

這個五一 縣城是最大贏家

今年五一小長假，再次接棒去年五一，成為「史上最熱門五一」假期。

據文化和旅游部數據中心測算，全國國內旅遊出遊合計2.95億人次，比去年五一多了超過2000萬人次，按可比口徑較2019年同期增長28.2%。

不過今年的「人從眾」與往年不同，小城尤其是縣城，成了人們的心頭好。

根據攜程發佈的《2024五一假期旅行總結》，在旅遊訂單同比增速上，十大縣城目的地平均增長36%，成為增速「第一梯隊」。

平均不到5人裡就有1人在旅行的五一假期，為什麼是小縣城火了？

縣城，擠爆了

「《清明上河圖》還是保守了，但凡五一出門走走，就發現到處都是幾倍於上河圖的人。」剛從人群中擠回來的遊客戲謔道。

《清明上河圖》主打的是「繁華」，它描繪的是北宋都城汴京（今開封）的熱鬧場景。然而今年五一假期，別說是如同開封一樣的「古都城」，連小城和縣城都擠滿了遊客。

攜程發佈的《2024五一假期旅行總結》顯示，今年最火的十大旅遊目的地依舊是一線/新一線大都市：北京、上海、杭州、成都、重慶、廣州、南京、武漢、西安和深圳。與2023年五一假期的流量擔當相比，僅僅是前後位次的變化。

文旅客源豐富、交通四通八達、商業經濟繁榮，換句話說，「有的看」「方便去」「好消費」，是旅遊目的地霸榜的三大撒手鐮。

大都市穩定不變的同時，今年的新趨勢在於小城市的「崛起」。據《2024五一假期旅行總結》，旅遊訂單同比增速上，縣城市場高於三四線城市，三四線城市高於一二線城市。

三四線城市中，揚州、洛陽、秦皇島、

威海、桂林、開封、淄博、黃山、泰安、上饒等是較熱門的目的地，旅遊訂單平均增長11%。

縣城中，安吉、桐廬、都江堰、陽朔、瀾勒、義烏、婺源、景洪、昆山、平潭是熱門旅遊目的地，旅遊訂單平均增長36%。

其實在法定假日出遊中，「反向旅遊」已經被討論多年。去年的五一假期，小城市就已經冒了頭。根據同程旅行2023年五一假期的數據，三線及以下城市的酒店預訂量較2019年同期增長超過150%。

反向旅遊，多少有點「退而求其次」，比如選擇的標準往往是避開人潮、逃離溢價。

去年五一遊客志浩就選擇了反向旅遊，節前三天開始看余票，刷到哪裡有票去哪裡，頗有種「開盲盒」的既視感。最終他選擇了去草還沒綠的內蒙古呼和浩特旅遊，隨機逛不排隊的博物館，隨機吃進門就有座位的小館子美食，四日往返最終花費千元左右。

不過，今年火的縣城旅遊並不同於「反向旅遊」。在勁旅集團創始人、中國社科院旅遊研究中心特約研究員魏長仁看來，以往的反向旅遊主打的是「不計劃、不趕趟、不打卡」，然而縣城旅遊是一種演進，「可以有計劃、可以適當趕趟，也可以打卡」。

這意味著，縣城旅遊，不一定能完全避開人潮和溢價，但依然值得去。

縣城旅遊，究竟是怎麼火起來的？

縣城，新的旅遊流量擔當

今年五一在社交平台上最火的縣城少不了陽朔，有網友發佈了陽朔漓江景區百舸爭



数据来源:携程旅行

流的視頻：「知道的我是來旅遊了，不知道的還以為周瑜正在調集江東水軍攻陷水泊梁山。」

在中國旅遊研究院副研究員韓元軍看來，縣城旅遊的火爆反映的是旅遊供給結構優化的趨勢，背後當然有「高性價比」的因素，比如相較大都市有更具性價比的酒店、餐飲，以及更少的遊客。

但正如陽朔呈現出的「百舸爭流」的畫面，韓元軍認為，縣城旅遊的異軍突起需要具備三個硬件：

最重要的「硬件」便是旅遊資源的獨特性、差異性。

以攜程統計的前十名榜單為例，婺源主打的是鄉村古鎮、都江堰打的是大熊貓基地以及水利工程、平潭打的是海島風情以及獨具一格的「藍色眼淚」。

五一假期選擇去平潭島的遊客閃閃表示，選擇平潭島並不是一個靈機一動的決定，而是奔著藍色眼淚而去，4月到6月是看夜光藻最好的時節，因此早在年初就做好了計劃。相較以往的「反向旅遊」隨機找個城市躺平或閒逛，這次的縣城旅遊算是「籌謀已久」。

「這些縣城所具備的唯一性非常強，遵循了旅遊的發展規律。」韓元軍說。

另一個「硬件」在於交通的便利性。

近年來高鐵、支線機場的硬件升級使得縣級旅遊目的地的可達性大幅增加。比如平潭高鐵站於2020年建成，從北京和上海出發每天各有一班直達高鐵。對於沒有直達高鐵的始發城市，從省會福州中轉依然是個方便的選擇，從福州發車每日有近20班抵達平潭的高鐵或動車，最快僅需28分鐘。

其實在五一之前，去哪兒網就發佈了一張小眾目的地「撿漏地圖」，距離省會城市的距離僅需1小時高鐵時間的「一小時高鐵圈」是撿漏的關鍵。

五一假期選擇去安吉的遊客瑞秋分享了她的經驗，安吉縣不僅有2020年後新建成的高鐵站，自駕也非常方便。它處在江浙滬的中段位置，從上海或南京出發僅需兩個多小時，從杭州出發甚至只要一個半小時。

此外，「硬件」還在於吸引遊客的「元素」。四平八穩綜合實力強固然好，但如果有一個更能佔領遊客心智的「元素」，往往能具備加成的效果。

這些元素中，「美食」的效應已經體現得淋漓盡致。比如山東淄博有燒烤和小餅，甘肅天水有麻辣燙，哈爾濱有凍梨。

除此之外，音樂節、村超（鄉村足球超級聯賽）、馬拉松、越野比賽、露營等等都有相當大的吸引力。瑞秋提到，早就耳聞安吉有「中國露營第一村」之稱，「綠水青山就是金山銀山」也發源于這裡，但吸引她的點在於「咖啡館」。安吉是中國咖啡館密度最高的縣，因此尋覓咖啡館之旅，足夠讓一個上海人心動。

縣城，接得住「富貴」嗎？

縣城旅遊的異軍突起，能火多久？在魏長仁看來，沒有縣城「能隨隨便便成功」，爆火的縣城在旅遊基礎設施、交通便利度、旅遊新產品、新服務、新業態、新玩法等方面都做了大量工作和準備，因此火爆是厚積薄發的。

「尤其是縣城旅遊不等於退而求其次的反向旅遊，它會成為遊客們常態化的選擇。」魏長仁說。

不過，在獨立消費分析師劉戈看來，被遊客選擇可能要滿足包括旅遊資源、交通便

利程度等一系列要求，但被遊客認可並不是一件容易的事，「配套服務是否匹配」可能成為是否「一票否決」的關鍵。

劉戈舉了個簡單的例子，在縣城選擇吃什麼的時候，價在大城市使用的點評平台常常容易失靈，地道的館子不一定在網上查得到，而評價多、評分高的網紅館子又不免讓人覺得有意為之。因此，在縣城，往往容易出現遊客們蜂擁而入少數幾家「推薦餐廳」的場面，味道不一定好但排隊一定長。

在韓元軍看來，縣城應對龐大客流量的經驗或許有所欠缺，因此，政府作為提供公共服務的主體，需要有更多的策略和措施。

在行業內，旅遊目的地紛紛效仿的範例是淄博。中國人民大學公共管理學院教授馬亮就曾指出，淄博的爆火有偶然因素，但值得思考的是如何做好配套、做好周邊、做好支撐，圍繞燒烤，以點帶面，讓遊客獲得較好的整體體驗。

當一座小城圍繞著配套服務形成龐大的旅遊生態之後，它就具有了「性格」，形象就立了起來。在劉戈看來，真正深入人心的「旅遊縣城」，往往並不會給遊客們帶來「縣」感，它更像是一種獨立於城市線級之外的「特別存在」。

例如安吉，有動輒千元的豪華帳篷、野奢酒店，有超過300家的咖啡館，連現制茶飲價格帶裡中高端的喜茶、霸王茶姬都紛紛入駐開店，這幾乎是都市級的「配套服務」。

這個五一，縣城火了，但究竟是哪些縣城能夠火到最後，成為各地文旅「抄作業」的典範，它們正在浮出水面。

錢昆打油詩

觀日落②

身臨其境始驚訝，
追看日落人如麻。
Las海灘觀景地，
歐美遊客一茬茬。



《達圖爾傳》 第二部《奔騰年代》

院長很重視，親自帶著記者來到接種站視察慰問，表揚護士們不怕辛苦工作認真，還主動提出給護士們發雙倍工資。亞歷克斯和國防部的人也來了，他們表揚年輕的官兵們軍紀嚴明愛護人民，強調軍人在戰時為國殺敵，和平的時候就應該為民服務。亞歷克斯對這次疫苗接種活動非常上心，因為菲尼亞軍隊的軍紀問題、軍人形象問題，始終讓他頭疼。再後來衛生部的人也來了，院長屁顛屁顛地跑前跑後的介紹著。

依琳娜在聖·琳娜村接種站呆了兩天。

「老伯，咱們村兒越來越漂亮了啊！呵呵呵。」

「村裡閒著的人多。沒事幹，我就讓他們種花修路清理雜草，您說過：講衛生、不生病！」

「就是嗎，下次再搞選舉的時候，你讓那幫這個黨那個派的人，把咱村的電也接上。」

「嘿嘿，那是一定的！」

「對啊，老伯你說的對。過兩天我讓工地上的人過來，幫咱村裡建一個化糞池。還有這些路邊的水溝，一定要及時清理，上面的雜草也要清理乾淨，免得生蚊子。」

「好，好，俺代表村裡人先謝謝您！您放心，一會兒，婆娘們下課了，我就安排清理這些水溝。」

「婦女們都去上課了，她們願意嗎？積極嗎？」

「積極的很！聽說您會給她們安排工作，哪能不積極呀！我閨女和兒媳婦兒每天都和我孫子一起上學一起下課，認真的很！現在都能念報紙啦！嘿嘿。」

「太好啦，老伯。您看啊，咱村二三百戶，沒有一戶有田產，將來總要有條出路不是嗎？這哈，薩公路修通了，交通方便了。路上的那些加油站，你見過吧？整個哈薩公路上有13個加油站都是我們的。回頭我幫你買一些漂亮的盤子、叉子、勺子，再給你安排一些桌子凳子。加油站的地方是現成的，來來往往的人也不少。你就讓那些姐妹們組織起來，到每個加油站賣烤魚。配上米飯、醬汁兒、小檸檬，還有辣椒、醬油、醋，就叫「賽斯特」烤魚店吧。只要乾淨衛生，價格公道，生意一定會很好！」

老村長兩眼放光，連連點頭。

依琳娜看著兩眼放光的村長老伯，噱



噱哈哈的繼續說。

「山坳邊上的那個湖裡魚是現成的，您組織年齡大一點的老伯們去打漁。記著啊！小的不要、大的也不要，就要和你腳丫子大小一樣的。呵呵，呵呵呵。您想啊，小的不好賣，大的留著下魚娃兒呀。」

「好好，太好了！」

「明天我讓托利叔叔安排備開飯店的人過來幫助你們，你們先把烤魚做起來。我看這山裡的地方大得很，你安排人到山裡去養雞。烤魚烤好了，我們再做烤雞。咱們菲尼亞人最愛吃烤魚烤雞配米飯了！老伯，如果你做的好，將來會有更多的人到咱村裡來定居。那時候，你就不是村長，你是鎮長了！呵呵呵，呵呵呵。」

得知依琳娜在聖·琳娜村，托利親自帶著人趕來。來的人專業，村裡的人實在。很快出資的問題、出力的問題、分配的問題大家都談妥了。每個人都知道只要聽這個漂亮姑娘的，大夥兒一定會有好出路。

流動疫苗站的事兒，依琳娜起了個頭，本打算四五天就結束的。但是醫院院長、國防部、衛生部的人都認為這是一件非常有意義的事情。他們很快接手了這項工作，並說要長期堅持下去。依琳娜當然很開心，辦好了聖·琳娜村的事兒，依琳娜順道和托利趕到波利加曼DTR商業綜合體項目。

整個項目比起上次來時已經發生了翻天覆地的變化，外面所有遮擋物全部已經去除。寬廣的停車場後面是一排旗桿，再後面是小廣場和寬敞的落客區。