

演唱会游、博物馆游、美食游……

越来越多年轻人为热爱说走就走

追一场音乐会,游一座城;去一座城,看一场剧;为一座博物馆,赴一座城……如今,“音乐+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等各类创新融合消费场景正成为年轻人出行的重要理由。这些新兴消费场景具有青年主力、兴趣导向、内容为王、情绪价值、品质服务等5个鲜明特征,是一种“年轻态”的出游方式,具备推动地方经济实现良性循环、积极促进地方消费稳定增长的特点。



小丽/画

中国妇女报全媒体记者 张静

“五一到北京游玩,提前抢到了四张北京草莓音乐节的票。逛了闻名世界的名胜古迹,还参加了心仪的音乐节,我们一家四口玩得非常开心。”从山东来北京游玩的王女士表示。

追一场音乐会,游一座城;去一座城,看一场剧;为一座博物馆,赴一座城……如今,“音乐+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等各类创新融合消费场景正成为年轻人出行的重要理由。

今年五一假期,全国各地消费市场呈现了火爆态势,音乐会、文化节、博物馆、体育赛事等多元消费场景如雨后春笋般涌现。人们在享受休闲时光的同时,也为假日经济复苏和消费升级注入了新的动力。数据显示,五一假期期间,音乐节、旅游演艺等各类演出总票房达9.27亿元,观众达167.10万人次。专家表示,旅游正在加速进入城乡居民的日常生活,文化和旅游消费有效释放,带动假日市场持续升温。

“跟着音乐会去旅行”:演艺搭台,旅游唱戏

不久前陈奕迅世界巡回演唱会在古都南京连唱6场。与此同时,紫金文化艺术节小剧场单元等各类演出纷纷上演,更适逢小长假,于是来自全国各地的歌迷早早做好攻略,追偶像、刷演出、逛老门东、吃鸭血粉丝汤……南京之旅一个都不能少。

北京姑娘小林专门去看了陈奕迅南京那场音乐会,还买了两场小剧场的话剧票。“其实我觉得看看演出、展览,也是节假日出游很好的选择。”她说。

如今,很多“80后”“90后”与小林一样,热衷于参与各种音乐文化活动。携程数据显示,五一假期,演唱会、音乐节等相关搜索热度同比增长23%,常州、合肥、北京、烟台等地音乐节受关注高,带动当地酒店住宿、交通餐饮等增长。各地

瞄准年轻人“跟着音乐去旅行”的新潮,尝试“演艺搭台、旅游唱戏”。旅游与公共文化服务深度融合,不仅吸引游客纷纷“打卡”,也为提升城市人居品质、人文底蕴打开新的突破口。

精彩纷呈的演出吸引了来自全国各地的观众,也带动了演出场所周边的餐饮、酒店预订量的提升,成为拉动城市文旅发展的新动力。上海文化演出票务平台“摩天轮”最新数据显示,五一假期期间,在该平台热卖的音乐剧、话剧、脱口秀等演出活动多达数十场,观演人群环比增长超过50%,外地观演人群环比增长超过68%。

“为一场音乐演出奔赴一座城”渐渐成为年轻人的旅游新风尚。五一小长假第一天,在北京城市绿心森林公园,“北京无限音乐节”为6万名乐迷带来了一场精彩的视听盛宴;同一天,在浙江省绍兴市上虞区,一场音乐节火热开启,现场1.6万余名观众在7组艺人的带动下,跟随着音乐节拍快乐地摇摆。

文化和旅游深度融合,成为假日经济的一大特征。五一假期,从国家文艺院团到地方演艺团体都精心筹备,为观众奉上精品节日文化大餐。北京国家大剧院共安排演出近40场,售票率近80%;苏州昆剧院实景版《游园惊梦》改编自昆曲《牡丹亭》选段,假期累计演出超过500场;江西景德镇陶瓷川陶瓷文化创意园中,由陶瓷制成的多种乐器共同演绎曲艺《开腔》,让古老非遗“活了起来”。

业内学者表示,这些新兴消费场景具有青年主力、兴趣导向、内容为王、情绪价值、品质服务等5个鲜明特征,是一种“年轻态”的出游方式,具备推动地方经济实现良性循环、积极促进地方消费稳定增长的特点。

“跟着赛事去旅行”:激活多元文化消费

为满足游客的假日文化需求,各地纷纷“解锁”新业态。非遗游、文博游、民俗游等新型旅游业态持续创新,推出一系列沉浸式体验项目,满足游客更高层次的消费需求。新场景新业态持

续发力,丰富的文旅活动让消费更红火。

“跟着赛事去旅行”。五一期间,借助“村BA”和“村超”力量的文旅盛宴在贵州上演。贵州省体育局发布了五一期间10条贵州体育旅游精品线路,让游客在享受文化的同时,能够充分感受到运动的魅力。

数据显示,五一贵州目的地旅游订单量同比大幅增长,其中线路游订单量同比增长约30%,包车游、定制游订单量同比增长均超过5倍。

安徽多地也涌动运动热潮。五一期间安徽省共举办各类赛事活动258场,参与群众约60万人。龙舟赛、“村BA”、森林公园自行车骑行赛等体育活动精彩纷呈。

除了新兴消费场景,传统消费场景也借助假日融合出新,形式更加多元包容。如广东省2024年的文化和旅游消费促进活动,围绕美食、滨海、夜游、演出、亲子、研学、乐园等消费热点,培育具有广东特色的消费新业态新模式,满足消费者多样化、个性化、品质化的消费需求。

与此同时,很多县区、乡村以独特的自然风光、人文景观和丰富的民俗文化吸引众多游客前往,特色民族活动异彩纷呈。在湖南绥宁县,每天有不同特色的民族文化活动上演。游客在那里感受神秘的苗侗非遗文化、欣赏民族音乐展演,体验苗家姑娘拦门祈福仪式;贵州黔南各地的非遗展示遍地开花,都匀“非遗集市”、龙里2024巫山大峡谷“五一九州非遗美食娱乐狂欢节”、独山司下五一民俗活动……都带给游客不一般的体验。

“夜晚乘着游船泛舟小南河上,水面袅袅升起一面水帘,激光电影在夜幕中上演,讲述三河千年人文变迁。”安徽三河古镇通过科技手段,将历史文化和地方特色融入整个演绎路线中;杭州市桐庐县5天共迎来游客102.89万人次,同比增长64%。

携程数据显示,五一假期县域市场酒店预订订单同比增长68%、景区门票订单同比增长151%。

文化和旅游部表示,甘肃、江苏、陕西等地将

演艺、非遗、文化遗产、美食等元素与旅游融合。据商务部商务大数据监测,2024年五一假期,全国重点零售和餐饮企业销售额比去年同期(2023年4月29日至5月3日)增长6.8%。

“跟着博物馆去旅行”:假日出游新时尚

若要盘点假期里的新晋打卡地,博物馆必有一席之地。随着各地不断掀起文博热,博物馆纷纷以各种形式破圈。如今,“为一座博物馆,赴一座城”,到博物馆追寻历史已经成为年轻人的一种时尚。

今年五一期间,国家一级博物馆连续3天均达到接待上限,相约逛博物馆已成为假期出游新风尚。越来越多的年轻人走进博物馆,不仅让沉睡千年的传统文化再次焕发新生,更让“文化自信”的种子不断生根发芽。

成都武侯祠博物馆开启的沉浸式文化体验活动,汇集了三国主题情景剧表演、古装NPC互动巡游、潮玩机甲人表演等精彩活动;在江西景德镇古窑民俗博览区内,沉浸式情景剧《窑神童宴祭祀》也如约而至。文博研究员、景德镇古窑文化研究院院长和非物质文化遗产代表性传承人带领嘉宾一起点燃圣火,游客可以现场添柴加薪。

江苏各大博物馆的活动更是让人目不暇接:游客在南京市博物馆可制作扎染;在江宁织造博物馆制作花草灯;在南京市民俗博物馆制作牡丹花工艺品;在镇江博物馆绘制银器浮雕;在中国海盐博物馆制作陶器;在扬州博物馆编织手提篮;在淮安市博物馆体验古法织布技艺;在宿迁市博物馆DIY非遗竹编;在武进博物馆感受木艺手作的魅力……每一项都带给游客独具匠心的沉浸式体验。

如果说丰富多彩的活动是博物馆吸引年轻人的“利器”,那么古人同款美食则让你一秒踏上穿越之旅。

五一期间,杭州南宋德寿宫遗址博物馆推出

“德寿宫手作”,其中包括创意研发的中式小食以及面包、咖啡等创新产品。店内“复刻”的雪泡缩腌饮源自《宋·太平惠民和剂局方》,是宋代有名的街头消暑饮品。手作店还推出了复原自《宋宴》的古方汤面美食“红丝馄饨”,以虾肉作泥揉和入面,煮熟之后面条颜色微微发红,契合“红丝”二字,一口下去还原千年前的宋人雅致。

如果说以往逛博物馆总被贴上“枯燥”的标签,那么如今有了科技的助力,数字技术不仅让古代历史焕发出生机,更让博物馆成了科技爱好者的“旅游胜地”。如太原北齐壁画博物馆内,著名的徐显秀墓室北壁的“夫妇宴饮图”被搬上互动投影墙。在互动屏幕上,一把琵琶跃然出现,只要拨动琴弦,就可以与画中乐伎共弹一曲。借助VR眼镜,游客可“穿越”到徐显秀墓遗址中一睹墓葬全貌,1400余年前北齐贵族的生活尽显眼前。

又如重庆三峡博物馆的“壮丽三峡”展馆,再现了“三峡形成”的大型三维数字展馆,通过场景、雕塑、AI语言大模型等相结合的方式,让观众身临其境地感受到了大自然的鬼斧神工。

携程数据显示,五一假期,国内主要博物馆门票订单同比增长10%以上。各大博物馆游人如织,人们在这里了解历史、敬畏文明、感受艺术,在闲逛中体悟中华文化之美。

中国旅游研究院院长戴斌表示,旅游正在加速进入城乡居民的日常生活,厚植日常生活的消费让文旅融合高质量发展的市场基础更加坚实,让旅游投资和市场主体的创新空间更为广阔。

文旅集萃

上海一批文旅新地标将开门迎客

日前,上海市文化和旅游局负责人表示,今年上海将有一批重要的文化地标、旅游项目陆续向市民游客敞开大门。

据介绍,“耀雪·冰雪世界”项目作为全球体量最大的室内滑雪娱乐场,打造一站式“全球顶级都市冰雪度假胜地”;世博文化公园项目,园内的温室花园、世界花艺园、双子山项目将带给游客不一样的都市自然体验。其中,双子山主峰高度达48米,是中国首座高度超过40米的人工仿自然山林,园内占地2万平方米的温室花园也将成为上海最大的温室花园;位于宝山的上海外滩音乐厅拥有1027座观众席位,水晶宫般的音乐厅因其优质的声学设计和独特的建筑风格,将成为上海最新的文化地标。

此外,上海还将推出一系列文旅惠民措施。打造儿童友好城市阅读新空间:今年年内计划打造100个,2025年完成全市街镇全覆盖;以“道路+”“公园+”“生活圈+”为主要路径,以“深度游、微旅行、慢生活”为发展导向,形成“15分钟生活圈”,并将依托城市街道、商圈、公园、历史建筑、滨水空间,通过系统改造、复合利用、功能叠加,赋予城市空间多元功能,再评选推出第五批50个上海市民“家门口的好去处”,使“好去处”数量越来越多、类型越来越丰富、距离越来越就近,真正与市民日常生活融为一体。

(杨玉红)

智慧美食

沙县小吃,舌尖上的国家级非遗名录

李杰

或许你没有去过沙县,但一定见过沙县小吃。

提到沙县小吃,大家都不陌生。这个出没在街头巷尾的小店,堪称中国老百姓的深夜食堂和早餐集散地。不论早起赶地铁的都市白领,还是深夜收工的外卖小哥,在沙县小吃里来上一份不超过20元的饭菜,是很多人的日常。据说沙县小吃全国门店超过了8.8万家,年营业额达500亿元。

说到沙县小吃的历史,那真的可以用悠久来形容。我们背诵中国历史朝代的时候,习惯以夏商作为起点。没错,沙县小吃的历史几乎就堪称整部中国史。它起源于夏商周、晋、宋中原黄河流域中华饮食文化,中原的饮食文化随着中原人民的多次南迁传播到沙县,使沙县成为中国传统饮食文化的汇集地,这也是沙县小吃闻名全国的主要原因之一。

沙县的不少小吃还保留着古老的传统意识文化的特点,有的小吃的制作方法甚至保留着原始的特点,堪称古代中国传统饮食文化的“活化石”。

一般我们记忆中的沙县小吃是经典四样:蒸饺、馄饨、拌面、炖罐。其实在沙县当地,热卖的还有豆腐丸、芋饺、烧卖等超过100种特色小吃。沙县小吃因其上得快、管饱、好吃、价格实惠而堪称打工人的最爱。

其实你吃到的沙县小吃未必是最正宗的,因为沙县小吃和沙县的小吃,还真有些不一样。想吃到地地道道的古早味,要去到沙县本地。

沙县位于福建省中部,拥有1600多年建县历史,自古即为闽西北重要的商品集散地。北方汉族的面食文化和南方闽越先民的米食文化在此汇集,碰撞出中华民族最早的味道记忆。

正像网友猜测的,沙县小吃之所以能攻占全球,是因为它不是一个人在战斗。沙县小吃的背后确有一个超强的“神秘组织”推动其产业发展,1997年成立沙县小吃业发展协调小组,2017年建立了沙县小吃产业发展中心。

面食:它是由馄饨演变而来的,最大特点是皮薄馅多。据说1斤面粉能加工出400~500张皮坯,可想而知这皮有多薄。

金包银:因古时南方缺少面粉,沙县人遂以豆腐为皮包馅,以代替饺子。它以炸好的油豆腐包裹馅料,因其表皮金黄脆爽,内部白嫩柔滑而得名。

水晶烧卖:制作沙县烧卖,皮胚是关键。面粉中加入热水、盐、酵母和成面团,拍粉时用木薯粉,充分混合。因为加入了木薯粉,制成的面皮带点透明。在烧卖皮上放入粉丝和肉丁,再轻轻一旋,一个个烧卖透明如水晶。

芋饺:在《舌尖上的中国》中出现了沙县人再熟悉不过的一道美食,这是每到过年过

节沙县人家家家户户都会制作的时令小吃——芋饺。将芋头打成泥,加入木薯粉和面,馅料一定要有笋干才好吃。汤一定要放醋,再来一点儿辣椒,一口咬下去,芋饺嫩滑软糯、清香可口。

豆腐丸:因为用隔夜的老浆水来点豆腐,所以沙县的豆腐没有石膏豆腐的火焦味,比其他地方的豆腐来得白嫩鲜美。将豆腐与蛋、姜汁、木薯粉、胡椒粉等配料搅成糊状,用汤匙舀起包入肉馅,投于水中文火慢煮,焐好后捞起备用。接下来烧好配汤,加入豆腐丸用文火煮10~15分钟,再加麻油、黄酒、辣酱等佐料,起锅。

拌面:沙县拌面里放的是味道咸甜、风味十足的花生酱。口感咸香微甜的拌面撒上葱花,再搭上一勺带着汤汁的扁肉,完美。

炖罐:沙县炖罐的具体制作实属秘方,不同的人制作的口味也会有所不同。小罐整齐地放入蒸锅中,再放在蜂窝煤炉上炖炖,热乎乎的一罐暖胃又暖心。

卤味:沙县小吃里的卤味有卤鸡腿、卤豆干、卤鸡蛋等,想想都流口水,搭配米饭、粉面、蒸饺,再来点儿小酒,真的美滋滋。

在你匆匆忙忙解决了一顿午饭后,还要嫌弃吃沙县很low?人家已经征服全国之后进军海外了……2021年,沙县小吃制作技艺经国务院批准列入第五批国家级非物质文化遗产名录,项目编号为Ⅷ-276。

