

从大城市到小县城 从知名景区到小众目的地

“奔县游”何以有奔头

“宝藏”的县域,正承载越来越多游客向往的生活。

中国旅游协会发布的《2026年上半年旅游市场洞察报告》显示,上半年,县域旅游成为市场重要增长极,“宝藏小城”“奔县游”热度持续攀升,县域异地消费同比增长14.1%。

从大城市到小县城,从知名景区到小众目的地,游客为何纷纷“奔县”?折射旅游消费何种新“县”象?



8月17日,市民游客在惠安县崇武古城景区海边浪漫长堤游玩。 新华社发

走,到县城去旅游

海风轻拂,渔女多姿。走进位于福建惠安的崇武古城,城墙古朴厚重,城外海天一色。不少游客戴上黄斗笠、裹上花头巾,面朝大海体验起独特的惠安女装扮。

端着一杯咖啡,来自厦门的游客黄俏定格古城风光:“同样是海边,这里底蕴深厚,消费更低,正适合来避暑休闲。”

这座东海之滨的县城,拥有崇武古城、惠安女文化、惠安石雕等特色IP。惠安县文化体育和旅游局局长林干煌介绍,今年以来,当地以“洄岸季”嘉年华系列活动为纽带,精心策划400余场系列文旅体活动,上半年共接待游客289.13万人次,同比增长5.7%;旅游收入25.68亿元,同比增长5.5%,文旅经济对全县消费的拉动效应显著增强。

到武夷山麓的江西资溪来一次森林徒步,去浙江安吉的民宿中品一杯浓郁的“村咖”,来山东青州感受上百条明清街巷的古韵乡愁……从全国范围看,“奔县游”已成为旅游市场一道亮丽的风景线。

美团数据显示,2026年上半年,县域异地消费同比增长14.1%,异地游客在县域的笔均消费约58元,较本地居民消费水平高出约五成,游客体验型消费占比持续走高。

“县域以其广阔的自然生态空间和丰富的优秀传统文化内涵,为现代文旅新业态、新场景的培育壮大提供了丰厚土壤,精准契合了当下个性化、品质化、体验式消费的文旅发展新趋势。”安徽省社会科学院城乡经济研究所副所长储昭斌说。

县域也吸引了不少外国游客的目光。去哪儿旅行数据显示,暑期中,热门地区“奔县游”相关产品搜索量同比增长110%。

“今年县域旅游持续火爆,凸显县域服务消费活力。”北京第二外国语学院旅游科学学院教授唐承财分析,“奔县游”呈现四大亮点:出游模式迭代升级,自驾微度假成为主流;业态多元融合,文体旅、农文旅、数智文旅等新业态加速涌现;发展模式持续优化,全域旅游模式持续推进;传播方式日趋多元,依托短视频等新媒体的“种草”引流,不少小城快速出圈。

突出“小而美”,主打“沉浸式”

山西应县,佛宫寺释迦塔屹立千年。这个暑期,应县木塔景区全新开放的数字沉浸式体验空间成为热门打卡点。游客们跟着沉浸式影片一层层“登塔”,古塔既可仰望、也可徜徉。

“迎接暑期旅游高峰,我们全面升级了服务与安保体系,大幅增加售票、客流导引、现场巡逻工作人员,全方位保障游客游览安全。”应县木塔文化旅游开发有限公司办公室主任孙家俊说,截至8月初,今年累计接待游客近190万人次,同比增长约两成。

一座古塔,就是一个县的文旅“金字招牌”。一如江西婺源油菜花、浙江东阳的横店影视城、广西阳朔的《印象·刘三姐》……几个“小而美”的动点,大大提升县域的吸引力。

随着宣纸题材电视剧《种墨园》持

续热播,皖南小城泾县迎来暑期客流高峰。位于榔桥镇的中国宣纸小镇内,游客们挽起衣袖体验捞纸等古法工序,一捞一提之间,一张薄如蝉翼的湿宣悄然成形。

依托优质山水与古村资源,泾县着力培育“氛围感”文旅,推动当地旅游业逐步摆脱门票依赖,转向体验化、情感化、全链条消费新模式。上半年,泾县接待游客1160.58万人次,实现旅游收入62.35亿元,同比分别增长14.17%、10.26%。

“‘奔县游’注重体验的独特性与丰富性。”中国旅游研究院副院长马仪亮认为,县城并非一定需要高等级景区和高星级酒店,凭借一个场景、一个事件、一个故事在网上走热,也可成就线下的流量。

与此同时,各大县域的通达性越来越高、基础设施越来越完善。两个“97%”,彰显游客“奔县”十足底气:截至去年底,高铁覆盖了我国97%的城区人口50万以上城市;“十四五”时期,全国A级景区县域覆盖率提升至97%。

人口少、客流小、节奏慢,是县城的优势。在唐承财看来,当前游客消费更趋理性、更加注重性价比,小城凭借松弛感、人情味和亲民物价,受到都市居民青睐。“这也提示我们,游客正从‘看风景’转向‘享生活’。”

“沉浸式当一天本地人。”来到县城,许多游客觉得更具烟火气、更有“活人感”。

“随着游客的旅游经验越来越丰富,仿真和同质化的旅游影响其体验的生动性,他们更愿去县域遇见真实、享受生活。”马仪亮说。

广阔县域,大有作为



7月31日,游客在泾县中国宣纸小镇内体验宣纸制作。 新华社发

如何激发“奔县游”的千般可能?专家认为,关键在于提升旅游产品和服务的品质,形成可持续发展模式。

“推动县域旅游提质升级,必须立足本地资源禀赋。”唐承财建议,深入挖

掘县域文化、生态、农业等特色资源,打造具有体验性的旅游产品;同时推动文旅与农业、体育、康养等产业融合,延伸旅游消费链条。

今年初,安徽省文化和旅游厅开展

“皖美宝藏小城”宣传推广活动。项目制定的《宝藏小城工作指引(试行)》从文化内核、创新创业、消费活力、便捷服务、保护框架、协同治理、价值贡献七个维度,为小城文旅品牌建设提供系统参考。

马仪亮认为,品牌建设之外,更要从完善公共服务、提升旅游品质上下功夫,以县域文旅的本真打动游客。同时,要进一步完善营商环境,吸引更多经营主体前来县域发展当地旅游。

近日发布的《商务部等9部门关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》提出,培育“康养+、文旅+、农业+、民俗+、历史经典+”等特色消费场景,支持相邻县域连片打造跨区域消费经典路线,吸引更多城市居民下乡消费。

“文化和旅游部将聚焦产品业态供给、场景、活动等三个方面推动县域文旅经济提质升级,促进文旅消费迸发更大活力。”文化和旅游部产业发展司副司长辜科伟表示,将开展第一批国家文化和旅游产业发展示范区(单位)创建,发挥引领示范作用,推动县域提高文旅产业发展的整体质量,为居民游客提供更优供给、更好服务。

新华社北京8月20日电