



近日,一份由天津市消费者协会、天津财经大学统计学院与联合威道(天津)市场调查服务有限公司共同完成的《天津市文旅商圈满意度调查报告》(以下简称《报告》)正式发布。这份创新采用消协命题、学生实践、企业指导的“校企协”融合模式的调查报告,包括了1322份有效问卷、30个深度访谈和30个神秘访客样本。

在建设国际消费中心城市、推动文旅产业高质量发展的时代命题下,这份调查报告为我市文旅产业的提质升级提供了一份翔实的“诊断书”和清晰的“路线图”。

《报告》数据篇

热度与满意度并存

《报告》指出,我市文旅市场以周边地区客源为主,短途旅游是游客的核心需求,市场整体活跃。超过五成的外地游客在津停留2至3天,两成游客仅停留1天,凸显天津作为短途旅游目的地地的鲜明特征。高铁/动车成为近六成外地游客入津的首选,便捷的交通网络为区域客流互动提供了坚实基础。客源构成上,天津本地游客占比54.39%,主要来自市内六区;外地游客占比45.61%,其中河北、北京、山东三地贡献了主要力量。这表明,深化京津冀协同发展,做优周边市场,仍是我市文旅繁荣发展的基础。

在吸引游客的要素中,“参观景点”与“品尝美食”是两大核心要素。《报告》显示,65.43%的游客钟情于打卡地标,62.10%的游客则循着香气而来。“天津之眼”、五大道、意式风情区凭借其标志性景观,成为超五成游客的拍照打卡首选。而“为吃赴津”正成为一种新趋势,天津特色小吃、传统早点、津菜老字号三者共同构成了游客餐饮消费的核心选择。近日,西北角已是人声鼎沸。来自北京的大学学生王萌排在长队里,“刷短视频看到这家锅巴菜特别火,我们特意起大早坐第一班京津城际来的。”她边说边翻看手机里的攻略,“吃完还得去排熟梨糕,然后赶去古文化街……”她的天津一日游,就像一场与时间赛跑的美食打卡任务。

《报告》显示,游客对我市文旅商圈的整体满意度达到83.40分,处于较高水平,其中,“天津之眼”商圈满意度领跑。而在西北角,近日,记者一早去采访时发现,早点铺门口排着长队,老板一边打包食品一边对记者说:“现在火了,每天销量高了好几倍,但我们还是那个小店面,实在忙不过来。”不远处,居民李大爷提着菜篮子直摇头:“人多店小,我们老住户现在买个早点都得挤半天。”他的声音被淹没在游客的喧闹中。这一幕,正是我市文旅“甜蜜烦恼”的真实写照——人气上来了,可配套没跟上。报告显示,西北角商圈满意度在六大商圈中垫底,不是东西不好吃,而是“排队一小时,吃饭十分钟”的体验,让慕名而来的游客既疲惫又失望。

具体来说,游客对在津住宿的满意度最高,而交通则成为明显的短板,得分仅为80.84分。比较可喜的是,较高的满意度转化为强大的游客黏性,整体复游意愿高达80.48%,整体净推荐值也达到31.62%。这意味着超八成的游客愿意再次来到天津,并且口碑传播的基础坚实,为文旅商圈的长期繁荣注入了源源不断的动力。

《天津市文旅商圈满意度调查报告》发布

寻找魅力津城的“最后一块拼图”

■ 记者 韩爱青 摄影 吴迪

《报告》分析篇

满意度提升背后的堵点

在整体向好的数据背后,《报告》也清晰地指出各方面存在的主要问题。这些问题是提升游客满意度必须直面的现实挑战。

“国庆假期,我开车从意式风情区到古文化街,不到三公里的路程,愣是走了半个多小时。停车位更是‘一位难求’,最后只好让人家在门口先下车,我自己去远处找车位。”这是一位河北省保定市自驾游游客对我市交通情况的评价。交通之困,成为文旅发展的首要瓶颈。64.03%的游客认为“道路拥堵与自驾效率低”是最突出的问题之一。这反映了在旅游高峰期,核心商圈交通组织面临较大的压力。记者实地探访发现,古文化街地处商圈,周边还有不少社区,地理位置优越,但其地面停车场在旅游高峰时段经常一位难求。事实上,周边半径一公里内分布着多达9处停车场,其中不少位于地下。由于指引不清,这些“隐藏”资源很难被不熟悉环境的外地游客发现,往往需要提前做攻略。

《报告》思考篇

从“流量”到“留量”的挑战

《报告》并未止步于表面现象的罗列,而是结合定性定量分析,深入剖析了我市文旅产业面临的结构性矛盾。其指出,我市文旅正处在从“流量”吸引到“留量”深耕的关键转型期。六大商圈资源禀赋突出,但游客满意度与期望值之间仍有差距,发展不平衡、不充分的问题较为明显。

**文旅资源分散,未能“串珠成链”形成合力。**我市文旅资源如同散落的珍珠,点状分布,缺乏有效的线性连接与主题整合。来自天津财经大学调查团队的成员小张在参与项目后深有感触:“我们发现,很多游客的行程是割裂的。上午去了五大道,下午不知道该怎么衔接去古文化街,中间缺乏顺理成章的交通线路和主题引导。这导致游客体验碎片化,难以形成‘顺理成章’的多日游行程。”资源之间联动不够,未能产生“1+1>2”的协同效应,导致游客停留时间短,消费链条难以延伸。

夜晚,海河游船缓缓驶过“天津之眼”,来自哈尔滨的游客李先生和妻子靠在船舷上拍照。“夜景确实很美,但下船后我们发现,想找个地方继续坐坐都很难。”李先生说,“岸边除了散步道,连个像样的咖啡馆或酒吧都找不到。”他们的困惑指向我市文旅的另一个短板——夜经济业态单一。一位神秘访客在体验报告中写道:“海河的灯光很美,但缺乏能让游客留下来消费的场景。”游客停留时间短,陷于“走马观花”,缺乏深度体验,旅游产品结构单一是根本原因。当前我市的旅游产品仍以传统的“观光拍照”为主,缺乏沉浸式、互动性强的独特体验,难以提供“白+黑”的全时旅游体验。

**住宿之忧,影响游客过夜体验。**价格虚高、设施陈旧和卫生条件差是住宿方面的三大问题。一位选择住在金街附近酒店的山东游客李女士抱怨:“节假日酒店价格比平时翻了近一倍,但房间地毯有污渍,隔音效果也差,感觉物非所值。”

**休闲娱乐与购物之憾,折射业态同质化。**超过四成的游客认为旅游休闲项目“同质化”“缺乏创新”,超过半数的游客指出“特色商品同质化严重且缺乏文化元素”。记者在古文化街走了一圈,发现泥人张、杨柳青年画等老字号固然经典,但其他店铺销售的纪念品却大多雷同,价格也普遍高于线上渠道,缺乏让人耳目一新的文创产品。

**景点与餐饮之虑,直指商业与文化的平衡。**近半数游客感觉“商业摊位过多冲淡了文化氛围”,过度商业化正在侵蚀景区的文化内核。同时,餐饮“性价比低”和“排队等候时间长”成为游客集中吐槽的问题。

午后阳光洒在马路道的树木上,来自山西的游客张先生在一座小洋楼前驻足良久。透过紧闭的铁门,只能看到爬满藤蔓的墙面和紧闭的百叶窗。“要能进去看看多好。”他感叹道。”这份遗憾在《报告》中得到了印证,游客认为五大道的体验“太表面”,历史文化资源“看得见却摸不着”。在五大道,许多历史建筑、名人故居的展示多停留在“挂牌子”、静态陈列的“标本化”阶段,高墙深院隔开了游客与历史的对话。而原本最引以为豪的“烟火气”也面临过度商业化的侵蚀,导致商圈大同小异,失去本地特色和真实性。深厚的漕运文化、曲艺文化等“书卷气”未能系统性地与旅游线路结合,缺乏深度解读与互动体验。

“海河是天津的母亲河,夜景也很美,可我们旅游时想买独具‘海河之夜’特色的文创商品,选择性非常少,几乎选不到心仪的纪念品。”从黑龙江省来津的游客杨女士说。《报告》提及,我市文旅IP(网络流行语,指具有开发价值的文化产品、品牌形象或创意内容的统称)打造不足,“海河之夜”核心IP势能未充分释放。尽管我市文旅确立了“海河之夜”核心IP,但其内涵的丰富度、市场的穿透力和商业的转化力仍有很大的提升空间。

**宣传推广不足,依赖传统路径难以破圈传播。**我市文旅市场的营销策略未能完全跟上新时代旅游消费主力的步伐。内容创作与分发能力偏弱,缺乏网感、趣味性和话题性,缺乏能与用户共情的持续性高质量内容产出。营销也未能精准对接不同消费群体的个性化需求,难以提供“量身定制”的旅游产品和宣传内容。

会诊六大商圈

渤海之滨,海河蜿蜒,滋养着一座底蕴深厚的城市——天津。这里,五大道的小洋楼静默诉说着往昔风云,古文化街的市井烟火洋溢着淳朴民俗,意式风情区的异域格调点缀着都市繁华,金街的车水马龙见证着商业变迁,“天津之眼”的璀璨灯光勾勒出现代轮廓,西北角的早餐香气唤醒了津门最本真的生活图景。

这六大商圈如同一块块精美的“拼图”,成为魅力津城的重要组成部分,针对它们的独特禀赋与具体挑战,《报告》分别进行了深入的分析研判,并提出了相应的对策建议。

金街商圈



金街商圈,是城市商业底蕴的见证,但面临业态陈旧、空间设计落后的挑战。突围之路在于通过引入首店、旗舰店等新业态创造消费吸引力,改造公共空间增加休憩设施和艺术装置提升停留舒适度,同时挖掘劝业场等历史建筑的内涵,让金街从“商业街”的定位跃升到“城市中央活力区”。

西北角商圈



西北角商圈面临网络人气效应下的秩序干扰、业态单一的挑战。当务之急是通过科学疏导化解空间冲突,通过文化挖掘延伸体验深度,通过业态创新拉长消费时段,最终打造一个“主客共享的城市文化美食生活圈”。

五大道商圈



五大道商圈,被誉为“万国建筑博览会”,但面临建筑“只能看不能进”、硬件与管理滞后的挑战。升级策略是通过“活化历史、科技赋能、主题引领、体验至上”,选取典型建筑进行场景化复原,利用AR技术实现“扫码读建筑”,将五大道从静态的“建筑博物馆”,升级为能与城市和时代深度对话的“文化沙龙”。

意式风情区商圈



意式风情区商圈,拥有亚洲唯一保存完整的意大利风貌建筑群,但面临业态严重向餐饮倾斜、文化展示不足的问题。转型方向是通过“文化赋能、空间活化、品质铸信”,引入意大利设计画廊、手工艺品店等,定期举办意大利文化周、艺术展,将其从一个功能单一的“餐饮酒吧街”,升级为一个白天可品味艺术生活、夜晚可享受视听盛宴的“意大利生活方式体验中心”。

天津之眼商圈



“天津之眼”商圈面临业态单一、河岸空间利用不足的挑战。发展关键在于将河岸空间激活为丰富的休闲消费场所,引入高品质的咖啡厅、书吧、轻食餐厅;将摩天轮的浪漫IP延伸为完整的体验产业链,开发主题婚庆、摄影等服务,并通过智慧管理和两岸联动,构建“滨水休闲大景区”。

古文化街商圈



古文化街商圈,是我市民俗文化的集大成者,但面临文化呈现静态、业态同质化的挑战。解决的方向在于从一个以“购物”为主导的传统观光点,蜕变为一个以“深度体验天津民俗生活”为核心的文化休闲目的地。让游客不仅能买泥人,更能做泥人;不仅能听相声,还能学两句地道天津话,真正在这里“寻得到根、品得到味、摸得到历史、带得走故事”。

专家:

《报告》指路我市文旅破局 服务升级是“主线”

傍晚时分,结束了津城一日游,王萌翻看着手机里的照片。“天津的小吃确实不错。”她说,“但除了吃,好像没留下太深的印象。如果下次再来,希望能有更多值得慢慢体验的东西。”她的期待,正是我市文旅努力的方向。正如天津科技大学经济与管理学院韩薇教授所言,文旅高质量发展的核心在于让游客从“匆匆过客”转变为“愿意停留的体验者”。这需要持续深化文化挖掘、业态创新与服务提升。

《报告》为此指明方向,提出以游客为中心的运营思维,系统整合资源、延伸体验、激活文化,为我市文旅升级提供清晰路径。在她看来,文旅持续发展离不开服务升级这一“隐性主线”。从IP塑造、文化传播,到避免商圈同质化、促进客源共享,都必须实现从基础保障、品质体验到情感认同的全面跨越,从而构建起我市文旅高质量发展的坚实框架。