秋游多点开花 激活消费潜力

本报记者 连晓芳



游客在甘肃省敦煌市莫高镇的胡杨林中游览。 新华社发(张晓亮 摄)

2026年前三季度国民经济运行数据显示,沉浸式、体验式消费热度上升,服务消费日益成为拉动消费增长的重要引擎。随着大众出游需求从“打卡观光”向“深度体验”持续转型,单一的赏秋模式已难以满足游客的多元期待。这个秋天,随着小城漫游、非遗体验、农事参与、夜间休闲等复合型秋游产品的走红,秋日文旅市场跳出“靠天吃饭”的季节性局限,延伸出更长的消费链条。

从“看风景”到“沉浸式” 秋游体验完成结构性升级

过去一段时期,秋游市场的核心逻辑始终围绕“景观打卡”展开,游客的行程大多指向知名赏秋景区,以拍照留影为主要出游目标。如今,越来越多游客不再满足于“在最好的季节去看一眼最好的风景”,而是希望把自己的生活节奏完全嵌入秋日的在地场景中,在慢下来的旅程里,完成对目的地的深度感知。

复合型体验的走红,让秋游的客群边界不断拓宽。过去赏秋的主力人群以中老年摄影爱好者为主,而今年秋游市场里,年轻群体、亲子家庭、银发康养游客构成了多元共存的客群结构。不同群体的需求叠加,推动目的地不断丰富产品供给:面向年轻群体推出稻田音乐会、山野露营、秋日市集等潮流场景,面向亲子家庭开发农耕采摘、自然研学、亲子手工等互动项目,面向银发游客打造康养步道、乡村民宿、特色美食等慢度假产品,让同一个秋日目的地,能够同时承接不同人群的出游期待。

以途牛“黄山寻秋5日亲子研学之旅”为例,行程包含徽州古城寻宝、跟着课本游黄山、黄山地质勘查、对话黄山守松人、温泉水实验研究、宏村水系研究、徽州楹联里的家训、塔川自然观察、徽墨描金体验等,融合了自然、地理、人文、科学、非遗、古建等多元体验,备受亲子家庭青睐。

县域文旅成为秋游新主场 助力多元业态全面增长

在今年的秋游热潮中,以往被热门景区光环覆盖的县域目的地,正在成为承接秋日客流的核心载体。前三季度国民经济运行数据显示,县域市场的消费潜力不断释放,小城赏秋、农耕采摘、稻田音乐会等乡村文旅活动不断升温,进一步拓展了乡村消费的新空间。不少小众县城凭借独特的秋日景观和在地生活体验,从旅游市场的边缘快速走到前台。

陕西留坝把秋日的秦岭山野资源和本地的乡村生活结合起来,推出“秋山隐居”系列度假产品,游客可以住在山间民宿里,跟着当地农户去采摘板栗、制作柿饼,夜晚在光污染极少的暗夜带观测星空,整个行程没有设置高强度的景点打卡,却凭借浓厚的秋日氛围感吸引了大量长线游客。江西婺源的不少乡村,依托传承数百年的晒秋民俗,把农家屋顶上晾晒的辣椒、稻谷、黄豆转化为独特的文化景观,搭配徽州古村的红枫银杏,形成了辨识度极高的秋日IP,带动周边村落的民宿、餐饮、农特产品销售实现全面增长。

这种全域化的产品打造,让县域目的地不再是大型景区的“配套补给点”,而成为独立的旅游目的地。以山西静乐为例,当地依托汾河文化和山地秋景资源,串联起多个乡村节点,打造出多条秋日漫游线路,把过去分散的生态资源和乡村资源整合起来,让游客在县域范围内就能完成从赏景、体验到休闲度假的完整行程,有效拉长了游客在当地的停留时间,也让乡村居民能够在家门口分享到文旅发展带来的收益。

季节IP赋能全链条升级 激发秋冬季文旅消费活力

秋游市场的持续升温,不只是短期的季节性消费热潮,更是文旅产业向高质量发展转型的缩影。各地跳出“秋季只做赏秋”的传统思维,把秋日IP作为撬动全年文旅业态升级的支点,用一个季节的热度,激发秋冬季文旅消费活力。

延长消费链条,是各地激活秋日IP的核心动作。过去很多赏秋目的地的消费场景只集中在白天,游客看完秋景之后就会选择离开,很难产生二次消费。而今年的秋游市场里,越来越多地方把夜间消费场景纳入秋日产品体系:乡村里的稻田音乐节、古村里的秋日灯光秀、山脚下的星空露营夜,让游客在看完白天的层林尽染之后,还能拥有丰富的夜间体验,把单日游的客流转化为多日游的消费增量。湖南洪江古商城将秋日的山林景观和古城的夜间业态结合起来,推出“日游山、夜逛城”的联动线路,让游客白天在周边欣赏秋景,晚上留在古城里逛非遗市集、看沉浸式演出,大幅提升了游客的人均消费。

政策层面的持续加持,也为秋日文旅的升级提供了坚实支撑。多地陆续出台促消费相关政策,安排专项资金支持各地打造特色文旅消费新场景,对符合条件的文旅演艺项目、文创产品开发给予专项奖励,鼓励各地依托季节特色打造差异化的文旅IP。这些政策和秋日文旅场景深度结合,让更多乡村经营者有动力参与秋日产品开发,形成政府引导、市场主体参与、群众共享收益的良性发展格局。

案例一

辽宁:让一季红火变成四季常态

本报记者 葛 鑫

辽宁的秋天,正在从“观光对象”变成“体验场景”。

10月的最后一个周末,丹东市振兴区九纬路的银杏叶铺了一地金黄。政府大院敞开门,后备箱市集支起来,咖啡香混着烤红薯的甜,游客在大院食堂享受便民餐饮服务。

这个10月,本溪关门山的雾森景观前,沈阳游客侯谕桦举着手机连按快门:“这哪是赏枫,分明是走进了山水画里。”沈阳农业大学的千米银杏大道上,300多棵银杏树换装,开放日两天涌入数万游人。

一片枫林、一树银杏,看似是“看天吃饭”的季节生意,但在辽宁,赏叶经济被拆解成一套关于消费、产业与治理的算法。

本溪的枫叶算的是“深度账”。枫叶节办了二十届,今年,门票销量强劲增长,购买人次同比增长24%、门票收入同比增长10%,本溪入选国内10月赏秋热门目的地榜。在关门山下,溪水楼、望春山等高品质民宿成为赏枫热门选择,让游客的停留时间从“过境”拉长为“过夜”。在这里,备案民宿一年内从300余家跃升至606家,带动村民年收入最高超20万元。关门山把29元不限量自助搬进枫叶山庄,枫林谷在集市免费发放卤豆皮,大冰沟给买套票的游客送枫叶冰箱贴。赏枫不再是“看一眼就走”,而是吃一顿、住一晚。

沈阳的银杏算的是“公共账”。沈阳农业大学把银杏季升级成校地融合试验:千米银杏大道旁,昌图黑猪肉、海城南果梨、西丰鹿茸一字排开,驻村第一书记现场推介;生物学院老师把银杏科普课堂搬到树下,校史馆、昆虫馆、土壤馆三馆联动开放。10余年间,这条校园景观路变为“高校科研—地方产业—社会大众”的链接通道。辽宁大学崇山校区则以每天8000人的预约限额,把“杏坛乐府”做成有秩序的公共文化产品。

丹东的经济账算得更细。第三届银杏文化周历时15天,九纬路重文化、七经街重消费,整条街区秋日氛围浓厚。政府食堂双休日平价开放,志愿者和医疗保障点布到街面。振兴区的逻辑很简单:先把人照顾好,消费自然会留下来。张闻天旧居的书画展、尹哥书房的读书分享、大钢琴雕塑下的树下音乐会,不直接产生门票消费,却让一条街从“拍照背景”变成“停留理由”。

辽宁的文旅定位清晰:推动文旅体商深度融合,把文旅产业培育成支柱产业,从“秋游辽宁”消费季到全年促消费安排,制度化的谋划正把一季的红火变成四季的常态。一片叶子的含金量,最终不在叶子本身,而在被嵌入的那张网里:农民的民宿、高校的实验室、政府的食堂、老街的铺面、志愿者的岗亭,都被同一阵秋风吹到同一条链上。



游客在四川省阿坝藏族羌族自治州游览。 新华社发(曾祥辉 摄)

案例二

四川成都:让银龄游客的行程更有文化温度

本报记者 付远书

在四川成都的旅游市场,“适老”意味着通过时间分层、强度控制和体验组合,让不同体力、不同兴趣的银龄游客都能找到匹配的节奏。

这个秋天,成都以“金秋,成都见”为主题,聚焦银龄需求,推出一套适老化文旅产品供给组合:四大类20条金秋主题线路、五大类70场文旅活动、六大类150个重点文旅场景,以及七大类惠民优惠政策。这次活动的看点不在福利项目多,而在于把银龄群体从传统文旅产品中的“被照顾者”,变成产品设计、文化供给和消费促进共同指向的主角。

适老化文旅供给,若只停留在门票减免和折扣让利,容易变成节日式关怀。成都尝试把适老需求嵌入线路节奏、活动内容、住宿服务、公共阅读和消费链条之中,形成一套可感可用的供给体系。

线路设计最能体现这种供给逻辑。成都按出游时间把20条线路分成4类:近郊康养赏秋线路主打2日至3日周末微度假,行程强度适中、动静结合;全域人文深度漫游线路以3日至5日串联文博古韵、非遗匠心与市井烟火;天府金秋全景康养漫游线路以5日至7日统筹主城、近郊、远郊及毗邻城市资源,预留充足休整与茶叙时间;7日及以上的旅居休闲康养度假线路,则依托古镇旅居、山水康养和乡村民宿,主打慢居慢游。

文化供给同样没有把银龄群体排除在“好看、好玩、可参与”之外。重阳节当晚,昆曲《玉簪记》在成都高新中演大剧院上演,话剧《雷雨》、川剧秀·传奇变脸、大型实景演出《梦回青城》等构成“看大戏”矩阵;成都博物馆的威基伍德陶瓷展、成都市美术馆的维也纳美景宫花卉名作展,适合家人同游;“全民合唱展演季”也在当晚唱响,群众广场舞大赛则为银龄搭起展示舞台。天府人文艺术图书馆的系列讲座、成德眉资34家图书馆的敬老阅读活动、金堂县大地魂非遗民俗文化村的种酒习俗与古法酿酒体验,则补上“读”与“学”。成都把“看、逛、展、读、学”连成一条银龄游客可进入、可参与、可分享的文化体验链。

更值得关注的是服务细节里的适老意识。彭州雅阁酒店推出房价六五折、赠双早、赠龙兴寺门票的长者礼包;龙泉驿恒鼎世纪酒店在房价八八折之外,送上重阳糕、菊花茶,并设置大堂敬老角,提供免费测血压、拍照打卡等服务;成都尧棠公馆推出房型优惠、延迟退房、赠送水果和旅拍服务。这些安排看似零散,却共同为银发群体打造温馨的出游环境。银龄文旅供给的竞争力,往往不在宏大项目,而在入住、休息、健康监测、留影纪念等具体环节。69个拍照点位、10个千年古镇、29家旅居名店、10个经典风味品牌、13个老茶馆、19项促消费活动,把适老化从景区门票延伸到住宿、餐饮、茶叙、购物和社交场景——银龄游客的行程,既要有文化内容,也要有生活温度。



辽宁丹东市民和游客在“银杏大道”参观游览。 受访者供图

我的宝藏家乡

安徽石牌镇:

黄梅一唱,客从四方来

本报记者 孔令晖



“京黄故里”石牌戏会已经连续举办了十届。 受访者供图

不久前,第十届“京黄故里”石牌戏会在安徽省安庆市怀宁县石牌镇举办。短短几天,49场演出吸引观众超13万人次。一曲黄梅,为小镇引来四方游客。

石牌镇是皖水边上的千年古镇,四度获评“中国民间文化艺术之乡(黄梅戏)”。“梨园佳子弟,无石不成班”,这句老话里的“石”,说的就是石牌。徽班进京第一人高朗亭、京剧鼻祖程长庚、黄梅戏表演艺术家严凤英等,都曾在这片土地上学艺。

到石牌,第一站通常是徽班博物馆。这是全国首个以徽班文化为核心的专题博物馆,馆内珍藏老戏服、手稿、盔帽道具等300余件。“徽班昳丽,始自石牌。”石牌镇文化站站长汪传龙说,“我们想把博物馆做成活的戏曲课堂,联动校园、非遗工坊、老街业态,让文物走出展柜。”

从博物馆出来往老街深处走,泰和祥戏装盔帽社里,年近八旬的产云秋正伏案干活。他是盔帽技艺第五代传人,13岁入行,干了60多年,业内叫“石牌帽子产”。一顶盔帽从刻纸、粘贴、加网、压模到淋粉、上漆、贴箔、点翠,几十道纯手工工序,做下来需要约10天。“做盔帽是技术活,更是良心活,每一处细节都马虎不得。”各地剧团来找他定制,游客也常到铺子里看手艺、拍工序。全镇从事戏服、盔帽制作及销售的企业,一年营业收入近百万元。

从2022年石牌镇启动老街保护与开发项目以来,总投资已超亿元。走在老街上,戏的元素无处不在:墙壁上绘满戏曲脸谱,徽班博物馆、文化中心、戏曲大舞台、戏曲展示馆、小镇客厅分布各处。从合肥赶来的游客万玉平站在台下看得入迷:“这里能看景能听戏,惠民演出场次多,剧目贴近生活、通俗易懂,这趟来得值。”

土生土长的石牌人董丹丹,小时候跟着长辈看乡间戏台,后来从台下观众变成了台上演员。“老街墙上画着各式脸谱,拐个弯就能碰见戏迷在唱,随便找个居民也能哼上几段。”她说,“在这里,戏曲已经融进了日常生活。”

戏不只在老街唱。董丹丹和剧团同事们在团里搭起了“云端戏台”。“00后”演员开始站在屏幕前,结合年轻网友的喜好,把经典剧目剪成短片,穿插唱段讲解。边排练边摸索,他们慢慢摸出了传统戏曲适配网络的路子。如今,直播间峰值在线可达数万人。不少游客循着线上演出来到石牌,探访古镇和非遗工坊。“唱腔得正,这是根。但讲故事的方式可以新一点。”董丹丹说。

石牌镇中心学校戏曲社团的课堂上,四年级学生邵雨彤刚练完一段,转头问董丹丹:“董老师,有些转调的地方我总是唱不准,唱久了嗓子还会累。”董丹丹俯下身陪她磨:“黄梅戏讲究行腔自然,不要硬扯嗓子,跟着气息慢慢送出来。”几遍下来,邵雨彤的唱腔顺了。石牌镇把黄梅戏纳入校园美育体系,开特色戏曲课堂,编校本教材。戏会上,这些孩子也登台。游客在老街听见的调子,说不定就有他们唱的。

游客多了,镇上的营生也跟着多起来。全镇现有民间戏剧班社10家、从业人员200余人,每年在外巡回演出800余场次、营收500余万元。仅今年暑期,200余场展演体验活动就接待游客超5万人次。石牌镇党委书记周阳海介绍,按照县域副中心定位,全镇正朝着“经济重镇、戏曲名镇、宜居小镇”的方向发展。“保住文脉,游客才愿意来、留得住。”他说。