

凭此一“味” 河南硬控全国五分之一游客



花式整活搞流量 不如让文旅多点“人情味”

最近几年,文化旅游的同质化,一直是网友的吐槽对象。在线下,各种小镇布景千篇一律,“鱿鱼”“烤肠”“臭豆腐”成为哪里都有的“老三样”;在线上,追流量成为风气,各种“花式整活”,让景区陷入了内卷,不仅宣传者费尽心思起不到效果,游客看着也很累、很无感。而河南之所以火,恰恰是因为没有过度追流量,而是想着法地“追服务”,让景点更有“人情味”。

你看,站在台上的王婆,跟来自各省的年轻人打成一片;主动扮丑的吕婆,随时随地跟身边的游客斗舞。这些由现代人扮演的古代NPC,为什么没有被人嘲讽为“生造”历史,为什么没让人感觉“尬得慌”?正因为她们通过用心演绎和河南人的热情,让生涩的历史变得有血有肉,走进了大伙的生活。当然,河南的这种“人情味”,还体现在很多贴心细节中。

“五一”小长假结束,各地的旅游市场数据陆续公布。

5天假期,河南共接待游客6450.3万人次、旅游收入371.1亿元,放到全国来看,不仅增速快,吸“客”和吸“金”力都非常强。就在2024年,河南接待游客量首次突破10亿人次、旅游综合收入首次突破万亿元。深读今年“五一”各项数据,河南的旅游市场,发生了哪些新变化?

□大象新闻记者 纪玉芳 宋迎迎

省外游客接待量暴增 河南以一隅见证全国市场的火热

“五一”假期,全国旅游市场表现不俗。据文化和旅游部数据中心测算,假期5天全国国内出游3.14亿人次,同比增长6.4%;国内游客出游总花费1802.69亿元,同比增长8.0%。

把全国数据和河南的数据放在一起,可以发现:河南,接待了全国约五分之一的游客,留下了全国约五分之一的旅游花费,也以国之一隅,见证着中国消费市

场的火热。

说到这儿,可能会有人提出疑问,河南有一亿人口,六千多万的游客接待量,究竟是省内“自己玩”,还是全国范围的“大家一起乐”?

让数据说话。河南省文化和旅游厅公布的数据显示,“五一”期间省外来豫游客为2231.8万人次(较去年同期增长21.42%),占比为34.6%(较去年同期增长

约5个百分点)。省外游客的快速增加,游客结构的更加“外向”,都充分展现了河南的吸引力。

早些年,有一句网络热梗——“世界那么大,我想去看看”,驱使着包括河南在内的各省年轻人,外出寻找“诗和远方”。如今,随着在旅游市场的发力,河南,也正快速成为省外游客向往的“诗和远方”。



文旅“吸金”谁是主力? 博物馆挤到限流、考古工地成打卡地

河南旅游市场吸“金”吸“客”,谁是主力? 文化。

全省接待游客人次前五位的景区中,文化类的就占到了三个:清明上河园、万岁山武侠城、龙门石窟。其中,万岁山武侠城、龙门石窟都是今年新进的前五,且热度高涨,多次启动限流措施。

除了文化类景区,河南的各大博物馆也都挤到爆。

根据洛阳市文物局的数据,

“五一”假期期间,共有69.5万人次打卡洛阳文博场馆,其中,40岁以下游客占比超六成,省外游客占比普遍超五成。而像河南博物院这样的热门场馆,因为人多挤不进去,更有不少游客转而去第三方平台,买搭售的“讲解+门票”组合。河南博物院为此还专门发布了声明,表示没有与任何其他第三方平台合作销售展览门票及讲解服务。“请大家警惕各类非官

方网络平台宣传的‘买讲解保进馆’‘讲解带门票’等虚假信息,避免个人权益受损”。

河南掀起的文化热,不仅体现在文化类景区和博物馆,连考古工地,也成为热门打卡地。郑州市文物考古研究院“考古工地公众开放日”活动期间,巩义双槐树遗址、郑州商都书院街考古工地、荥阳青台遗址等,都迎来了大批游客。



比如南阳五朵山景区,“五一”假期期间,推出“一元烩面”,吃不饱还能“无限续面”,受到广泛关注;新乡宝泉景区,假期“反向限流”,额定承载量为6.8万人次,却将游客数量控制在约4.5万人次,宁愿牺牲部分收入,也要确保游客的快乐体验。

在节假日借机涨价、游客徒步下山的乱象中,河南的“倒贴式服务”,不仅体现着河南人的实诚,也吸引更多的游客,成为河南的“自来粉儿”。人们向往“诗和远方”,正因为那里少了都市的喧嚣,少了人心的算计。游客用脚投票带火的河南,正是这样充满人情味的地方。