# 冰雪游、博物馆游、夜游……主题旅游虎年开门红

春节7天假期，国内旅游实现虎年开门红。以周边游、短途游为主流的旅游市场呈现出新发展趋势：冰雪游、博物馆游、夜游等在内的主题式旅游，成为人们出游主要内容，也是下一步旅游业界着力深耕的方向。

冰雪游走向大众

冰雪旅游无疑是这个春节假期旅游市场上的绝对主角。据旅游平台飞猪数据显示，丰富多样的冰雪活动是虎年春节的消费热选，冰雪旅游相关商品订单量较去年春节增长超30%。与其他旅游内容一样，冰雪旅游消费也呈现显著的本地化、小半径特征，3小时路程的“家门口”滑雪备受青睐。此外，冰雪旅游的热度已不止于北方城市，冰雪旅游订单中，客源地前十城市中，南方城市占据七席。近两年，在冰雪资源相对稀缺的南方涌现出一批特色雪场，南方人“家门口”滑雪越来越方便。广州融创雪世界、安吉江南天池滑雪场、杭州大明山万松岭滑雪场、成都西岭雪山滑雪场、神农架国际滑雪场等，均是热度颇高的南方热门雪场。

冰雪游热度大涨，旅游企业也不断优化产品组合。飞猪度假事业部副总经理崔宇鹏介绍，旅游消费已从打卡观光向深度体验转变，优化商品供给，创新商品组合形式与营销，才能满足不同类型消费者的冰雪旅游需求。春节期间，飞猪提供多样化的冰雪旅游特惠产品，例如，多雪场通兑商品、年卡类商品等，更符合专业滑雪爱好者需求；户外体验爱好者和亲子人群则更青睐短途冰雪度假、室内雪世界乐园票、滑雪温泉组合套餐等商品。

如今，不论是去滑雪场滑雪，体验速度与激情；还是赏冰灯、冰雕，在冰雪乐园嬉雪，冰雪旅游正衍生出越来越多的主题玩法，可以满足不同年龄层游客的需求，人们参与冰雪旅游的热情前所未有的高涨，冰雪旅游实现了从小众到大众的升级，成为名副其实的“热”经济。

各地文旅重策划

大年初四，17时许，夜幕降临。位于延庆的北京世园公园内，39组大小不一的花灯渐次点亮，从1号门入园的游客络绎不绝。记者随机采访了几位游客，他们都是专程为了赏花灯而来。“延庆是北京冬奥会赛区之一，春节到这里赏花灯更有韵味。”今年春节，延庆区推出了一系列冬季冰雪旅游主题活动，将新年元素、冬奥元素与延庆特色文化有机融合，更为吸睛。

春节期间，上海以“乐嗨过大年非遗新体验”为主题，策划推出新春文旅活动近500项。在街道、古镇、商圈、景区等地体验上海非遗技艺，成为市民游客感受年味的好选择。

甘肃省文旅厅以“喜迎冬奥·乐享陇原”为主题主线，除了开展“冬奥过大年·春绿玉门关”百日千场冬奥文化活动、“丰收了·游甘肃”冬春文化旅游惠民活动等文化旅游活动，还特别发布了“黄河之滨也很美”冬日黄河生态体验游、“大梦敦煌”丝路经典线路跨年品读游、“当归定西”旅游达人体验游、“陇上江南”醉美冬景观光游、“乐游新区”品质生活畅享游等15条“2022年春节假期主题旅游精品线路”。

山西省文化和旅游厅结合各地系列文化和民俗活动，推出了8条春节精品旅游线路，串联起山西省黄河风情、华夏文明、寻根祭祖、吕梁风光、宗教古建、晋商大院、太行山水、红色经典、山西古堡、长城边塞等经典旅游景区。

近年来，突出当地文化特色、民俗资源，整合既有旅游资源，注重提前策划，形成主题旅游产品，已成为各地创新旅游供给的重要举措。尤其是重要节日期间，各地旅游主管部门推出的主题旅游线路，已成为市民、游客的重要旅游消费指南。

发挥“火车头”效应

一批主题产品的推出，其带动效应是巨大的。对此，在北京市怀柔区与朋友合伙经营一家民宿的郭亮深有感触。

郭亮介绍，过去前来住宿的多是春夏秋三季到怀柔爬山、徒步或采摘的游客，他们大多数只住一晚。“冬季基本是闭门歇业的状态。”随着冰雪旅游越来越火，冬季反而成了旺季。因为距离怀北国际滑雪场不远，很多游客提前一天入住，第二天一早出发前往滑雪场，以便在高峰期到来前尽情体验。“冰雪旅游的热度还会上涨。”郭亮打定主意要牢牢抓住冰雪旅游发展的契机。等这个滑雪季结束，他打算对民宿进行整体装修升级，打造几间冰雪主题房，添置一些冰车、溜冰鞋等，吸引更多亲子游家庭。

除了上述冰雪主题旅游、夜游外，亲子游、康养游、科技游等不同主题旅游，都已成为吸引游客的重要利器。尤其是对年轻一代的游客而言，旅游主题直接影响着他们的出游选择。2021年，房车游和露营的大热，就是明证。

对于一个旅游目的地而言，一个符合市场需求的主题旅游产品，具备显著的“火车头”效应，将对周边的民宿、餐饮、娱乐、购物等产生明显带动作用。正因此，整合当地旅游资源，突出地方特色，不断丰富内涵，打造能让游客“一来再来”的主题旅游产品，将成为一地旅游业增强活力的重要途径。

人民日报海外版2022-2-9