

在线旅游人次增速位列全市第一,这个春节——

# 茶乡安溪文旅,燃!

马力全开,燃动茶乡。这个春节,安溪年味够暖、够新、够旺,文旅市场燃动十足。携程数据显示,2026年春节假期,安溪在线旅游人次同比增长25.6%,增速位列全市各县(市、区)第一;在线旅游消费金额同比增长27.5%,增速位列全市各县(市、区)第二。

在这场“闹热”的新春盛宴中,安溪以“品茗享清欢,来安过暖年”为主题,精心策划推出120余场特色文旅活动,城区乡村全域联动,景区市集人气爆棚,文旅市场呈现供需两旺的火热景象。八方游客在安溪过“暖年”、品“新年”、享“旺年”,“三铁三世道、游玩到安溪”的文旅名片愈发鲜活,为全年文旅经济高质量发展赢得开门红。 □融媒体记者 洪娜娜 通讯员 张燕红 文/图

## 茶香泉暖非遗韵 沉浸过“暖年”

安溪的年味,带着万般暖意。它藏在非遗文脉与传统民俗的传承里,更浸润在茶香、泉暖与美食的人间烟火中。从“暖”出发,是安溪今年春节的迎客之道,让市民游客沉浸式体验了一场年俗浓郁、身心俱足的沉浸式暖游。

非遗年俗盛宴,赓续传统文脉之暖。作为闽南文化重镇,安溪让非遗技艺与传统民俗在“活”起来,让年俗暖意浸润城乡街巷。农历正月初一至初七,安溪博物馆里推出马文化百馆联展、挂福袋、金箔画、猜灯谜、书法笔会、榉卯DIY、茶文化研学等十余项活动,每日不重样,样样皆精彩;在安溪凤山书院,非遗长廊成为新春打卡地,竹藤编、蓝印花布、手工面线等非遗传承人现场献艺,非遗从展馆走向日常,吸引不少游客亲手体验传统技艺;银发志愿者在凤山书院博物馆为游客提供公益性深度讲解与文化导览,将安溪青阳铁枝艺、乌龙茶制作技艺等非遗项目转化为鲜活叙事,让年轻一代在温暖的代际对话中读懂安溪文化;42场非遗戏曲展演走进景区、乡村、古城,高甲戏的唱腔、南音的雅韵在城乡多处角落此起彼伏。元宵小年兜,更添民俗浓情;凤城镇迎灯巡游盛装出街、锣鼓铿锵,成为街头流动的风景;龙门镇榜头村传承近600年的“赛大猪”盛典热闹开锣,638斤黑猪拔得头筹,舞龙舞狮、高甲戏助兴添彩,勾勒出茶乡丰足温暖的新春图景。

茶山叠翠的安溪,深度融合茶韵与温泉金汤优势,以“茶泉共生”定义新春度假新高度。悦泉行馆、清水岩温泉度假村等核心温泉场所推出特惠套票、新春餐饮套餐等多样选择,让游客泡暖身好汤、品暖胃美食、享暖心好价,这份诚意满满的迎客之暖,也迎来了游客的双向奔赴——春节期间核心时段连续多日满房,有浙江游客体验后直呼,来安溪泡温泉的幸福瞬间“具象化”,还自发在社交平台种草推介,温泉康养成为游客新春放松身心的热门选择。茶香与美食交织的烟火暖意同样动人,凤山书院沿海图书馆前广场,“溪食有味”美食市集、“溪韵漫盏”茶文化体验区等五大主题体验区连续多日开放,人气爆棚。游客在这里一站式品茗香、观茶器、赏茶艺、习茶礼,尝遍“五金”“五银”等24个乡镇的特色农产与地道美食,流连忘返。舌尖上的茶香醇厚绵长,舌尖上的年味也格外丰盈温暖。

新玩法“拓圈”,邀全民共赴体感盛宴。城乡联动,全域覆盖,安溪新春“众乐乐”。农历正月初五,湖头镇文贞公园“民”星闪耀,“溪游记·音乐大篷车”村乐活动火热开演,返乡大学生、乡间能手、家庭主妇等十里八乡的村民轮番登台,质朴嗓音唱出对家乡的热爱和节日的喜悦。这场以百姓为主角的活动,让民间好声音从田间地头唱到舞台中央,成为群众乐享新春的风采平台。祥华乡第二届“村晚”热闹上演,乐器演奏、闽南小戏、茶歌对唱等本土化创作的节目接连亮相,村民们围坐一堂共赏演出,感慨:“以前过年打牌看电视,现在大家一起上台演节目,年味儿更浓了。”而在金谷镇,“家门口的村BA”篮球赛激战正酣。“无论走多远,春节都要回来打球,这是乡亲们团聚的纽带。”在外读大学的小陈道出心声。春节期间,全县数十场体育赛事依次开赛,篮球、乒乓球、登山等项目吸引近15万人次参与。从“村乐”到“村晚”再到“村BA”,安溪“一镇一特色、村村有年味”,每一个舞台都为百姓而设,每一种玩法都让年味更浓。

新IP“破圈”,文旅品牌有了新符号。丙午马年,安溪用“彩虹马上来”的创意让整座城市“亮”了起来。五款融合藤铁非遗、铁观音茶文化与新春吉祥寓意的“彩虹马”萌趣IP装置,落地安溪人民广场、凤山书院、清水岩等五大核心文旅点位,同步推出的“集五福马·赢八马茶礼”等趣味互动,吸引大批游客打卡集福,也是安溪社会各界汇聚力、温暖迎客的生动写照。为泉州灯会量身打造的藤铁艺术装置“金戈铁马”新春大片,通过线上传播矩阵广泛扩散,免费发放的联名红包封让“骑游安溪”的暖意跨越地域,传得更远、更广。融合生肖IP、传播非遗IP、创新数字IP……一套IP组合拳强势破圈,让“三铁三世道”的独特魅力被更多人看见、记住、向往。

坚守传统年味,也创造别样“新年”。安溪与时俱进探索文旅新地标、新玩法、新IP,为文旅市场注入全新活力。新地标“出圈”,打造文旅打卡“流量”坐标。春节期间,安溪多处文旅地标各具其美、热度攀升,成为备受追捧的“新晋流量”。金谷溪岸文艺村作为艺术赋能的特色文化村落,艺术家陈文令打造的“与猫共舞,马到成功”雕塑,为乡村平添灵动艺术气息;新落成的关公文化馆以榉卯结构打造,藤窗窗棂、石砌算盘尽显乡土野趣,期间举办的关公艺术展通俗易懂,让艺术真正扎根民间。特色市集、亲子体验、文艺展演等多元活动叠加,累计吸引超10万人次外地游客与返乡侨亲前来体验。溪禾山铁观音文化园成为近郊亲子游热门之选,迎春市集、海狮表演、高空挑战挑战赛精彩纷呈,赶鸡赶鸭、宋代点茶等农趣体验,让亲子家庭沉浸其中。长卿镇凤髻尖综合旅游休闲区,6000余株樱花与千亩茶山交相辉映,“茶山漫步+民宿体验”的定制线路,让游客沉醉在茶乡独有的新春盛景里。

新玩法“拓圈”,邀全民共赴体感盛宴。城乡联动,全域覆盖,安溪新春“众乐乐”。农历正月初五,湖头镇文贞公园“民”星闪耀,“溪游记·音乐大篷车”村乐活动火热开演,返乡大学生、乡间能手、家庭主妇等十里八乡的村民轮番登台,质朴嗓音唱出对家乡的热爱和节日的喜悦。这场以百姓为主角的活动,让民间好声音从田间地头唱到舞台中央,成为群众乐享新春的风采平台。祥华乡第二届“村晚”热闹上演,乐器演奏、闽南小戏、茶歌对唱等本土化创作的节目接连亮相,村民们围坐一堂共赏演出,感慨:“以前过年打牌看电视,现在大家一起上台演节目,年味儿更浓了。”而在金谷镇,“家门口的村BA”篮球赛激战正酣。“无论走多远,春节都要回来打球,这是乡亲们团聚的纽带。”在外读大学的小陈道出心声。春节期间,全县数十场体育赛事依次开赛,篮球、乒乓球、登山等项目吸引近15万人次参与。从“村乐”到“村晚”再到“村BA”,安溪“一镇一特色、村村有年味”,每一个舞台都为百姓而设,每一种玩法都让年味更浓。

新IP“破圈”,文旅品牌有了新符号。丙午马年,安溪用“彩虹马上来”的创意让整座城市“亮”了起来。五款融合藤铁非遗、铁观音茶文化与新春吉祥寓意的“彩虹马”萌趣IP装置,落地安溪人民广场、凤山书院、清水岩等五大核心文旅点位,同步推出的“集五福马·赢八马茶礼”等趣味互动,吸引大批游客打卡集福,也是安溪社会各界汇聚力、温暖迎客的生动写照。为泉州灯会量身打造的藤铁艺术装置“金戈铁马”新春大片,通过线上传播矩阵广泛扩散,免费发放的联名红包封让“骑游安溪”的暖意跨越地域,传得更远、更广。融合生肖IP、传播非遗IP、创新数字IP……一套IP组合拳强势破圈,让“三铁三世道”的独特魅力被更多人看见、记住、向往。

烟火交织,勾勒出刺桐港万国云集、商贸辐辏的盛景。《诸蕃志》不再是尘封典籍,而是推动剧情的关键线索,带领观众读懂古代中国对外交流的智慧,让观众在追剧时,沉浸式触摸千年海丝的温度。

《船商的逆袭》从来不只一个人的逆袭,更是一座城的记忆复苏,一种精神的当代回响。沈云舟在风浪中坚守初心,勇闯天涯,爱拼敢赢,恰如泉州在千年时光里,始终保持开放包容的姿态。这部剧让我们看到,微短剧也能有大格局、大情怀;让我们懂得,所谓逆袭,从来不是孤军奋战的崛起,而是顺应时代、坚守本心的必然结果。

泉州自古向海而生,一代代泉人跨越重洋,书写生生不息的奋斗史诗。近代以来,地狭人稠的泉州儿女为谋生存、求发展,毅然下南洋、闯海外。他们怀揣赤子心,在异国他乡拓荒创业、吃苦耐劳,以坚韧与诚信扎根东南亚,白手起家、艰苦奋斗,撑得起家业,也心系故土,成为连接家乡与世界的桥梁,铸就了十户九侨的侨乡传奇。改革开放春风浩荡,泉州人传承海丝基因与闯海气魄,敢为人先、勇闯全球。泉州制造扬帆五洲,侨商侨智汇聚归流,民营经济蓬勃崛起。

从百年前下南洋的艰辛求生,到新时代闯全球的自信开拓,不变的是泉州人敢闯敢试、坚韧不拔的风骨。千帆过尽,商道永存。《船商的逆袭》以光影为舟,载着海丝文化驶向当代观众心间。它不仅是一部精彩的微短剧,更是一封写给泉州的情书,一曲献给开放与诚信的赞歌。(一诺)



凤山书院沿海图书馆前广场市集摊位前,游客争相围观、品尝、购买乡镇特色小吃。



安溪“村乐”活动走进湖头镇,可成为舞台主角,新春“众乐乐”。



安溪民俗“赛大猪”现场。



安溪清水岩春节期间人潮涌动。



孩子们在安溪凤山书院图书馆广场的福马装置“数读册”前合影打卡。

## 流量留量双丰收 全域燃“旺年”

暖意的汇聚、新意的迸发,安溪亦迎来一个“流量”与“留量”双丰收、口碑与效益双提升的“旺年”,文旅市场喜迎高质量发展开门红。

景区燃起“流量”,核心点位人气旺。依托丰富的文旅活动与创新的打卡玩法,安溪各大核心景区处处有看点、个个有人气,成为新春文旅消费的核心引擎。国家4A级景区清水岩风景区推出新春游园打卡活动,春节假期累计接待游客23.78万人次,同比增长16.74%,门票收入达221.51万元,人头攒动的景区里,祈福的香火、悠扬的南音、热闹的笑语,交织成最热闹的新春图景。溪禾山铁观音文化园打造“好运加马”新春庙会,推出全时段特色活动,成为茶旅融合的典范;凤山景区接待游客人数同比增长29.96%,主客共享休闲空间实至名归。

住宿自驾“升温”,过夜经济效益旺。春节假期,安溪全域酒店、民宿入住率稳居高位,全县核心时段入住率超96%,整体呈现供需两旺、一房难求的火热态势。长卿镇山格云顶度假山庄提前一个月订满,多数客人停留3至5天深度体验茶乡生活。自驾游市场同样火爆,各景区停车场停满各地车辆,来自浙江温州的王先生点赞:“安溪成熟的茶文化旅游线路和完善的住宿餐饮条件,特别适合家庭自驾游。”

“文旅+”融合“出彩”,场景多元业态旺。“村乐”活动走进湖头镇,以“小舞台”聚“大人气”,现场观众近2000人,同步直播累计观看超2.3万人次,安溪村乐#话题直播和视频浏览量超3亿次。现场还设有农特产品展销、年货市集、直播带货,让好货“走出去”、消费“热起来”。更有清水岩祈福游、金谷溪岸乡村游、溪禾山研学游、虎邱蓝泊湾生态游……“文旅+茶旅”“文旅+乡村”“文旅+康养”等融合业态百花齐放,推动安溪文旅经济从“流量”向“留量”、从“人气”向“财气”高效转化。

活动服务双精彩,口碑暖心赢得“旺旺满意度”。“彩虹马”IP、“金戈铁马”艺术装置刷屏社交平台,网友自发打卡分享。特色艺术推介、非遗集市等活动搬到泉州古城安溪馆内,茶香暖意触达更广大人群。线上线下,热度同步走高。更可贵的,安溪深谙“暖心服务”之道。各大景区配套免费茶点、旅游咨询、线路规划等便民服务,文创点位提供定制、邮寄等增值服务,公共文化场馆延时开放,让每一位游客都能感受到茶乡的诚意与温度,收获在线旅游人次增速全市第一的温暖回应。“双向奔赴,是最美的风景!”安溪县文体旅局局长蔡雅娟说。

## 声音

### 商道载文脉

微短剧常被视作快餐式娱乐,而还原宋元泉州“东方第一大港”的《船商的逆袭》却以轻巧体量扛起厚重叙事,在快节奏商战与市井烟火间,它跳出套路化逆袭,将个人沉浮、商贸博弈、文明交流熔于一炉,用小切口讲透大历史,展现了泉州爱拼敢赢的精神。

故事以南宋刺桐港为舞台,落魄子弟沈云舟家道中落,仅凭父亲遗留的《诸蕃志》残页,在垄断横行的香料市场绝境求生。他与身负密命的苏玉烟联手,以商略为刃、以信义为盾,在尔虞我诈的商圈破局突围,既完成个人复仇与逆袭,更守护了港口的秩序与繁荣。剧情摒弃冗长铺垫,以强反转、高密度冲突抓住观众,商战设计环环相扣,从货源争夺、价格博弈到真伪鉴别,每一场较量都贴合古代商贸逻辑,既有爽感又不失严谨。

最动人的精华是把商道的内核藏进剧情肌理。沈云舟的逆袭,从不是靠投机取巧,而是坚守诚信通商、互利共赢的底线。反派以假贷牟取暴利、垄断资源破坏秩序,主角则以《诸蕃志》中的海外物产知识为凭,靠真材实料与公道定价立足。这种正邪对立,跳出简单的善恶之争,折射出古代海上丝绸之路的核心精神——开放、包容、守信、共赢。在利益至上的商圈里,这份坚守格外珍贵,也让“逆袭”有了超越个人成败的时代意义。

作为泉州海丝文化的影像载体,《船商的逆袭》把文化符号揉进生活细节,让历史不再是冰冷的陈列。姑嫂塔的归航灯火、市舶司的严谨规制,南音婉转、木偶灵动,宋元海丝瓷的珍贵、街头巷尾的古早味,非遗技艺与市井

烟火交织,勾勒出刺桐港万国云集、商贸辐辏的盛景。《诸蕃志》不再是尘封典籍,而是推动剧情的关键线索,带领观众读懂古代中国对外交流的智慧,让观众在追剧时,沉浸式触摸千年海丝的温度。

《船商的逆袭》从来不只一个人的逆袭,更是一座城的记忆复苏,一种精神的当代回响。沈云舟在风浪中坚守初心,勇闯天涯,爱拼敢赢,恰如泉州在千年时光里,始终保持开放包容的姿态。这部剧让我们看到,微短剧也能有大格局、大情怀;让我们懂得,所谓逆袭,从来不是孤军奋战的崛起,而是顺应时代、坚守本心的必然结果。

泉州自古向海而生,一代代泉人跨越重洋,书写生生不息的奋斗史诗。近代以来,地狭人稠的泉州儿女为谋生存、求发展,毅然下南洋、闯海外。他们怀揣赤子心,在异国他乡拓荒创业、吃苦耐劳,以坚韧与诚信扎根东南亚,白手起家、艰苦奋斗,撑得起家业,也心系故土,成为连接家乡与世界的桥梁,铸就了十户九侨的侨乡传奇。改革开放春风浩荡,泉州人传承海丝基因与闯海气魄,敢为人先、勇闯全球。泉州制造扬帆五洲,侨商侨智汇聚归流,民营经济蓬勃崛起。

从百年前下南洋的艰辛求生,到新时代闯全球的自信开拓,不变的是泉州人敢闯敢试、坚韧不拔的风骨。千帆过尽,商道永存。《船商的逆袭》以光影为舟,载着海丝文化驶向当代观众心间。它不仅是一部精彩的微短剧,更是一封写给泉州的情书,一曲献给开放与诚信的赞歌。(一诺)

## 资讯

### 新版团队旅游合同 3月31日起推行

为进一步规范旅游市场秩序,提升旅游服务质量,保障旅游者和旅行社的合法权益,文化和旅游部与市场监管总局近日联合发布2026年版团队旅游合同(示范文本),该文本将于2026年3月31日起在全国范围内推行使用。

2026年版团队旅游合同(示范文本)包括《团队境内旅游合同(示范文本)》《团队出境旅游合同(示范文本)》《大陆居民赴台湾地区旅游合同(示范文本)》《境内旅游“一日游”合同(示范文本)》《境内旅游组团社与地接社合同(示范文本)》《研学旅游合同(示范文本)》等六个示范文本,重点从强化旅行社安全保障、明确购物活动和另行付费旅游项目规则、进一步完善旅游者权益保障、加强个人信息保护、规范旅行社经营的研学旅游活动等方面进行修订和完善,旨在引导旅行社提升服务质量和水平,优化旅游消费环境,促进旅游市场规范有序发展。

此次修订工作结合团队旅游合同中积累的实践经验,广泛吸收了消费者权益保护协会、中国旅行社协会、旅行社企业、地方文化和旅游行政部门及旅游行业、法律方面专家学者的意见,对现行5个团队旅游合同(示范文本)进行修订,并新增《研学旅游合同(示范文本)》。

(来源:文化和旅游部官网 文旅之声 整理:洪娜娜)



2026年版团队旅游合同(示范文本)的推行为游客权益保护提供配套措施。图为游客听导游讲解。(郑银杰摄)