



# 入境游热度增速全国第五,累计门票收入同比增长57.22%—— 春节文旅市场“大考”,运城交出高分“答卷”

□记者 李婉玉 荆毅萍 文图

丙午马年新春,河东大地张灯结彩、年味浓郁,文旅潮涌、人气爆棚。

2026年春节假期,运城文旅市场再次迎来全面爆发,交出了一份数据亮眼、场景火热、服务暖心、文化出彩的答卷。

据统计,春节假期期间,全市开放的A级景区、炭山根·运城印象和旅游度假区累计接待游客446.18万人次,同比增长11.56%;累计门票收入3749.42万元,同比增长57.22%;累计营业收入7563.48万元,同比增长33.45%。其中,8个重点景区表现尤为突出,累计接待人数146.68万人次,同比增长16.29%;累计门票收入2960.14万元,同比增长115.92%;累计营业收入5538.79万元,同比增长57.28%,各项核心指标均实现大幅增长,生动印证了运城文旅品牌的强大吸引力与市场竞争力。

与此同时,去哪儿平台数据显示,截至2月17日,运城市以175%的入境游热度增速,强势跻身全国入境游热度增速最快TOP10城市第五名,“国宝第一市”城市文旅品牌彻底火出圈,从黄河金三角走向全国舞台,成为今年春节假期全国最具吸引力、最有辨识度、最富人情味的文旅目的地之一。

这个春节,运城凭借厚重的历史文脉、丰富的文旅产品、贴心的城市服务、浓郁的新春氛围,实现了文化传播、景区运营、服务保障、经济发展的全面丰收。从央视等中央媒体高频聚焦点赞,到各大景区游人如织、热闹非凡;从全城宠客的暖心举措接连不断,到文旅消费市场全线升温、活力迸发;从传统年俗焕新表达,到国潮文化惊艳出圈,运城用实力与诚意,让每一位来到这里的游客乘兴而来、满意而归,也让“来运城过中国年”成为全国游客的新春新风尚。

## 文化破圈:央媒聚焦刷屏,河东文脉绽放时代新光彩

文化是旅游的靈魂,旅游是文化的载体。2026年春节,我市牢牢抓住文化核心优势,将千年河东文脉与新春民俗深度融合,以创新表达、潮流呈现、精品内容,实现了文化影响力的全面破圈,成为全国媒体关注的焦点、全国游客向往的胜地。

春节期间,运城文旅好戏连台、精彩不断,接连登上国家级舞台,惊艳全国观众。

大年初一,中央广播电视总台CCTV-11戏曲春晚特别节目《鹤雀楼上 梨园情深》播出,节目将中华名楼鹤雀楼的雄浑壮阔、黄河文化的源远流长与国粹戏曲的婉转悠扬精彩结合,亭台楼阁、唐风古韵、梨园唱腔、黄河波涛交相辉映,勾勒出一幅属于河东大地的中式美学画卷,一经播出便刷屏全网,网友纷纷留言称赞:“这才是中式美学的顶配!”“一眼沦陷,这就是中国人的浪漫!”

无独有偶,取材于芮城永乐宫壁画的大型舞剧《永乐未央》精彩亮相河南海晚。

舞者们以优美灵动的舞姿,将永乐宫壁画中人物的形

象、艺术神韵生动还原,让沉睡七百年的壁画“活”了起来、“动”了起来,穿越千年时光与现代观众相遇。

舞剧播出后,相关话题迅速冲上各大社交平台热搜,阅读量破亿,无数观众被永乐宫的艺术魅力震撼,也被运城深厚的文化底蕴折服。“一眼七百年,大美永乐宫”成为游客口中的高频词。

在央视聚焦的同时,新华社、《人民日报》、央视新闻等多家中央级主流媒体,也将镜头对准运城春节文旅盛况,从古城年味、景区演艺、民俗传承到入境游高速增长,全方位、多角度、深层次展现了河东大地的新春活力与文化魅力。一篇篇报道、一个个镜头,让“国宝第一市”的品牌形象更加深入人心,让运城从一座历史文化名城,变身为全国瞩目的文旅网红城市。

“之前在短视频和央视上看到运城,就被这里的文化和风景深深吸引,这次专门带着家人过来体验,真的不负期待。”来自江苏的游客张先生在接受采访时感慨,运城既有鹤雀楼、永乐宫这样的国宝级文化遗产,又有热闹喜庆的新春民俗,文化厚重感和新春氛围感拉满,“这才是我们中国人最该体验的地道中国年。”

厚重的文化底蕴、创新的表达形式、优质的内容输出,让运城文化在这个春节实现了真正意义上的“破圈”。千年文脉不再是尘封的历史,而是可看、可感、可体验、可传播的文旅产品,成为吸引八方游客的核心竞争力,也为运城文旅高质量发展注入了源源不断的文化动能。

## 全域火爆:景区全线飘红,文旅场景开启新春顶流模式

文化赋能之下,运城文旅市场迎来全城爆发。

春节假期,全市各大景区景点游人如织、秩序井然,传统景区与新兴景点齐发力,日间游览与夜间消费双火爆,形成了“县县有亮点、景景有特色、日夜皆精彩”的全域旅游火热格局,彻底开启“人从众”的顶流模式。

作为运城文旅的“王牌天团”,永济各大景区表现尤为亮眼,持续领跑全市文旅市场。

鹤雀楼景区以唐风古韵为底色,推出登高祈福、戏曲连台、古风演艺等一系列特色活动,游客们登楼远眺,尽览黄河奔腾之势,沉浸式感受“欲穷千里目,更上一层楼”的千古豪情,不少游客笑着感叹:“欲穷千里目,更被运城圈粉!”普救寺景区依托经典爱情文化,打造爱情祈福、实景互动、趣味打卡等沉浸式体验项目,浪漫氛围拉满,成为情侣游客争相打卡的“浪漫地标”,大家纷纷称赞:“运城也太懂浪漫了吧!”

春节假期的运城,冰雪景观同样魅力十足。

五老峰景区冰瀑如玉,银装素裹,宛若童话仙境,凭借绝美风光刷屏小红书、抖音等社交平台,成为运城“冬日颜值担当”,吸引大批摄影爱好者和游客前来打卡。

牛魔王逍遥谷景区则精准锁定亲子游市场,打造西游IP情景互动、惊险刺激的实景马戏、震撼绚丽的非遗打铁花等特色项目,令孩子们尽享欢呼雀跃、流连忘返,“妈妈我不



▲解州关帝祖庙景区游人如织

想回家”成为景区里最动听的童言童语。

中心城区核心景点同样热度爆表,成为市民和游客休闲游玩的首选之地。

运城盐湖突破传统康养模式,创新推出极光光影秀、非遗火龙表演、机甲关羽互动等潮流项目,白天的盐湖波光粼粼、风光旖旎,夜晚的盐湖灯光璀璨、热闹非凡,绝美夜景美上热搜,被游客直呼“封神级别”。

河东池盐文化博览园以千年盐文化为核心,打造璀璨夺目的盪盐灯会、烟火气十足的新春庙会,千年盐韵与人间烟火完美碰撞,让游客在游玩中感受运城的历史底蕴与生活气息,网友评价:“这样的组合,谁能顶得住!”

关公故里文化旅游景区则以忠义文化为核心,新春期间演出不断,情景剧展演、民俗巡游、祈福仪式等活动轮番上演,浓厚的忠义氛围吸引八方游客前来瞻仰祈福。外地游客纷纷表示,关公文化是刻在中国人骨子里的信仰,在关公故里过春节,既有年味,又有精神归属感。

从名楼古寺到冰瀑峡谷,从盐湖夜景到忠义文化,运城各大景区各展所长、各具特色,没有冷门景点,处处都是网红打卡地。全域旅游的火热场景,不仅展现了运城文旅的强大吸引力,更彰显了运城文旅产品供给的丰富性与多元化,满足了不同年龄段、不同需求游客的游玩体验。

游客王女士在游玩后由衷感慨,运城的服务细致又贴心,让人心里暖暖的,“这波好感直接拉满,以后一定会再来。”

在景区,暖心服务的故事每天都在上演,细微之处尽显责任与担当。

农历正月初五,永济鹤雀楼景区内接连上演两起暖心救助服务事件,工作人员快速响应、主动作为,为游客排忧解难,赢得一致点赞。当天14时30分,一名游客在鹤影湖陪伴孩子游玩时,不慎将手机掉入冰冷的湖水中,情急之下向景区工作人员求助。接到求助后,景区立即安排工程安全部主任刘治国、副主任冯沛赶往现场,两人不顾湖水湿冷,毫不犹豫下水打捞,经过合力协作,成功将手机打捞上来并完好无损地交还给游客。游客当场拿出现金酬谢,被两位工作人员婉言谢绝,他们表示,为游客服务、保障游客合法权益是景区工作人员的责任。

15时10分,景区西停车场有游客车辆突发车胎漏气,无法正常行驶,鹤雀楼景区信息中心李晓辉接到求助后,第一时间启动应急响应预案,迅速携带充气工具赶往现场,熟练地为游客车辆轮胎充气,短短几分钟便解了游客的燃眉之急。高效的处置、贴心的服务,令游客连连道谢,直言运城景区的服务既专业又暖心。

一桩桩小事,彰显的是责任与担当;一次次相助,传递的是文明与善意。从景区工作人员的主动帮扶,到商户摊主的诚信经营,从城市管理者的贴心保障,到普通市民的热情友善,运城用全员参与、全程服务、全心付出,构筑起暖心的旅游服务体系,让文明新风浸润景区每一个角落,让每一位游客都能在安心、舒心、暖心的氛围中,感受运城的城市温度。

## 消费升温:流量转化为销量,文旅赋能城市经济高质量发展

文旅市场的持续火爆,不仅带来了超高人气,更转化为实实在在的消费活力,有力带动了全市餐饮、住宿、购物、娱乐、乡村旅游等全产业链升温,实现了“流量变销量、人气变财气”,为运城经济社会发展高质量发展注入了强劲动能。

春节期间,运城消费市场一派红火,景区周边、商圈闹市、街巷市井处处人头攒动、热闹非凡。

餐馆、饭店座无虚席,翻台率持续走高,从特色小吃到本土大餐,从家常味道到非遗美食,游客们尽情品尝河东美味,餐饮从业者从早忙到晚,生意异常火爆。“今年春节客流量比往年翻了好几番,从开门到打烊一直忙个不停,虽然辛苦,但心里特别高兴,今年春节直接麻麻了!”一位本地餐饮店店主笑着说,文旅市场的红火,让老百姓的腰包鼓了起来,日子也越来越有奔头。

住宿市场同样火爆,市区及各县(市、区)酒店、民宿一房难求成为常态。

尤其是特色乡村民宿,凭借田园风光、农家风味、沉浸式体验,深受游客青睐,成为春节出游的热门选择。村民们在家门口开起民宿,办起农家乐,接待八方游客,吃上了“旅游饭”,挣上了“舒心钱”。“游客住村里,吃农家饭,我们不用外出打工,就能把钱赚了,这就是最实在的幸福。”一位乡村

民宿经营者的话语里,满是欣喜与满足。

作为城市烟火气的生动载体,东湖农贸市场在今年春节再次出圈,从本地日常市集变身游客争相打卡的文旅消费新地标。清晨时分,市场内已是香气四溢、人头攒动,各地游客慕名而来,在品尝特色美食、选购本土特产的同时,沉浸式感受河东大地的市井年味与历史底蕴。不少游客表示,在运城品尝的不仅是地道风味,更是千年传承的文化与故事。

同样人气高涨的还有炭山根·运城印象。街区依托乡村文旅优势,打造“白日休闲+夜游”全天候消费场景,民俗演艺、特色美食、文创展销、冰雪游乐等业态精彩纷呈,有效拉长了消费链条、提升了消费体验。街区内客流络绎不绝,商户经营红火,不仅带动餐饮、文创、农特产品销量持续攀升,更让当地村民在家门口实现就业增收,成为文旅赋能乡村振兴的鲜活实践。

文旅融合的深入推进,也让非遗文创、特色农产品、手工艺品迎来销售热潮。在景区、庙会、市集里,非遗手工艺品、闻喜煮饼、稷山麻花和板枣等本土特色产品颇受游客喜爱。非遗手艺人忙前忙后,老手艺在新春热潮中焕发新生机,实现了文化传承与经济增收的双向奔赴。“游客喜欢我们的老手艺,愿意把运城的文化带回家,这就是对我们最大的认可,也是文化最好的传承。”一位非遗手艺人感慨。

从城市到乡村,从景区到市井,文旅产业的“一业兴”带动了百业旺,文旅流量真正转化为经济增量,人气热度转化为发展动能。运城以文旅为引擎,有效激活了消费市场,拓宽了增收渠道,推动了城乡融合发展,让文旅红利惠及更多百姓,实现了社会效益与经济效益的双丰收。

## 国宝耀河东 好运启新程

文脉为魂,潮流为翼,服务为本,经济为基。

2026年春节,运城以175%的入境游热度增速惊艳全国,以全城火爆的文旅场景点亮河东,以暖心贴心的城市服务收获口碑,以火热升腾的消费市场赋能发展,用实力与诚意书写了一份春节文旅高分答卷。

从文化破圈到景区出圈,从全城宠客到经济升温,运城用实际行动证明,好风景、好文化、好服务、好年味,永远是文旅市场的核心竞争力。

年味未尽,精彩不息。

随着元宵节的临近,运城新春文旅盛宴仍在持续上演,更多特色活动、暖心服务、文化体验即将上线。

站在新的起点上,运城将继续深耕历史文化底蕴,创新文旅产品供给,提升城市服务品质,擦亮文旅金字招牌,以更加自信昂扬的姿态、更加开放包容的胸怀,迎接四海宾朋,汇聚八方来客,全力打造全国知名文旅目的地,奋力谱写运城文旅高质量发展新篇章,让“国宝第一市”走向更广阔的舞台,绽放更耀眼的光芒!

本版责编 杨洋 校对 王君



◀2月19日,万荣县锦里古街游人如织、热闹非凡。市民游客漫步古街,赏民俗、品美食、玩游戏,感受欢乐祥和的节日氛围。记者 陈怡霏 摄



◀2月21日,河东成语典故园《山海传》沉浸式神话游园会人气火爆。游客一进入大门,就沉浸在浓厚的神话氛围中。记者 杜磊 摄



◀春节假期,新绛县古城街头流光溢彩,人头攒动。人们赏花灯、品美食、观民俗,在烟火气中尽享浓浓年味。记者 赵雪 摄



◀春节假期,永济市新晋文旅地标牛魔王逍遥谷景区内人头攒动、游人如织。夜幕降临,景区内璀璨的灯光点亮夜色,将景区勾勒得如梦似幻。记者 张蕊彤 摄