

### “新十条”出台提振江门旅游市场信心 咨询出游的人数明显增多



“新十条”出台后，吸引许多市民到旅行社咨询。

江门日报讯(文/图 记者/陆沿任)“冲刺!两天游竟低至99元。”“成团!12月14日出发!”……近日,“江门交通国旅”微信公众号一口气推送了四则出团游的消息,吸引了许多市民的目光。

12月7日,国务院联防联控机制综合组发布《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》(简称“新十条”),对出行层面的要求进一步放宽。记者走访本地旅游市场了解到,自新政发布以来,前来咨询旅游的人数明显增多,且周边游受到消费者的青睐。业内人士普遍认为,本次调整将对旅游市场形成利好。

据悉,“新十条”提出,不再对跨地区流动人员查验核酸检测阴性证明和健康码,不再开展落地检。这一举措无疑让笼罩在疫情阴影下的旅游业看到希望的曙光。

“哪些地方可以去?什么时候可以出团?这是许多市民问的问题。”江门春秋国旅副总经理王奕娜告诉记者,自进一步优化疫情防控“新十条”公布后,前来咨询旅游的人明显增多了,比“新十条”发布前接近翻了一倍,目前他们已经推出冬季赏雪相关线路,正在制定适合家庭出游的春节线路,以应对市场需求。飞扬旅游董事长许展敏也表示,最近前来咨询旅游业务的客户确实增多了许多,而周边游则率先受到市民的青睐。“由于疫情的原因,对于跨省游客还是处于观望的态度,而周边游相对更方便和安全一些,所以受到不少市民的青睐。”

不过,也有旅游经营者表示,当前及未来,让游客走出疫情阴霾、重拾信心是关键。江门交通国旅总经理容柏钊认为,随着政策放开,他们接到许多咨询电话,但不少客人还是心存疑虑,没有立马下单。“可能大家还需要一个缓冲期,才能完全适应放开的状态。”容柏钊说。

对此,江门市旅游行业协会副会长兼秘书长陈文飞表示,从目前的情况来看,“新十条”对本地旅游市场的刺激还是比较明显的,前来咨询旅游的客户明显增多,尤其是省内游的咨询量更是增长迅速。不过,从成交量来看,增长则不及咨询量那么大。究其原因,新政策才刚刚发布,再加上现阶段疫情尚未稳定,所以观望的消费者还是居多,也有部分消费者会先从周边游开始尝试。“近期,多家旅行社推出精品旅游线路招揽游客游江门,再加上新政策的出台,由此吸引了不少来江门的游客,上周末,到江门的游客同比增长了一倍。可以肯定的是,在‘新十条’的鼓舞下,市场越来越开放,我们对未来满怀信心。”陈文飞说。

### 2022年广中江文旅线上推广活动启动,邀请西安、兰州市民参与 乐游多彩广中江 感受现代人文湾区魅力



推介会启动仪式。

江门日报讯(文/图 记者/李银焕)12月13日,由广东省文化和旅游厅主办,广州市文化广电旅游局、中山市文化广电旅游局、江门市文化广电旅游体育局联合承办的“大美广东 现代湾区——爱游多彩广中江”2022年广中江文旅线上推广活动在江门启动,通过云推介的形式邀请西安市和兰州市的文旅企业、媒体等代表共同参与。

据悉,本次推广活动旨在进一步推广广州、中山、江门旅游目的地形象和产品,拓宽旅游客源市场,激发更大的旅游市场活力,吸引更多西安、兰州游客来广中江地区旅游。以广中江作为基点,加强和繁荣粤港澳大湾区的旅游市场。

广中江身处粤港澳大湾区腹地,拥有得天独厚的优势,同是“中国优秀旅游城市”,三地旅游资源都具有滨海、生态、休闲的共同点,同时又各具特色。广州是首批国家级历史文化名城,也是四季常青、花团锦簇的“花城”。中山拥有底蕴深厚的香山文化,构成中山人文与自然景观交融荟萃的旅游特色。江门素有“中国第一侨乡”的美誉,拥有世界文化遗产开平碉楼与村落等丰富的文化旅游资源。

为了让西安、兰州市民更好地体验广中江旅游的独特之处,推广各地旅游线路,活动上还发布了广州、中山、江门多条全域旅游精品线路产品,以满足不同游客需求。

本次推广活动对加强广州、中山、江门与西安、兰州文旅交流有着重要的现实意义和积极作用,将进一步促进旅游交流与合作,拓展和巩固西安、兰州客源市场,促成广中江旅游资源共享、线路互推、客源互送、政策互惠等区域旅游合作。

# 围炉煮茶「煮」出新热度 越来越多民宿、餐饮店出现它的身影,有追赶「露营热」的架势

## 1 现象 围炉煮茶火出圈

“老板,还有位吗?”  
“不好意思,暂时没有了,可能要等一等。”

12月10日晚上8点半,在蓬江区院士路一家茶饮店——TEAFE,室外9张桌子都坐满了正在围炉煮茶的年轻人。在记者采访期间,仍有不少消费者前来咨询。

TEAFE是一家新中式茶饮店,是我市较早开展围炉煮茶的店铺之一。该店主理人曾先生告诉记者,该店约在两周前推出围炉煮茶套餐,颇受消费者欢迎,尤其到了周末,一天约接待20多桌顾客。

在位于新会的石洞故事民宿,围炉煮茶同样开展得热火朝天。

“我们在大概1个月前推出围炉煮茶,没想到就爆火了。现在每天约接待20桌,基本都爆满,顾客以年轻消费者为主,占七成左右。”石洞故事民宿负责人张健明说,现在他们正抓紧时间采购桌椅、炉具等设备,以满足日益增长的消费需求。

“围炉煮茶”“有事没事,煮茶完事”“事在人为”“好运常在”……围炉煮茶的环境古色古香,还专门提供拍照道具,如纸扇、字画等,搭配着几颗板栗、几个红薯等小食,随着炉火一起渐渐燃起青烟。在炉子旁边,还有一个三层竹篮,上面摆放着红枣、橘子、柿子等。

“我们是在一个社交平台看到围炉煮茶,觉得很新奇,很适合拍照,就和朋友过来打卡了。”阿珍告诉记者。围炉煮茶到底有多火?在一短视频平台上相关词条的播放量破十亿次;在另一社交平台关于围炉煮茶的笔记多达10万篇,浏览量超千万次。

记者调查发现,趁着这股潮流,我市不少餐饮店、民宿都顺势推出了围炉煮茶套餐,一般以双人套餐(双人份)在138—158元之间,包括一壶茶,一些水果,一些红枣、花生、瓜子、栗子、番薯等,还有的店推出了烤肉丸子、烤棉花糖等特色食材。

曾先生表示,自推出围炉煮茶套餐以来,该店已推出3.0版本,食物种类更加多元化了,3.0版本新增四款新茶。接下来,计划增加食物品种,包括一些肉串等。

围炉煮茶的火爆,也带动了围炉煮茶用具的热销。在线上购物平台搜索围炉煮茶后,各种各样的煮茶器具、炭火桌、茶炉都显示了出来,而且销量不错。市民梁小姐表示,看到围炉煮茶这么火,她也想去尝鲜,但感觉餐饮店的价格有点贵,于是打算买一套用品,在家里围炉煮茶。

## 2 探因 醉翁之意不在「茶」

“风中有茶香,身边有挚友。”在体验完围炉煮茶后,阿珍发布了九宫格朋友圈,精美的图片收获了很多点赞和评论。

在江门市旅游行业协会副会长兼秘书长陈文飞看来,围炉煮茶是一种新颖的文旅消费模式,具有社交属性,年轻人在动手煮茶、烤食物时,更有参与感和体验感,因此吸引了很多年轻人参与。

围炉煮茶的社交属性,为其爆红增加了砝码。而“微度假”的兴起,则为围炉煮茶的出圈添了一把火。

“近三年,因为疫情,人们旅游的行为受到一定限制,但人们对旅游的渴望反增不减,这种情况下,催生了乡村游、近郊游,尤其是露营、围炉煮茶的兴起。”中国策划研究院执行院长陈荣彪分析,仪式感、时尚感、品味生活等都是围炉煮茶的特质。不管是在露营,还是在喝茶,人们总是忍不住拍照分享,这时,古色古香的围炉煮茶就更能“出片”,其瞬间走红就顺理成章了。

年轻人的社交方式总是在不停迭代,从露营到围炉煮茶,在体验经济时代,市场供给日益丰富,消费者享受着的“红利”对商家来说则是充满机遇的“蓝海”。

“现在的年轻人愿意为好玩新潮的事物买单,我们将传统的茶文化时尚化,为他们提供了一个社交环境。”曾先生说,通过环境、煮茶环节上精心设计,这种颇具时尚感的喝茶方式逐渐被年轻人所接受。

围炉煮茶火出圈,还是“天时地利人和”共同作用的结果。从11月起,寒潮开始席卷全国各地,江门更是“一夜入冬”。而暖烘烘的围炉煮茶,则为冬季带来仪式感。

张健明表示,石洞故事民宿就是在刚降温时推出围炉煮茶的。进入冬天,天气寒冷,一个烧得通红的炉子,冒着热气,香气扑鼻,不但可以让围炉煮茶的人感受到温暖,而且可以给人以精神上的轻松和慰藉。

围炉煮茶,在一定程度上,是中国传统文化与现代潮流的“双向选择”。据介绍,早在春秋时期,《续资治通鉴长编》就有“辽国要官遣人至京师造茶笼、燎炉”的记载;唐代茶圣陆羽在《茶经》中详细记录了煮茶的过程;也有一种说法称,围炉煮茶是源于云南的非物质文化遗产“火塘烤茶”。

巧的是,近日,“中国传统制茶技艺及其相关习俗”被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,“中国茶”成为新晋的中国文化和软实力名片。

陈文飞表示,自古以来,中国的社交文化都与茶离不开。围炉煮茶作为一种全新的社交方式,能让人们在古色古香的氛围下聊天、交朋友。围炉煮茶容易“出片”,年轻人通过朋友圈等社交平台把围炉煮茶的照片和文化传播,在一定程度上也宣传了中国茶文化。

在陈荣彪看来,属于传统文化范畴的围炉煮茶,在生活方式和生活质量发生改变的当下也很“新鲜”,尤其是年轻人的社交方式正在不停迭代的当下,围炉煮茶的“土里土气”恰好让人眼前一亮,所谓“古老当时兴”。慢生活方式的围炉煮茶在对抗快节奏的城市氛围当中,应该可以看作是一个时期或时代的刚需。

从这个意义上说,围炉煮茶火出圈,甚至有种积极意义,它让一种小众的茶文化和爱好走向“大众”,也就有了被更广泛喜爱和认同的可能。



围炉煮茶氛围感满满。

## 3 未来 会否迎来下一个“露营热”?

火出圈的围炉煮茶,会接过“露营热”的接力棒,成为“露营热”的下一站吗?

“围炉煮茶或者不会是‘露营热’的下一站,我更倾向于认为是两者相互影响、相互作用、相互并存。”陈荣彪表示,这种生活方式会延续很长一段时间,只是其个性化和品质会随着时间的推移,不断迭代更新。

陈荣彪解释,很多时候,人们喜欢的不是产品本身,而是产品所处的场景,以及场景中自己浸润的情绪。围炉煮茶的风潮中,包括茶具、器皿、茶点等产品成为象征氛围感与充满岁月的美感,呈现出一种新鲜感的场景。

陈荣彪认为,从围炉煮茶的爆火,可以得到一些启示,如果能将抽象的“产品”具体化成传播力强、感知力强的“场景”,然后将这些“场景”摆上货架,让消费者在感受生活方式的同时,还能看到产品所延伸出来的诸多内涵时,人们消费这种场景化的生活方式,就会成为潮流。“品牌之间的竞争已从包装、口感等维度上升到场景的发掘,这是围炉煮茶经营者需要注意的。”

值得注意的是,围炉煮茶的门槛并不高,很多人都可以自行购置装备,居家围炉煮茶。为此,陈荣彪表示,经营者如何利用自身的资源、环境等,玩出花样,把仪式感做足,氛围感拉满,让体验更加多元,或是经营者能否持续经营的关键之一。

在陈文飞看来,围炉煮茶作为餐饮消费中的一个分支,在热度上是毋庸置疑的,但离它能火爆形成一个新兴产业,目前来看尚欠些火候。

“围炉煮茶,具有一定的季节性,对季节和场地要求很高。”陈文飞补充道,比如,天热时围炉煮茶难操作,室内使用炭火有一定危险性。他提醒,围炉煮茶的经营者应注意发展规范,引导消费者正确围炉煮茶,此外,还可以挖掘其中的茶文化,以更好地传播中国茶文化。

在经营者看来,围炉煮茶不仅是充满机遇的“蓝海”,也是多元化经营的出路。

张健明告诉记者,受疫情影响,民宿生意受到一定的影响。该民宿积极谋求多元化发展,先后推出露营和围炉煮茶,为消费者提供多元化的消费体验。围炉煮茶的火爆,在一定程度上也带动了民宿的发展。未来,该店将结合季节变化,更新围炉煮茶的食物种类,同时营造更好的线下体验感,让消费者的消费体验更好。

受访的业内人士认为,围炉煮茶“煮”出新热度,为这座城市生活增添了烟火气。这一生活新风尚能否走得更远,仍有待时间检验。



围炉煮茶套餐的食物很精致。

寒冬时节,火红的炭炉里飘出缕缕茶香,铁网上烘烤着板栗、红薯、花生等,另有精致茶点摆满桌子,三五好友围坐闲聊,冬季时节的氛围感,被围炉煮茶拉满。

作为一种新潮的文旅消费体验和生活方式,围炉煮茶在社交平台风靡,短视频平台上相关词条的播放量破十亿次。

一夜之间,围炉煮茶火出圈,有追赶“露营热”的架势。在江门,越来越多民宿、餐饮店等推出围炉煮茶,那么,它会是“露营热”的下一站吗?对此,记者进行多方采访。

文/江门日报记者 李银焕  
图/李银焕 何雯意