



2019春节广州文化旅游行业收获“多赢”

黄金周旅游收入122.09亿元

□本版撰文 信息时报记者 卢云龙
通讯员 穗文广旅宣
本版摄影 信息时报记者 郭柯堂

“前几天暖春时鸟语花香，后来略降温清凉时感受南粤气爽，加上独有的岭南文化特色，七天假期不够看啊，明年春节我还来广州过年！”来自湖南的刘先生接受记者采访时表示，对春节广州之旅感到满意。记者从广州市文化广电旅游局方面获悉，春节7天全市旅游业总收入122.09亿元同比增长9.74%，创历史新高。广州各级文化旅游部门扎实推进文明旅游工作，大力营造文明旅游氛围，让市民游客沐浴文明旅游之风，感受广州文化旅游新春新气象，游客对广州假日旅游整体满意率高达99.5%，呈现一派欢乐祥和的景象。



▲▼海心沙园林博览会上市民幸福游玩。



一家三口在海心沙公园合影留念。



品牌效应成广州“旅游大使”

春节期间，广州旅游市场呈现出热点景区普遍爆满，市场秩序井然有序，自驾游大幅增加，游客满意度高等特点，取得了良好的经济和社会效益。春节假期7天全市共接待市民游客1696.27万人次，同比增长8.66%，(其中外国人13.36万人次)；旅游业总收入122.09亿元，同比增长9.74%，创历史新高。纳入假日统计的38家主要景区(不含商业步行街)共接待游客388.22万人，同比增长10.22%；营业收入3.53亿元，同比增长18.71%。

品牌效应在今年春节广州旅游业得到体现。据调查显示，广州塔和“食在广州”已成为广州旅游的两大旅游名片。得益于“灯光秀”“灯光音乐会”等新型旅游项目的兴起，新中轴旅游点成为2019年新春假期最为热门景点，逾七成游客去过广州塔及周边参观旅游，另有

57.90%的游客前往花城广场/海心沙公园观看灯光表演，该2个景点游客占比居前两位。调查数据显示，游客最了解广州的10个旅游景区是：广州塔及周边、花城广场/海心沙、北京路商业步行街、越秀公园/镇海楼、广州动物园、长隆旅游度假区、珠江游、上下九商业步行街、白云山风景名胜区和荔枝湾涌。

新媒体也在旅游传播带来效果。据统计，从来穗游客对广州及其文化旅游景点了解的途径来看，73.30%的游客通过互联网途径了解广州文化旅游信息，比重较上年提升2.17个百分点。记者在广州塔和长隆景区共随机采访20名游客，当中有16人表示曾经在短视频App和公众号上看过广州景区介绍，其中有6人表示会拍下自己在广州景区游玩过程，并上传到短视频平台的个人账户上。

广州文化印记让游客眼前一亮

“食在广州”这一品牌让广州在全国乃至全世界闻名。今年春节，到访广州的游客还发现，除了美食，广州的文化底蕴也让他们眼前一亮。

春节期间，广州局属博物馆累计接待观众33.34万人次，其中免费22.96万人次，售票10.38万人次。其中，广州图书馆共接待读者13.44万人次，外借图书8.84万册次，共举办活动5项28场，合计参加读者0.91万人次；广州少年儿童图书馆累计接待进馆读者1.13万人次，外借图书3.71册次，开展活动多场，共计接待0.69万人次；广州市文化馆也举办了多场公益活动服务市民。红豆粤剧团先后在南方剧院、顺德北滘演出粤剧《折子戏专场》《吕布与貂蝉》，广州粤剧团在东莞厚街涌口演出《三看御妹》，吸引上万名观众前往观看。

大力开展农村公益电影放映，丰富村民精神文化生活。

来自清远市源潭镇的粤剧迷何阿姨在大年初四带着孙子在广州走访亲友，在广州海珠区的公园里还碰上同是粤剧迷的“老广”自发组织唱粤剧，“我的孙子跟我说，来广州探亲他学到了很多，等于上了一个有趣的‘寒假培训课堂’！”

此外，记者获悉，随着地铁21号线的开通以及以“幸福和谐、生态增城”为主题的迎春花市、“福到香江、增城庙会”、大埔围花海首届迎春灯会、舞龙舞狮系列乡村民俗特色表演等节庆活动成为今年增城春节旅游的亮点，吸引了大批游客到增城过年，有效拉动了增城旅游经济的快速增长，推动了增城区全域旅游大发展。

99.5%游客对广州旅游服务“点赞”

春节期间，广州市文化广电旅游部门在市内主要景区及主要酒店对6000名来穗游客进行了问卷调查，汇总结果显示，在文化旅游市场人气持续增长的同时，游客对广州假日旅游整体满意率(含“满意”和“基本满意”)为99.50%，与上年持平。其中，对旅游过程表示“满意”的游客占88.33%，较上年比重提升13.34个百分点，该项指标连续两年大幅提升(2018年比重较2017年提升13.49个百分点)，表明我市文化旅游服务整体水平在不断提升，文化旅游业的发展方向符合新时代人民群众日益增长的美好生活需要。

广东决策研究院旅游产业研究中心主任李铭建表示，游客们的文明出游观念升级，与一线基层工作者的工作到位有很大关系。

80后王先生今年接上家人到广

州过年，虽然他对广州知名景区都比较熟悉，但他还是通过新媒体密切关注各景区变化，“去景区前先关注其公众号，看看有没有特别情况，随时留意政务网和微信微博，这样做方便自己也不给大家添堵。”王先生在广州游玩过程中还发现，各处景区的服务人员和游客素质普遍都会很好，“服务人员耐心和主动进行指导和讲解，互不相识游客们排队时会相互谦让并经常都主动说‘新年好’”。

李铭建认为，交通疏导、景区分流有效，与游客素质提升和经验积累有关，也与近年来的大数据和智能移动设备发展和普及有关。随着80、90后成为游客中坚力量，年轻一代对于环境生态友好的理念是逐渐与世界同步的，“当然还要感谢广东今年给力冬日暖阳，舒适的游玩环境，是岭南奉献给过春节的一份好礼物”。

与旅游相关行业营销两旺

春节期间，与旅游相关的餐饮、零售等行业同样营销两旺。根据我市假日期间纳入监测的餐饮、零售企业报送的情况显示，黄金周7天纳入黄金周监测的我市13家重点餐饮企业春节期间营业收入2.12亿元，同比增长10.1%，创近年来高增幅；尽管实体零售经济受到网购的冲击，但春节期间我市14家重点零售企业营销保持旺盛，营业收入8.47亿元，同比增长3.4%，近三年来首次出现增长。



东山湖公园，一名游客在跟小孩子玩耍。