤山带来了一大波流量,估计会有效果,但是没想到那么火!”对于鹤山文旅的发展,谢文清有着更多期待,“希望更多游客来体验我们的咏春、醒狮等特色文化。同时,在推广上也不是单打独斗,除了宣传鹤山,还会和江门其他区市的文旅资源抱团推广。而最重要的还是要苦练好内功,把吃住行游购娱都服务好,才能接得住出圈带来的市场火爆。”

江门 江门市正在发挥《狂飙》长尾效应,今年春节假期8天,全市共接待游客612.33万人次,同比2023年春节假期增长140.3%;旅游收入35.75亿元,同比2023年春节假期增长147.07%,实现人财两旺。江门市文化广电旅游体育局副局长柳超球表示,这么好的成绩,得益于政府重视、全民参与,江门市节前就早早谋划了大小小近千项活动,通过举办烟花无人机表演、长堤历史街区龙狮巡游等大型活动吸引客流,正是这番努力,让春节江门客源结构有新变化,港澳游客占比由过去的11%增长至18%,省外游客占比由过去的10%增长至15%,省外境外游客合计占比超30%。据统计,春节期间江门市宾馆旅店住宿(过夜)游客同比增长74.8%。柳超球表示,接下来江门文旅部门将着力策划一系列文旅热点话题,如全民票选最好的3家咖啡店、最好吃的3家小食店等,邀请全民参与、全民策划、全民推动,让每一个江门市民都成为侨乡文旅的代言人。

梅州 地处粤东的梅州市,虽然不是传统旅游热门城市和热门景区所在地,2024年春节假期同样取得好成绩,市区附近的客天下景区,游客量增长了40%,酒店住房率提高了50%。梅州市文化广电旅游局有关负责人表示,梅州市首先突出节日主题,策划特色鲜明节事活动,70多项文化旅游活动,涵盖趣味游园、新春市集、非遗体验、文化艺术节等多个方面。这背后,与去年梅州成功举办的各种活动密不可分。去年,梅州市圆满举办了“2023东亚文化之都·中国梅州活动年”百场系列活动,成功创建广东首个国家级文化生态保护区。为“引客入梅”,还先后赴厦门、潮州、广州等9市举办了10场客家文化(梅州)生态保护区非遗展演暨梅州文旅宣传推介活动,超50家媒体、300家旅行社、1500多业界人士参与,反响热烈;签订《“中国红色研学旅游城市联盟”合作框架协议》,与10多个城市达成资源共享、客源互送。

特色景区:

创新年味引南北客来收获真金白银

从具体的旅游场景来看,广东各大旅游景区、度假区、街区和商圈也是收获了真金白银。如广州长隆度假区,20多年经久不衰的主力产品长隆野生动物世界,最高一天的人流量达到9.6万人;大马戏一天的演出达到了极限的四场,整体表现超出2019年同期。

作为全国网红文商旅街区、粤港澳大湾区年轻人的集聚地,佛山创意产业园积极响应“请到广东过大年”春节主题,推出第十五届创意春节,启用了全国首个“户外落地式裸眼3D舞台”,从除夕到正月十六准备了1000多场文旅活动,联动商家和网红达人,每天推出约60场新春活动和消费

福利。从除夕到正月十六,创新的年味为园区吸引了100多万人次的客流量,同比去年增长60%,而园区商家营业收入也同比增长了50%。“春节假期的生意比平时增长了三四成”“六点半基本就满座了”“接待了很多来自北京、上海、重庆、哈尔滨等地的游客”……春节长假收官,佛山创意产业园内的商家纷纷表示,假期客流旺消费火,幸好春节期间没打烊。

这个春节,作为华侨建筑与历史文化的代表小镇,赤坎华侨古镇以“赤坎过龙年”为主题,让众多游客群体重温记忆中的岭南传统文化。仅年初一至年初六,景区就接待游客25.24万人次,同比增长267.06%。

龙门县地派温泉总经理李星凯告诉记者,“今年春节在房价变动不大的情况下,我们最大的亮点是泡温泉的游客创新高,从除夕夜到元宵节,单纯泡温泉的人数比去年同期涨了一倍。同时从年初九开始到元宵节,每天还保持着200间房、70%左右的人住率。”他介绍,今年全省大力宣传“请到广东过大年”,来自北方的游客明显增多,河北、陕西等地车牌很常见,此外“港车北上”游客也让香港进入了周边客源地前十。“我们新春开年营收已经是超预期了,可以说开局比较好!”

得益于“港车北上”“澳车北上”等利好政策的实施,越来越多的港澳游客自驾到内地旅游观光。清远古龙峡景区负责人表示,今年春节期间,港澳地区游客及省外游客的预订量较往年显著上升,南下避寒游客感受南方独特的新春“年味”。

在广东北向出省通道乐广高速的途经地——英德红旗茶厂,作为国家工业遗产、国家工业旅游示范基地,无论是进粤,还是出粤的自驾车车主均对这个广东红茶之乡产生了浓烈的兴趣。有关负责人吴琳表示,春节期间,茶厂迎来了5万多名来自全国各地的游客,刷新了客流峰值的高度,在英德文旅景区排名第二,让茶厂成为英德红茶历史文化输出的一个重要窗口。

文旅专家:

三四五线城市迎来文旅发展“风口”

广东省旅游协会会长、广东省旅游控股集团董事长郭大杰表示,今年春节,广东旅控旗下旅业板块反映的数据非常积极和正面,比19年增长了接近40%,比23年同期也是大幅增长,“两个指标都创造了历史的一个新高”。据了解,其中白天鹅宾馆、广东迎宾馆连续七天满房,白天鹅宾馆营收创历史新高,整个春节档期客房餐饮日日满房满座人气爆棚。

他认为,广东有丰富的旅游资源,广东的气候、美食、文化独具特色,“请到广东过大年”活动从策划到总体运营相当的成功,让广东文旅的好资源“酒香四溢”,让全国各地乃至世界的朋友看到广东旅游的潜力,并在这里有良好的体验,“类似这样的活动,我们广东文旅界要大力推广,创造更多广东旅游发展品牌。”

实战旅游营销专家熊晓杰认为,产品力强大、品牌效应明显的城市是这次春节的大赢家。业内不少专家都认同,都市多元化的生活方式,便利的交通和通信以及都市丰富的文化活动,营造了浓厚的节日氛围,成为珠三角都市春节文旅市场火爆的主要原因。尤其是今年“请到广东过大年”系列活动启动以来,数千项活动集中在这些大都市,丰富的民俗活动吸引大量外地游客和本地市民参与。

从春节的表现来看,在消费分层的趋势下,一些二线以下的三线、四线,甚至五线城市在近一两年进入难得的文旅发展机遇期。熊晓杰分析,消费者追求性价比更高的产品,希望探索更多的未知。“低线”城市消费水平低,风物人文有一定的独特性,它们未来会成为部分分层消费群体的主要目标。“这给那些‘低线’城市带来了极大的风口。历史文化悠久、底蕴深厚的宝藏城市如果有了正确的运营,未来一定会成为新一轮出圈的城市。”
本版文图据羊城晚报