

# 又是一年春茶季 茶旅融合唱大戏



孙立彬

AI制图:王查娜

眼下,正是春茶上市时节,一种沉浸式“春茶游”逐渐受到游客青睐。一方面,春季茶园风光独特,游客可感受万物复苏的生机;另一方面,采茶、制茶、品茶等环节让游客深入了解茶文化的历史与技艺,可满足精神文化需求。

自然与人文的双重体验让以茶为媒的新旅游形式激发了农文旅相融合的发展新活力。

## “茶文旅”融合潜力可观

随着人们生活水平提高,对个性化、深度体验旅游产品的需求愈发强烈,“茶文旅”融合的市场潜力可观。

携程平台上,目前,浙江安吉、四川蒙顶山、安徽黄山等地的茶旅产品吸引了大量游客。该平台相关负责人表示,这类茶旅产品不仅覆盖传统茶产区,还通过“茶+非遗”“茶+亲子”“茶+户外”等创新形式延伸消费场景,充分体现了市场对茶文化深度体验的旺盛需求。

携程本身也在持续挖掘茶文化内涵,推动“茶文旅”成为差异化竞争的新赛道。目前该平台上的春茶游产品主要覆盖茶园观光与研学、制茶体验、茶文化主题活动等体验形式,例如名茶产区的一日游;茶道表演、茶宴餐饮、茶山民宿等“茶+”场景;“茶山徒步+摄影”“茶园瑜伽”等项目。

途牛旅游网也表示,春茶游作为春季限定的赏春活动,吸引着越来越多的消费者。目前途牛旅游网的春茶游主要在春季踏青线路或自由行套餐里增加春季采茶或挖笋的体验。例如途牛推出的“福建武夷山-九曲溪3日游”跟团游产品,就是包含“采茶制茶+国风

汉服体验+品茗”的深度体验,浙江安吉及杭州的酒店连住套餐包含采春茶或挖笋体验。

闻旅创始人兼CEO周海涛表示,作为与中国传统文化相结合的主题游,“茶文旅”具备十分广阔的发展前景,已经从小众爱好变为了大众休闲旅游的一项重要体验。游客对于茶主题旅游的需求也从单一观光转向深度参与,如采茶、制茶、茶艺学习等互动项目成为核心卖点。茶主题还能成为茶产地发展特色旅游的重要依托,作为吸引游客的流量入口,发展完整的观光体验与销售结合的产业链,深度融合吃住游购娱等要素挖掘细分业态等,市场空间巨大。

“春茶游是时令体验,是与大自然亲密接触、沉浸式感受自然体验,放松身心的绝佳机会。特别是对于爱茶的人,春茶游不仅能够满足愉悦身心的旅游目的,还能在行程中品好茶、买好茶,体验有关采茶、制茶的非遗技艺等等,都是吸引游客的地方。特别是随着茶文化逐步年轻化,有关茶主题的体验也变得越来越创新、多元,比如茶艺研学、茶主题住宿、茶园中的汉服旅拍、茶山音乐会等等,都让茶文化体验变得更加有趣、深度和生动。”周海涛说。

## 仍有改善和挖掘空间

从用户画像来看,有数据显示,18-30岁的年轻消费群体占整体消费群体的30%,他们更注重生活品质和个人健康,对新茶饮、茶饮料或包装时尚的茶叶品牌感兴趣;年龄段在31-50岁

的人群是茶消费的主流消费群体,占比为45%,他们对茶叶的品质和口感有更高要求,倾向于购买高品质的名优茶。51岁以上的中老年群体,他们都是“老茶客”,对茶文化的底蕴更了解,多选择传统饮茶方式,更偏爱对身体有益、口感平和的茶类产品。

以茶为媒的新旅游产品,虽然潜力巨大,但可以改善和挖掘的地方还有很多。

周海涛建议,茶主题旅游产品的设计可以更精细化一些,针对不同年龄层的客群,可以设计更符合他们需求的体验产品,目前而言,虽然茶主题旅游的体验项目在走向丰富多元,但地域特色以及创新体验还是不足,存在一定的同质化。其实有很多可以尝试的方向,比如可以多与年轻品牌做联名跨界活动,联合新茶饮品牌推出联名茶旅套餐,吸引年轻流量等。

携程相关负责人也表示,产品设计方面,需强化“分层运营”策略,针对年轻客群可增加露营茶会、茶主题剧本杀等新业态;针对中老年群体开发“茶修课程+非遗传承”深度线路。同时,要丰富产品内容,尝试跨业态联动。与酒店、餐饮、非遗手工艺等合作,除了常规采摘、制茶、品茶,还可引入茶疗养生体验、茶美食制作等项目,打造“茶文化+”生态圈,延长消费链条。

此外,该负责人还表示,科技赋能方面也有可以挖掘的内容,比如,通过虚拟体验增强现实感,在“定制茶园游”中嵌入AR技术,游客扫描茶树即可查看生长周期、制茶工艺等知识;通过APP实现“线上认养茶树-线下采摘兑换”一体化服务,并利用区块链技术为茶礼盒提供溯源认证;在茶园徒步线路中接入智能语音导览,自动讲解茶文化典故等。

从采访中,本报也了解到,目前春茶游的痛点在于,一是季节性限制,春茶游热度集中在3-5月,需通过“四季茶旅”设计(如夏季茶山避暑、秋季茶宴品鉴)延长生命周期;二是区域发展不均衡:非知名茶产区的交通、导览服务等配套仍需完善。

本报讯 近日,在“中国旅游研究院年度标志性成果发布会”上,《中国旅游景区度假区发展报告(2024-2025)》(以下简称《报告》)正式对外发布。《报告》显示,截至目前,国家级旅游度假区数量已达85家,加上600多家省级旅游度假区和重点旅游城市的度假项目,以及粤港澳、长三角、京津冀、川渝、关中、中原、长江中游城市群的环城、环湖、环山度假带,基本满足了广大居民不同类型、不同层次和不同时长度假需求。

《报告》称,2024年是文化和旅游市场快速恢复发展的巩固期、强化期,受政策、供给、宣传等多种利好因素影响,城乡居民出游意愿高涨,旅游市场活力迸发,假日消费持续升温,文旅融合蓬勃发展,服务供给提质升级。2025年旅游经济总体预期更为乐观,旅游业高质量发展行稳致远。

《报告》显示,在旅游度假区投资建设方面,投融资规模持续扩容,但投资更加理性,旅游景区度假区投资倾向“精而美”;投资对象不够广泛,资本更多流向头部优质资源;投资向“交通食宿、特色文旅项目、旅游信息化”集中。

此外,更加注重旅游景区度假区的文化内涵建设,通过旅游演艺、情景表演、游戏互动、沉浸式体验等方式,增强游客的认同感和记忆点;注重产品的细节和人性化设计,强调营造舒适、便捷、安全的度假环境,开发高品质的旅游产品和服务,以满足游客多样化、个性化、品质化需求。

同时,区域布局得到了进一步优化。除了热门旅游城市和地区资源,一些具有特色资源但尚未充分开发的区域将受到更多关注,以实现旅游市场的均衡发展。投资倾向于具有交通便利性、基础设施完善的地区,以保障景区度假区的可达性和吸引力。

《报告》显示,合作与协同发展成为趋势。旅游景区和度假区之间合作加强,通过资源共享、优势互补,共同打造具有竞争力的旅游度假区项目;重视与当地政府、社区等密切合作,充分考虑当地利益,促进地方经济发展,实现多赢局面。

近年来,景区度假区提升夜间经济活力。旅游景区和度假区正在导入更多的夜间休闲项目,博物馆、美术馆、电影院、剧场等公共文化空间延长闭馆时间。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。

《报告》强调,冰雪经济产业链正在持续延伸,冰雪旅游生态圈不断拓展。根据中国旅游研究院冰雪旅游课题组的调查,冰雪旅游已经成为城乡居民美好生活的重要组成部分;冰雪旅游形成了“南展西扩东进”发展新格局,推动“冷资源”成为“热经济”,成为扩内需、促消费的重点领域。调查发现,我国已经形成15个大类冰雪装备器材产品体系,涵盖了从竞技竞赛到旅游休闲项目的场地建设、造雪制冰设备、配套器材、个人装备的研发制造和维修保养的全产业链。

在上市公司方面,投资模式上由“文旅+”向“+文旅”转变,加强与其他产业的融合。例如“农业+文旅”“体育+文旅”等,创造更多新的消费场景和业态。未来,上市公司将会更加注重轻资产运营模式,实现资源的优化配置和效益最大化。

## 国家级旅游度假区投资热度不减

孙立彬

近日,位于重庆市垫江县境内的恺之峰旅游区迎来牡丹盛放期。花海与青山相映成趣,勾勒出美妙春景,吸引了众多游客前来观赏、游览。

重庆市垫江县依托县内的牡丹花产业,做好“花文章”,带活“花经济”。目前,垫江本地培育和外地引进牡丹共256个品种,全县种植牡丹2万余亩。同时,当地以牡丹为媒,通过举办垫江牡丹文化节等活动,走出一条别具特色的文旅融合高质量发展之路。

图为游客在重庆市垫江县恺之峰旅游区游览。

新华社记者 雷明宇/摄

