

一批参与感强、文化味浓的旅游新业态纷纷崛起

沉浸式旅游带来新体验



2019 中国国际旅游交易会日前在云南昆明开幕。在现场一个个展示区内,逛展游客既可以品尝文创食品、购买文创产品,还能参与角色扮演、现场制作云南特色手工艺品,丰富多样的文化旅游体验,让人们流连忘返、大呼过瘾。

这些年,随着旅游供给侧改革的不断深化,一批参与感强、文化味浓的旅游新业态纷纷崛起。这些新业态,不断刷新人们出游体验,成为旅游市场发展新的增长点。

新业态带来新体验

旅游新业态可用“参与感”“沉浸式”“互联网+”三个词来描绘

“在这里,我既看到江南水乡的美,又领略到江南文化的美,很惬意。”近日,上海市浦东新区某金融企业员工李辉带着家人,自驾来到浙江杭州富阳区旅游,感受到当地文旅融合发展的魅力。

李辉说,走在村子里,一幢幢鳞次栉比的乡间村居和田园风光交织成一幅生活气息浓郁的水墨画。百余幢遗存的清末民初建筑,更是带人穿越历史,了解一段别有韵味的文化。

到了晚上,李辉一家人住进东梓关村江边的民宿,先是品尝当地的江鲜,而后在院子里支起桌子,和家人一边品茶,一边聊天。“两天行程下来,真的很难忘。”李辉说。

和东梓关村一样,文化正成为全国很多景区发力的重点。文化与旅游的结合,让文化可以更好地走向“远方”,旅游也更有“诗意”。文化景观、旅游演艺、主题公园、特色小镇、文创开发、文

化节庆……各种文旅融合发展新模式纷纷涌现,给游客带来一场场文化味更足的旅游盛宴。

随着旅游消费升级,较之传统旅游,人们如今对旅游体验提出了更高要求。住进民宿感受当地风俗、戴上 VR 看一场超级大片、穿上古装来一场穿越之旅……拥有更多体验感和参与感的沉浸式旅游越来越受到游客的追捧。

“参与感”,是旅游新业态的关键词——

在河北省第四届省旅发大会观摩项目中,鹿泉工贸旅游创新区成为人们的“打卡”热点。在该区的君乐宝奶业小镇,不少家长带着孩子开启了一场以牛奶为主题的研学之旅。作为国内首家将牧场、工厂、牛奶文化科普与工业旅游有机融合的工业旅游景区,在这里,游客不仅可以观看一杯酸奶从收奶、配料、发酵、灌装到打包的生产全过程,深入了解酸奶的起源发展、科普知识,还能和

奶牛来一场近距离互动。

“沉浸式”,是旅游新业态的新看点——

“以前外出旅游,更喜欢住标准酒店。现在外出旅游,基本上都会住民宿。”北京市海淀区一家互联网公司资深“驴友”在他看来,人们更加青睐民宿的一个重要原因,是能享受一次“沉浸式旅游”,和民宿的房东聊天、感受当地风土人情,而不再仅仅是把住处当成一个睡觉的地方。

“互联网+”,是旅游新业态的新特征——

动动手指,即可网上预约门票,然后刷脸入园参观,省去排队烦恼;扫描二维码,景点介绍在线播放,一边观景一边听讲,方便又有趣;景区高峰期有多少游客,通过大数据技术就能预判,有助于缓解节假日热门景点拥堵问题……这些智慧旅游新服务,正在成为越来越多景区的“标配”,给游客带来更好的出行体验。

七大措施

点亮冬季“夜京城”

冬季主题灯光秀、博物馆文化馆延时经营、冰场雪场设夜场、老字号延时营业……为持续打造有品质有温度有特色的“夜京城”,日前,市商务局发布 7 大措施,从深夜食堂、文化体育活动、灯光秀等多角度,丰富“夜京城”冬季消费供给。

自今年 7 月北京推出“夜间经济 13 条”以来,三里屯、五棵松、前门和大栅栏等“夜京城”地标,蓝色港湾、荟聚、簋街等“夜京城”商圈,以及天通苑、回龙观、常营等“夜京城”生活圈纷纷延时经营、推出丰富活动,带来了不同于以往的夜消费体验。

冬季来临,虽然天气转冷,但夜经济并不会降温。市商务局相关负责人介绍,为更好地满足市民品质化、多元化、便利化的冬季消费需求,在巩固夏季夜间经济发展的基础上,本市坚持“市场主导、政府引导、分类培育”原则,推出 7 方面措施,不断丰富“夜京城”冬季消费供给,营造有温度、安全有序的消费氛围,提升消费体验。

这 7 项措施包括开展冬季主题灯光秀、灯光节、灯会品牌活动,开展冬季夜间文化主题活动,冬季夜间体育健身活动,策划冬季夜间经济促消费品牌活动,引导博物馆文化馆延时经营,持续打造冬季深夜食堂,加强冬季夜间经济宣传推介等。夜间文化体育活动将成为冬季夜经济的重要支撑。部分博物馆文化馆将延时经营常态化,自助图书馆实现 24 小时开放,部分商圈和企业开展夜间读书会、夜读季、夜间市集、夜间品鉴和夜间音乐沙龙等活动。为满足冬天冰雪运动的热情,本市还将在滑冰、滑雪场开设夜场,满足夜间消费需求。

市商务局相关负责人表示,本月底前将面向消费者推出《“夜京城”消费指南》冬季版,聚焦北京城地标、商圈和生活圈等消费点位,汇集吃喝玩乐购娱等多场景、多业态夜间消费信息,多渠道引导夜间消费。

(《北京日报》)

中国雪乡

“智慧”升级打造智能景区

冬季来临,位于黑龙江省的中国雪乡旅游景区于 11 月中旬正式开门迎客。今冬,雪乡“智慧”升级,力求为游客提供更好的服务。

据雪乡智慧景区综合管理平台经理任建鹏介绍,“智慧雪乡”体系由智慧管理、智慧服务、智慧营销、智慧保护四部分构成,于 2017 年 10 月投入使用,今年进行了二期升级,主要的“智慧”体现在三个方面。

一是“刷脸”入园化繁为简。目前,雪乡景区已实现全票种全通道人脸识别入园,成为黑龙江省首家全面采用该技术的景区。以往,线上购票游客入园要验身份证,线下购票的要验纸质票,而“刷脸”入园有效提高了景区售票检票效率。游客“刷脸”入园后,其面部信息 48 小时有效,期间出入雪乡无需其他凭证。

二是安保网络“目明声洪”。500 多个摄像头时刻紧盯雪乡各山门和主要街道,发现踩踏等事故风险时,覆盖园内 23 个区域的网络广播系统可发出预警提示,疏散人群,保障游客的人身安全。如游客要找走散的旅伴,也能通过广播系统发布信息。

三是服务优劣“众智来评”。今年,为了促进雪乡商家提升服务质量,景区管理方加强建设“雪乡大众点评”体系,要求店家挂出统一样式的门牌,上有二维码;游客一扫,就能在雪乡官方平台评价或投诉商家。景区同时安排专人处理游客的投诉信息。

“我进景区体验了‘刷脸’功能,非常方便。”来自深圳的游客杨女士说,“进出景区都不需要出示票据,节省了大家宝贵的旅游时间。”(据新华网)

新业态折射新需求

从注重“有无”到在乎“品质”,旅游消费需求不断升级

当前,我国旅游市场仍然保持快速增长。中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)发布的《中国旅游消费大数据报告 2018》显示,去年我国国内居民出游力指数再创新高,达到 17.8%,旅游消费大众化已成为趋势。

中国劳动关系学院旅游系副教授翟向坤认为,旅游消费需求升级是世界各国旅游市场发展的基本规律。随着收入提升,人们对出游的品质和体验也提出更高要求。

在日前结束的第七届北京惠民文化消费季中,全市 16 区推出各类文化惠民举措,包括低票价惠民演出、文化消费补贴等。《2019 年北京市文化和旅游促消费措施十二条》提出,以惠民消费季电子消费券为手段打造文化惠民标杆,继续面向北京地区消费者发放 5000 万元北京惠民文化消费电子券,充分发挥其精准支持和激励引导作用,培育供给侧与需求端良性互动的市场机制。

在重庆,政府部门引导培育“智慧旅游”升级版,通过推进“旅游云”建设,实现旅游公共服务、电子商务、品牌推广、统计管理、实时监控、数据共享交换等功能。受益于此,重点旅游景区数字化、智能化水平得到提升,一批智慧景区、智慧酒店、智慧旅行社、智慧旅游小镇发展起来,游客的多层次、多样化需求得到更好满足。

“文化游、工业游、研学游等旅游新业态的大量涌现,得益于国家政策层面的引导,也受到游客对旅游产品文化内涵需求的驱动。”中国旅游研究院副院长唐晓云认为,各级文旅部门的组建,让文化产品与旅游市场需求的对接更加紧密,为文旅产品增加供给带来便利条件。一些地方陆续推出各种惠民政策,加快旅游产业供给端升级,满足居民文化旅游消费需求。

中华文化博大精深,为文旅产品的开发提供了丰富素材。传

统民俗、民间文化,在旅游市场正焕发出新魅力。据中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)调查,去年春节期间,参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例分别达 40.5%、44.2%、40.6%、18.4%,观看各类文化演出的游客达到 34.8%。“文化旅游的吸引力可见一斑。”翟向坤说。

“从注重‘有无’到在乎‘品质’,游客的消费观念发生很大变化,我们也必须紧紧跟上。”河北石家庄七彩森林景区销售部经理吴静说,如今,游客不再满足于“上车睡觉,下车拍照”式的旅游,而是更希望深度游。以住宿为例,今年进入旅游旺季,七彩森林景区内舒适度更高的高端酒店,房间很快被预订一空。为更好地满足游客需求,景区又陆续推出了森林西餐、七彩灯光秀、无人机表演等特色项目,也都受到欢迎。

(据《人民日报》)