

# 如何越夜越美丽

本报记者 张雪

夜间旅游从小到大、由点及面，成为推动旅游业高质量发展、促进文旅消费潜力释放的有效路径。

夜幕降临、华灯初上，“不夜城”换装登场，来一场city walk，随着熙熙攘攘的人流打卡最具人气的“深夜食堂”；赴浪漫之约，和心爱的人一起看夜空中梦幻上演光影盛宴；感受文艺之旅，约上三五好友在音乐节的璀璨灯光下肆意摇摆……现代社会，夜晚的来临正是忙碌了一天的人们享受生活的开始，相较于白昼，夜色下的城市更具人情味和烟火气。

近年来，夜间旅游从小到大、由点及面，成为推动旅游业高质量发展、促进文旅消费潜力释放的有效路径。中国旅游研究院最新发布的《2024中国夜间经济发展报告》预测，2024年国内夜间旅游总花费将达到1.91万亿元，同比增长21.7%。

## 需求提档升级

在流光溢彩的灯光映衬下，安徽马鞍山的长江不夜城景区迎来八方游客。通过光影交互、裸眼3D等科技手段，整个景区被打造成一座奇幻之城，游客可以在“千里长江画卷”前，感受长江沿线省市的非遗技艺、民俗表演、花车巡游，也可以在一旁的商铺里品尝各地美食。据统计，2023年，长江不夜城全年累计接待游客突破500万人次。而马鞍山市通过构建购物休闲、特色餐饮、文体娱乐、演绎体验、观光旅游“五位一体”的发展模式，把夜间经济打造成了拉动消费增长的一大引擎。

白天有白天的风情，夜晚有夜晚的美丽。中国旅游研究院院长戴斌表示，随着经济社会发展水平提升和科技进步，人们的生活观念和生活方式都发生了巨大转变。“旅游休闲活动已经显而易见地从白天延伸至夜晚，18点至22点已经成为高活跃度的夜间经济“黄金4小时”。

《2024中国夜间经济发展报告》显示，相较于2021年同期，今年前三季度游客夜间消费金额占比增长了近4个百分点；节假日是夜间旅游市场的温度计，今年国庆黄金周，游客夜间消费金额和笔数占比分别为34.3%和29.2%，景区夜间游客同比上涨33.2%。从市场规模、夜间消费占比、假日夜间经济3个维度判断，我国夜间旅游市场正呈现需求增长之势。

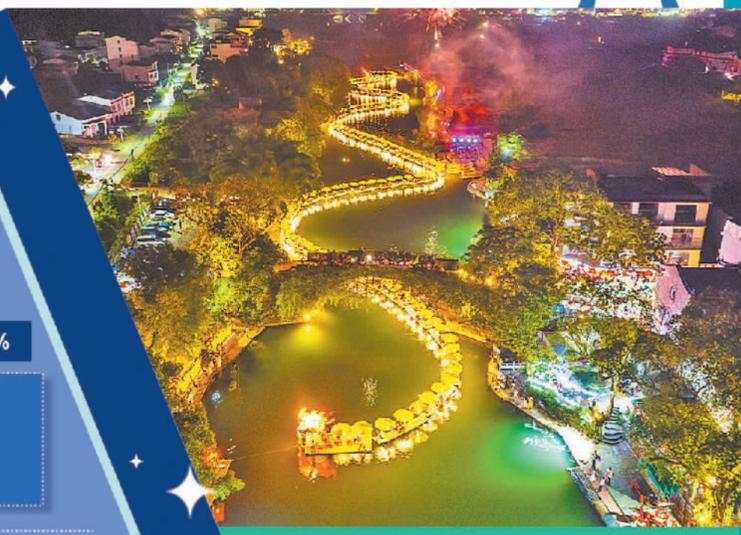
中国旅游研究院夜间旅游课题组负责人赵一静认为，游客的夜间需求正呈现内容升级、场景演变、诉求转变和持续细分提档的特征。游客夜游对“在地化、艺术性、轻松感”的内涵需求升级，古镇乡村、文娱综合体、城市夜行、逛“三园”（公园、动物园、植物园）成为新的夜游吸引物。与此同时，游客的夜间旅游停留与偏好场所更趋向于本地生活场景，停留更久的夜游场景从景区、演艺场馆转向休闲文娱场所、夜市集市、历史文化街区和旅游休闲街区等特色街区。“游客的消费诉求发

中国旅游研究院发布的《2024中国夜间经济发展报告》预测

2024年国内夜间旅游总花费将达到1.91万亿元 同比增长21.7%

相较于2021年同期 今年前三季度游客夜间消费金额占比增长近4个百分点

从市场规模、夜间消费占比、假日夜间经济3个维度判断，我国夜间旅游市场正呈现需求增长之势



夜幕下的广西桂林阳朔遇龙河景区，一条由竹筏连接而成的“金龙”吸引了众多游客观看。 黄胜利摄(中经视觉)

生转变，大众开始对夜游产品的功能性提出了更多要求，消费者有了自己的夜游价值主张。在内容升级、场景演变的趋势下，不同人群的差异化需求持续细分。”

## 产品创新迭代

随着时间之轴在昼夜的尺度上展开，旅游景区和度假区等典型旅游空间不断导入夜间休闲项目、博物馆、美术馆、电影院、戏剧场等公共文化空间也在延长闭馆时间。中国旅游研究院夜间经济专项调研显示，全国5A级旅游景区的夜间开放率已从2020年的23%增加到现在的63%，新入驻了一批灯光造景、演艺游船、民俗集市等夜间核心吸引物；文博场馆在暑期、假日等博物馆奇妙夜的带动下，夜间开放率上升至35.2%。夜间旅游产品的供给日益丰富。

戴斌表示，眼下无论是历史文化街区、商业综合体、夜间市集等重点商业场景，还是街道、广场、公园等主要公共空间，都在有意识地融合文化、科技、时尚和娱乐元素，持续推进夜间场景迭代和产品创新。

在浙江绍兴众多古镇中，柯桥古镇靠什么脱颖而出、聚拢人气？浙江开元旅游集团文旅事业部负责人褚锋平说：“柯桥古镇要做一有文化、有态度的古镇，让年轻人愿意来打卡、愿意来消费。”夜游板块成了突破口，柯桥古镇推出“十二月市集”，以宋代文化为主题，每个月策划不同主题的市集，在此基础上，去年还推出了“柯桥十二月雅集”，将江南十二雅事作为体验主线，十二国色作为视觉主线，十二花朝作为打卡主线进行系列活动串联。除了市集外，柯桥古镇还挖掘在地文化，增加光影水秀互动场景，让游客沉浸式感受水乡夜晚独特的魅力。褚锋平介绍，现

在古镇每天的客流量在15000人至20000人之间，其中夜游的比例约占70%。

以夜空做画布、光影做画笔、植物做“演员”，在夜晚的北京世界花卉大观园，设计团队发挥想象力，用一场高科技奇幻浪漫的夜游秀带游客进入自然世界。北京深林觅境夜光植物园创始人王海洪说，他们尝试把公园夜晚的空闲时间利用起来，以植物为载体，把混合现实、3D mapping、全息投影等科技手段和植物链接起来，让植物自己讲故事，希望这些新探索开创出一个新赛道。

赵一静表示，近年来，夜间旅游的经营主体数量呈攀升态势，面对庞大的夜间旅游市场需求，各领域专业选手延展产业链进入夜游赛道，使得供给内容服务品质化、专业化水平不断提升。

## 业态还需优化

眼下，越来越多的“不夜城”在夜空下绽放，市民、游客的夜生活更加丰富多彩。夜间旅游发展面临着新形势，也伴随着新挑战。戴斌表示，尤其要关注夜间旅游发展模式单一、商业形态同质、

重庆南川区罗龙街区夜市，游客在购买美食。 罗川摄(中经视觉)



# 消费帮扶农特产品销路宽

本报记者 赵梅

天水甘谷辣椒、陇南橄榄油、甘南牦牛肉……在甘肃兰州的“央地携手·富民兴陇”2024央企消费帮扶聚力行动展厅内，各类甘肃特色农副产品消费产品一一亮相。

这是甘肃首次举办中央企业消费帮扶活动，来自10家中央和国家机关、36家中央企业、5个东西部协作地区、48家中央在甘企业、14个市州和兰州新区及央企定点帮扶县设立的190个展位，全面展销央企定点帮扶地区农产品和甘肃省特色农产品。

甘肃省国资委机关党委专职副书记、一级调研员张晖介绍，他们将以活动开展为契机，通过与中央企业建立长期稳定的供货关系，推动甘肃特色农产品进央企、进商超、进商城，全面提升“甘味”品牌和特色农产品的知名度和影响力，持续带动甘肃农民增收。在活动开幕式签约仪式上，华润万家与甘肃甘味产业发展有限

公司、中储粮集团与甘肃农垦集团分别签订战略框架协议；36家央企和甘肃省省属企业、市州农业龙头企业以及农民专业合作社等百余家单位举行了集中签约仪式，签订“甘味”农产品采购意向协议。

此次行动采取“现场展销+线上销售”方式。其中线上销售主要通过“甘味·国企”直采平台、央企消费帮扶小程序、公益中国平台和各央企电商平台等网络渠道，同步开展网上展销和直播带货活动。为充分保障货源供应，甘肃省国资委编印《甘肃各市州特色农产品手册》和《甘味特色农产品甄选目录》，涵盖15个大类75个门类特色农产品2000多种，涉及龙头企业650家，产量在390万吨以上。

在甘肃天水市展会，陈列着苹果、甘谷辣椒、花椒等农副产品。“今年，央企采购了我们20多万吨的小米、挂面等农产品。”天水天盛

优农优品农副产品有限公司总经理马洪建说，央企消费帮扶拓宽了公司产品销路，提振了农民的种植信心。

“这是庆阳华池的沙棘汁、环县的羊酸奶，还有小杂粮、蜂蜜等十几种特色商品。”中国化学工程集团驻华池县余家砭村驻村工作队第一书记赵成柱热情地为参观者介绍着展台上的产品，他希望通过展销进行品牌宣传，稳定特色农产品的销售渠道以及销量。

赵成柱说，自2015年对庆阳开展定点帮扶以来，中国化学工程集团大力扶持小杂粮、中药材、沙棘、金丝黄菊、菌菇、湖羊等产业项目，通过集团化学云采、央企消费兴农周、本来生活集团等线上平台，多维度宣传推介华池县、环县农产品。积极引导集团所属子公司和合作单位采取“以购代销”“以买代帮”等方式采购华池县、环县农产品，累计完成消费帮

扶3800万余元。在中国中煤能源股份有限公司展位，来自贵州印江县的茶叶和抹茶曲奇等产品引人注目。

中国中煤能源股份有限公司驻贵州印江驻村第一书记刘磊告诉记者，他们立足当地产业特色进行资金支持、产品升级和市场推广，此次带来了牛肉干、茶叶、抹茶衍生品和帮扶村的手工编织产品等60多种特色农副产品。在充分展示帮扶成果的同时扩大交流对接，甘肃农特产品都将上传至“中煤易购”消费平台，助力甘肃农特产品种得好、卖得出。

“本次消费帮扶活动收获多多，中国海洋石油集团有限公司加大了对甘南瑞麟城食品科技有限公司的采购订单；甘南天壹供销社农特产品开发有限责任公司与京东集团签订了代销意向协议。”甘南藏族自治州政府国资委主任才昂南杰说。



在“央地携手·富民兴陇”2024央企消费帮扶聚力行动展厅内，陈列着不少甘肃农特产品。 本报记者 赵梅摄

为冰雪瞭望

马维维