渝中区洪崖洞，周边的路面、桥面、游船上满是游客。（资料图片）

在重庆市荣昌区的夏布小镇景区，游客在古镇参观游玩。

“五一”假期接待国内游客超1858万人次，游客总花费151.71亿元

重庆旅游“破圈”有妙招

从繁华都市到静谧小城，从音乐节狂欢到古镇诗意，从风景名胜到美丽乡村……在刚刚结束的“五一”假期，作为国内游TOP10城市，重庆各大景区各美其美，接待国内游客1858.31万人次，游客总花费151.71亿元，交出了一份亮眼成绩单。

那么，繁荣活跃的假日经济，折射出了哪些新变化？又有哪些新发展趋势？连日来，记者作了调查。

从风景到场景 传统景区带来全新体验

这个假期，如果要问重庆旅游哪里最火爆，两江四岸的夜景当之无愧排在“榜首”。每当夜幕降临，南滨路、长滨路、朝天门、江北嘴……数十公里的江岸边，以及大桥上、游船里，层层叠叠的游客抢占了每一处制高点，举着手机，翘首以盼。

数千架无人机腾空而起，在夜空中勾勒出一个个城市地标。光影闪烁间，重庆把山水、科技与人文巧妙融合，为游客带来了一场独一无二的感官体验。

洪崖洞民俗风貌区接待游客69.8万人次、弹子石老街接待游客34.5万人次、龙门浩老街接待游客33.9万人次……一连串顶流数据，印证了重庆文旅市场的繁荣。

事实上，自“字水宵灯”算起，重庆夜景已“出圈”了数百年，近年来，又凭什么持续走红？“这是从风景到场景的典型创新案例。”中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家、重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏分析称，近年来，一些地方的旅游发展误把游客的“小确幸”当成主流，出现了重营销轻建设、重流量轻内容的趋势，进而造成传统景区被边缘化。

“事实上，传统旅游景区直到今天仍能满足游客对目的地不可替代的期待，只是要随着消费需求的变化不断创新升级。”罗兹柏说，如今，游客既要“小确幸”，更要“大欢喜”。这就要求传统旅游景区要把“风景”融入“场景”，给游客全新体验。

这个假期，武隆仙女山、天生三桥、合川区文峰古街等传统景区，也以直升机飞越、风筝节、NPC黄金甲侍卫、“三江剥虾王”大赛、全民K歌赛等方式，将“风景”融入“场景”，取得不俗成绩。

从场景到风景 让“瞬时流量”化为长期功夫

5月7日，在两江新区金海湾公园，来自北京的“三七”专心拍摄着心中的山水大片。作为一名旅游博主，她“五一”首日就飞来重庆，狠狠“蹭”了一波“灯火璀璨、人山人海”的流量。节后还“赖”着不走，是因她发现，重庆爆红的流量密码，不只夜景、火锅，还有从“场景”到“风景”的城市生活。

“三七”称，初到重庆时，她跟多数游客一样，第一时间就打卡了洪崖洞、长江索道、南滨路等地，被这里的山、水、桥、城、天、灯有机融合、浑然一体，深深震撼。

不过，她很快发现，重庆旅游火爆有着更深层次的底层逻辑——在这里，景区与社区的边界很模糊，几乎看不见“圈景售票”的现象，居民与游客共享活动空间，市井烟火、人间至味皆触手可及。“重庆将场景‘风景化’，带给我的震撼不亚于夜景。在这里，可以很好满足人们‘既要风景，又要生活’的诉求。”她说。

这个假期，荣昌就用一只“卤鹅”撬开了众多“好吃狗”的嘴。“五一”期间，灯火辉煌的夏布小镇，从卤鹅到黄凉粉，再到各色烧烤一字排开，吸引大量游客前来。数据显示，5天假期，夏布小镇以近90万人次的游客接待量，成为了我市景区的“人气王”。而荣昌全区更是接待游客234.5万人次，同比增长168.2%；消费市场也迎来历史性突破，实现零售额20亿元，同比增长258%。

在中国旅游研究院院长戴斌看来，旅游需要网红，但网红不是旅游的全部，旅游业发展要实现从“流量驱动”到“质量驱动”的转变。

网红效应能够迅速吸引大量消费者的关注，但要让这种“瞬时流量”转化为长期成功，关键在于能否获得持续的消费者忠诚度和市场竞争力。因此，旅游目的地建设需要沉下心来，在景区品质、形象塑造、交通设施建设、公共服务完善等方面下足功夫。

从国内到国际 打造入境首站城市

“Very shocking（非常震撼）”“So perfect（非常完美）”……5月5日，大足石刻景区，游人熙攘。来自英国的霍华德夫妇在人群中格外显眼。自进入景区后，他们手中的相机就没有放下过，一直咔咔咔地拍个不停，口中不时发出赞叹之词。

他们正是被YouTube上旅游博主发布的视频吸引而来，已先后游玩了北京、上海等地。“我们还没玩尽兴，计划今年底再来一次中国。”霍华德说。

“五一”期间，在洪崖洞、南滨路、仙女山等重庆多个景区，记者发现，外国人的身影明显多了起来。对此，英语导游刘丽娜更有直观感受。从业4年多来，她感受到今年入境游最火爆。“现在，我每个月要接待七八个团，工作已经排到7月底。”她说。来自携程的数据也显示，今年“五一”假期，重庆入境游订单量同比去年猛增99%。

抢占入境游市场“C位”，打造入境游首站城市，契合重庆加快建设世界知名旅游目的地、深化国际消费中心城市建设之需。

“无论是国内游客，还是国际游客，出门旅行不仅要看山、看水、看风景，更是在追求风景之上的美好生活。”市文化旅游委相关负责人称，我市将以业态创新为突破口，推动高品质文旅产品供给，包括迭代升级“慢生活、深度游”要素体系，构建彰显国际范、巴蜀韵、重庆味的精品线路，持续做靓世界山水都市、壮美长江三峡等文旅名片。

同时，我市还将继续实施“引客入渝”计划，完善入境游客接待配套服务，持续提升入境游便利化水平；深耕东南亚市场，推动澜湄旅游城市合作联盟总部落地等。

好风凭借力，送我上青云。重庆正努力向全球游客述说着不得不来的N种理由。

新重庆-重庆日报

游人在弹子石广场观看民俗表演

游客在重庆来福士购物中心

相关

消费市场热度同比增长6.5% 重庆背后暗藏三大“热力源”

市商务委今日介绍，今年“五一”期间，我市紧扣“全域全季消费潮”活动，通过政策撬动、市场驱动、多方联动，带动消费市场热度持续攀升。监测数据显示，“五一”期间全市消费总额比去年同期增长6.5%。

活动热 特色主题点燃消费热情

“五一”期间，各区县借助资源联动、商文旅体业态多跨联动、“首发经济”等，推出一系列特色主题活动。

4月29日晚，2025中国（重庆）国际消费节在江北区观音桥步行街开幕，五大主题展馆同步亮相。

消费节带动观音桥商圈沿线经营主体销售额超4.2亿元，观音桥商圈日均人流量超百万，悦己红妆、智汇生活等展区人气居高不下。其中悦己红妆展区汇集圣罗兰、兰蔻、娇韵诗等品牌，单日最高销售额超40.3万元；智汇生活展区汇集华为、VIVO、深蓝等品牌，单日最高销售额超72.5万元。

荣昌区举办“卤鹅非物质文化遗产美食消费季”，以卤鹅为依托，推出包括美食、文旅、非遗等元素的“N+1”多元“宠客套餐”，让当地消费市场迎来历史性突破，假期实现零售额20亿元，同比增长258%。

此外，渝中区策划“漫购、漫赏、漫品、漫玩”促销活动；渝北区推出品质生活、时尚消费、文旅融合系列主题活动，发布《渝北消费地图》；沙坪坝区启动“爱尚重庆·跃动沙磁”消费季，联动开展多场特色消费活动。

据统计，“五一”期间，全市共举办各类消费促进活动近150场。

商圈热 五大商圈消费额同比增9.2%

“五一”期间，重庆各大商圈、商场频频出“新”，推出力度空前的节日促销，商圈消费引领全市消费热潮。

在两江新区光环购物公园，巨型透明艺术装置《城市治愈计划》吸引大量年轻人驻足。在国内首次展出的5件大型装置艺术作品，为游客带来了全新的艺术体验，不少游客说“这里随手一拍就是大片”。

“五一”期间，光环购物公园接待游客11万人次，销售额480万元。

商场同步发力，比如江北区国金中心、渝中区时代天街、龙湖金沙天街等精心布设美陈，推出艺术主题展、IP首展、沉浸式市集等消费场景；佛罗伦萨小镇、重百新世纪等发放各类消费代金券，持续开展惠民促销；苏宁易购解放碑总店紧扣“国补”政策，加大力度开展家电、3C等超值优惠活动，带动消费市场持续升温。

数据显示，“五一”期间，中心城区解放碑、观音桥、杨家坪、南坪、三峡广场五大商圈消费总额同比增长9.2%。

文旅餐饮热 带动消费市场“多点开花”

“五一”期间，全市旅游市场进一步释放消费新动能，低空飞行、国潮华服、美食节等特色活动为文旅消费注入新动力。

在龙兴通用机场，上海游客罗丽奇在体验“云端瞰湖”专项航线后，兴奋地说：“原价698元的低空观光项目，用消费券后直减200元，高空俯瞰明月湖的感觉太震撼了！”据悉，这个假期，城市空中跳伞和固定翼飞行体验项目大受欢迎。

作为美食之都，“五一”假期，重庆的烟火气也在麻辣鲜香中升腾。在位于江北大石坝的“九村烤脑花”，广州游客陈先生说：“来重庆前就听说烤脑花是‘黑暗料理’，尝了一口，真香！”忙着翻烤架的店员告诉记者：“假期每天能卖500多份，外地游客占七成。”

数据显示，“五一”期间，全市餐饮行业营业额同比增长7.7%。

据新重庆-重庆日报