

县域旅游“火起来”，如何“火下去”？

这一轮，旅游业“泼天的流量”带火的是县城。
“县域旅游”正悄然来到C位。社交媒体上，与此相关的话题也持续走热。“五一”假期后，北京市民小静和同事聊起，发现同一办公室的5人不约而同地“打卡”了某个县城。
县域旅游走红背后，有天时、地利、人和多重因素；更值得思考的是，“火起来”的县城，该如何“火下去”？

小县城悄然占据旅游C位

“五一”假期前，湖北女生小洁抱着地图研究了半天，想找个“小地方”，安安静静的住上几天。“不用多么出名，不用有太多景点，能看看青山绿水就很满足了。”

有类似想法的人不在少数。选择旅游目的地时，越来越多人不想去大城市人挤人，而是开始挖掘“宝藏”县城、寻找县城之美。

刚刚过去的“五一”黄金周，我国旅游市场下沉化趋势更加明显，在旅游订单同比增速上，一二线城市小于三四线城市，三四线城市小于县域市场。

一天出杯7941杯咖啡！“五一”小长假，浙江安吉县利用废弃石灰岩矿坑改造的“深蓝计划”咖啡馆再次“沸腾”起来。来自上海的林小姐在矿坑湖边散步。“这是我第二次来。”她说，这里可以听音乐、看书，安静享受属于自己的时光。

浙江义乌国际商贸城五区进

口商品城汇聚100多个国家和地区15万种“洋特产”，假期五天内，商贸城涌入超90万人次，“一天上三四次货”“忙到没空吃饭”成为老板们的常态。

“我们特地拎了两个空包。”游客张强说，义乌的惊喜不仅在于“进货式旅游”的体验，还在于风味各异的万国美食，“不是土耳其去不起，而是义乌更有性价比。”

在江苏盱眙的大棚农贸市场，聚集着数十家以经营小龙虾为主的餐饮店、大排档。暮色降临，数千平方米的露天广场上，游客座无虚席，空气中弥漫着扑鼻香气。

相比南方的“热辣滚烫”，北国小城的五月则是“上春山”的最佳时节。在离网红“尔滨”中心城区不远的黑龙江尚志市，游客涌向风光旖旎的亚布力度假区、帽儿山景区，感受壮美景色。

尚志市文旅局局长张君介绍，

当地旅游市场延续冬季冰雪游的火爆，八大景区同时开放。截至5月10日，尚志市2024年累计接待游客突破162万人次，旅游业直接收入3.88亿元，同比增长175%。

在小红书上，“县城旅游”有超过38万篇笔记。人们热情分享值得一去的县城：读过千遍沈从文，不如去一次古老的凤凰古城；在平潭岛看蓝眼泪，像碎钻撒入大海，又像星星坠落人间；诺邓千年古村，每天起床都是袅袅炊烟，一切都慢下来了……

“畅游中国，幸福生活”，这是今年“中国旅游日”的主题，也是当下县域旅游的写照。

据统计，全国A级旅游景区的县域覆盖率由2012年的73%提升至2023年的93%。县域旅游构成中国旅游的基本盘，县域旅游的发展水平反映着中国旅游业真实的发展水平。

“火起来”更要“火下去”

“被看见”只是第一步。

《全国县域旅游高质量发展研究报告2023》显示，2022年，旅游总收入超百亿元且接待游客总人数超千万的旅游大县只有79个，旅游收入低于30亿元的县域占纳入统计的县域总数的65.86%。由此看来，县域旅游市场仍有很大发展空间。

张君坦言，试图抓住“风口”的县域旅游发展仍面临一些制约因素。

承载力与服务水平，往往成为县城“走红”或“招黑”的分水岭。张君说，在一些景区，公厕、停车位等配套服务设施改造提升跟不上，旅游高峰期常出现如厕难、停车难问题；一些从业人员职业素养不足，服务标准不规范，也会影响游客的印象和评价。

如何让“火起来”的县域旅游持续“火下去”？

首先，充分挖掘自身特色。旅游市场正从大众化向精细化、差异化、个性化转变，县城需立足自身独特优势，以小博大，满足游客不断升级的多元化需求。

受访专家表示，一些古村落、乡村景区往往通过一景一物在社交媒体上“破圈”。这些能承载“乡愁”的旅游目的地，一方面需保护好村庄传统肌理、提升颜值，另一方面也需融入特色文旅元素，打造“人无我有、人有我特”的新IP，形成小城的独特标签。

其次，要加快设施提档升级。

中国旅游研究院副研究员韩元军说，县域旅游要实现主客共享，既能满足本地人需要，又能满足游客需要。基础设施是否完善、配套服务是否匹配，往往是县域旅游能否发展起来的关键。各地政府要不断提升治理能力，在软、硬两方面下功夫。

同时，也要避免为打造流量盲目开发的冲动。一些地方为打造网红景点，随意征收古村古镇的老房子进行改造甚至拆除，容易落入“千村一面”的窠臼，让老村镇过于商业化。

最终，需锚定长远发展格局。“对于搬不走、挪不动的旅游目的地来说，需采取培育型发展模式，走可持续发展的路子。”北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建说，县域旅游要“火下去”，需锚定“长期主义”，着眼打造深度的文化体验，让目的地持续释放吸引力。

新华社北京5月18日电

走红背后的“天时”“地利”“人和”

县域旅游走红背后，有着趋势创造机遇的“天时”，也有县城“天赋异禀”的“地利”，更有协力双向奔赴的“人和”。

中国旅游业供需两端的新变化，时时刻刻都在孕育新机遇。

携程研究院行业分析师王亚磊说，消费者不断成长，从追求“打卡”到注重体验；从单一产品到多元玩法，旅游正更多回归生活的本质。县域旅游热正是在这一背景下应运而生。

性价比高、轻松自在，是县城受到年轻人青睐的重要原因。

“五一”假期，无锡“95后”丁志辉与朋友去了浙江衢州。往年与父母一起出游，都是去大城市，制订周密的出行计划，人均开销至少2000元，“费钱又费力”。

“性价比是硬道理。我们挑选目的地也很随性，朋友说衢州的‘鸭头’好吃，就来了场说走就走的

旅行。”丁志辉说。

但凡经历过假期的“人从众”，就知道安静自在的时光有多难得。小县城正成为不少游客的“心灵栖息地”。中国旅游研究院规划与休闲所副研究员李雪认为，县城并非仅有美丽的风景，也蕴含高品质的生活空间，这恰恰是构成县域旅游竞争力的内核要素。

不少县城“天赋异禀”，特色IP令其成为游客“打卡”目的地。

将“村超”赛事与文旅资源深度融合，“五一”期间，榕江县共接待游客超40万人次，实现旅游综合收入超4亿元。在重庆市彭水苗族土家族自治县，踩花山节逐渐成为当地一张靓丽的文旅名片。

更不用提，一些县城本身就是曾经的古都，历史悠久；一些县城“深藏不露”、文化底蕴丰厚。

另一方面，交通基建的改善，也让县城与大城市的距离越来越

“短”。

同程研究院首席研究员程超功指出，县级城市的交通通达性近年来大幅提高，如高铁已覆盖超过90%的50万人口以上规模城市，不少县城也逐步增加公交车、接驳车、共享单车等交通配套，提升出行体验。

“用‘十分’服务笑迎游客”“努力做游客最喜爱的小县城”……被游客热情激发的县城们，也接二连三为游客奉上更好的产品和服务。

“五一”期间，盱眙做足“龙虾”文章，为文旅消费引流。假期前，便宣布“五一”至8月开展夜市特色活动，打造夜食、夜购、夜娱、夜游场景；还准备了“福利”：凡在盱眙“薅龙虾”满200元的游客可凭发票免门票游玩4A级景区。

游客的探索热情邂逅县城的服务诚意，便实现了一场人与城的双向奔赴。

中国“太空养鱼”项目进展顺利 “鱼航员”状态良好

新华社北京5月19日电 中国科学院专家19日在北京介绍国内首次在轨水生生态研究项目进展情况。空间站小型受控生命生态实验组件由神舟十八号航天员转移至问天舱生命生态实验柜中开展实验后，目前在轨运行稳定，4条斑马鱼状态良好。

4月25日，神舟十八号载人飞船从酒泉卫星发射中心升空。随3名航天员一起进入太空的还有4条斑马鱼和4克金鱼藻，用于在轨建立稳定运行的空间

自循环水生生态系统，实现我国在太空培养脊椎动物的突破。

据中国科学院上海技术物理研究所研究员郑伟波介绍，目前，航天员成功开展了两次水样样品采集和1次鱼食盒更换操作，发现了斑马鱼在微重力环境下表现出腹背颠倒游泳、旋转运动、转圈等定向行为异常现象。后续科学家将利用返回的回收水样、鱼卵等样品，结合相关视频开展空间环境对脊椎动物生长发育与行为的影响研究，同时

为空间密闭生态系统物质循环研究提供支撑。

19日上午，由中国科学院学部局、教育部基础教育司主办，中国科学院空间应用工程与技术中心承办的“天地共播一粒种——青少年与航天员一起养斑马鱼”科学教育活动暨2024年中国科学院空间应用工程与技术中心公众科学日活动在北京启动。活动旨在充分发挥空间站科技资源优势、搭建科学探究实践平台，组织青少年设

计研制可供4条斑马鱼生活一个月的地面小型密闭水生生态系统，并进行科学观察。

活动现场，科学家将斑马鱼样品赠予同学们并回答问题。“斑马鱼作为‘模式生物’，与人类基因组相似度高达87%，可以作为许多人类疾病的研究模型。同时，与航天员一样，斑马鱼成为‘鱼航员’也需要通过生长阶段、活性、健康等层层选拔。”中国科学院水生生物研究所研究员王高鸿说。