

网红景区需要正确的打开方式

□ 曹燕

入冬以来,河南老君山景区迎来降雪,白雪搭配金殿,如临仙境。社交平台一句“远赴人间惊鸿宴,老君山上吃泡面”,吸引了众多游客打卡,而这也让老君山因垃圾满地登上热搜。

据央视等媒体报道,为应对垃圾遍地的问題,景区已加派更多环卫力量,虽然依然有不少游客打卡泡面,但大量的餐后垃圾已经被及时清理。此外,景区正在试行每天限流1万人游览等措施,还贴出环卫工人的工作宣传照,号召游客自觉投放垃圾入桶,从源头控制。

通常而言,冬季是北方山水型景区的淡季。但一场雪后,老君山的游客不减反增,只为观看仙境一般的冰雪世界。透过这条热搜新闻,可以看出网红景区老君山的热度,“远赴人间惊鸿宴,老君山上吃泡面”这条金句突出了老君山冬雪之后的晶莹剔透和温暖吃泡面的反差,融合了侠气、仙气和人间烟火气,朗朗上口,富于个性和代入感,成为众多游客前往打卡的理由。

实现逆势增长

老君山是国家5A级旅游景区、国家级自然保护区、世界地质公园,坐落于豫西伏牛山脉的洛阳市栾川县,因传说是道教始祖老子归隐修炼地而得名。除了自然生态资源的优越,老君山山顶的“气象万千”引发大众的强烈共鸣。老君山景区副总经理张鹏远称,截止到目前,在抖音短视频平台上,“老君山”话题已突破20亿播放量,“老君山雪景”、“雪景只看老君山”、“洛阳老君山”等与老君山相关的话题也有数十亿播放量。不少游客称,就想“一睹人间盛世颜”,体验白雪、金顶、云海、雾凇的交相辉映。

“我个人感觉,从2020年9月份,老君山就显露出了一定的‘网红’潜质,暑期刚过,旅游市场不温不热,但是9月份来老君山的游客还是不少,当时有一个平顶山女孩在社交平台上发了一条信息:‘我是一个平顶山女孩,希望有一个男孩带我去老君山’,这条信息就变成了网友自发传播的一个梗。直到下了第一场雪后,金顶雪景的美景被传播出去,很多网友都问‘老君山在哪里’,

游客出现了激增。”张鹏远称。通过网友的不断演绎,也就有了“远赴人间惊鸿宴,老君山上吃泡面”的梗,“完全没想到突然会有这么多游客来老君山,当时出现了一些卫生问题,我们连夜开会立即进行整改。”

据统计,在栾川初雪后的周末两天时间里,仅老君山一个景区就迎来了3万多名游客,人流量堪比黄金周。2020年,栾川县全县共接待游客1158.01万人次,实现旅游综合收入73.96亿元;冬季(11月、12月)旅游接待游客181.66万人次,实现旅游综合收入10.14亿元,同比分别增长32.79%、89.51%。其中,老君山景区2020年全年收入近3亿元,入园游客、单月收入、单日收入、非假日收入等,均刷新历史记录,创开园以来最好成绩。同时,带动住宿、餐饮、商贸、公共交通等行业消费实现逆势增长,栾川酒店入住率在冬季达到70%以上,县城酒店在周末首度出现了爆满局面,显示出强劲的消费拉动效应。

发力内容营销

对于突然的爆红,张鹏远感觉“并不是很意外”,流量的背后是老君山人的努力和坚持。张鹏远介绍,每年6-9月份,海拔2217米的老君山有无与伦比的云海奇观。但是以往,这样的资源并未被人们所重视。从2014年以来,老君山开始整合云海资源,每年夏季举办“万人音乐露营大会”、“中原车友狂欢节”、“金婚庆典”、“峰林探宝”、“观海避暑觅神光摄影大赛”等长达两个月的连续活动,在河南暑期旅游市场上取得了很好的成绩。

在秋冬季节,充分利用降雪量大、存雪时间长的优势,推出老君山冰雪雾凇节、伏牛山梦幻冰雪节等系列冰雪产品,充分展示了栾川雾凇冰挂、雪地撒欢的冰雪盛景。老君山为服务好游客,在中天门服务区提供免费的豆腐汤、姜枣茶,及时清理游览线路上的浮冰、积雪,提升了游客体验度,保障游客的安全。

“老君山景区从2014年开始,每年拿出3000万做营销。”张鹏远称。2018年开始,老君山景区不断尝试以多种方式在各大互联网平台展示景区美景,设立相关奖励政策鼓励员工和游

客自发拍摄相关视频上传平台。通过内容营销的方式吸引游客尤其是年轻人的关注,一方面有目的地调整 and 改变游客结构,另一方面在推动流量增长的同时,通过文旅产业高质量发展,推动游客增长。

另外,老君山景区还借助每年召开的全球文旅创作者大会,组织邀请上百位头部达人、网红到景区创作,慕名而来的人们不愿错过老君山的“盛世美颜”,各展其能,把老君山变成了一个强大的流量平台,这些都助推老君山从避暑胜地到冬季旅游打卡地的转变升级。

注重流量转化

深圳大学旅游发展研究中心副研究员刘杰武称,“网红景区不仅仅是规划出来的,更是传播出来的。”在他看来,妄图去规划一个网红景区,都敌不过传播消亡的规律,而网红景区的传播主体就是90后、00后新生代,在全社会感受到网红景区“红”起来的时候,其实已经在新生代社群中率先红火起来了,其后不过是传播的扩散效应而已。

刘杰武将景区的网红潜质分为三类,“第一类是是景区的网红项目,例如前几年很火的玻璃栈道、小火车项目,



老君山山顶大殿观日出 景区供图

雪后初霁 驼铃阵阵

近日,一场冬雪后,游客在敦煌鸣沙山月牙泉景区骑骆驼游览。据统计,敦煌鸣沙山月牙泉景区2020年接待游客152万人次。2020年,景区在做好疫情防控的前提下,通过提升服务质量、开展专项整治、强化宣传营销、完善旅游业态,全年游客满意度保持在96.5%以上。

王有霞 摄



宁夏故事——盐池是个好地方连载之二十一三五九旅打盐处

三五九旅来打盐

盐湖传来打盐歌

在盐池县城东10余公里处,现属于陕西省定边县盐场堡乡境地的明代长城墙体上,有100多孔隙窑洞,这些窑洞像一个个无声见证者,关注着盐池县的一草一木,注视着盐池县近年来的发展变化。

1941年至1942年,陕甘宁边区处在日寇和国民党双重军事包围和经济封锁之下,中国共产党的敌后抗战进入最艰苦最困难的时期。蒋介石不仅停发八路军军饷,而且调集以胡宗南部为主的大批军队分驻边区周围各县,对边区进行重重封锁。不准边区农副产物向外输出,禁止国统区货物运往边区,切断边区与外界联系,想把边区活活困死。边区财政经济极端困难,军民几乎被逼到绝路,没有衣穿,没有油和盐吃,没有纸用,没有鞋袜,冬天没有被子盖。陕甘宁边区军民响

应“自己动手,丰衣足食”的号召,开展起大规模的生产运动。

1941年秋,八路军120师359旅四支队司令员苏鳌带领2000余人,来到长城脚下花马池打盐。部队一来就驻在盐池县城外,为了不打扰群众,战士们挥动老蹇,在花马池盐湖旁边的明长城墙体上挖建187孔隙陋土窑洞。随即他们一边捞晒成盐,一边砍沙蒿柴,筑坝畦,整盐坑,为来年大规模开展打盐生产创造条件。

当时条件异常艰苦,但战士们克服各种困难,革命热情十分高涨,每天打盐都要唱3支歌曲。这3首歌雄壮豪迈,催人奋进,至今还在盐池老百姓中流传。

第一支《起床歌》:黑夜过去天拂晓,红日东升人起早,艰苦奋斗,自力更生,飞起大步向前跑。

第二支《开饭歌》:这些饭菜人民给,我们应为民出力,救国救民靠

吾辈,赶走东洋日本鬼。

第三支《打盐歌》:天是我们的天,地是我们的地,我们的天地同胞,岂容小日寇欺。生产支前线,参加打盐队。嘿!参加打盐队。

359旅在盐池打盐,不仅满足了延安军民食盐需要,而且通过各种渠道运往周边国统区,换回粮食、布匹、钢铁、药品、医用器械等,对打破国民党经济封锁,活跃边区经济贸易,支援抗日战争发挥重大作用。

1941年,四支队打滩盐5万驮(每驮150斤)。1942年,打井盐50万驮,滩盐35万驮。1943年,打滩盐3万驮。1942年冬,四支队在盐池打盐的事迹受到党中央表扬,359旅旅长王震亲自到盐池慰问部队。

八路军359旅四支队在盐池打盐,使食盐产量猛增,为战胜重重困难,夺取抗战胜利,巩固发展陕甘宁边区作出重大贡献。延安《解放日报》4年时间报道盐池251次,其中

48篇与盐池的“盐”有关。

1942年冬,八路军359旅四支队打盐告一段落,赴县城休整。1943年春,他们接到中央命令,随八路军359旅大部队开赴南泥湾,掀起大规模“南泥湾开荒”大生产运动。1943年8月9日,《解放日报》第二版《盐池运盐成绩卓著超过任务四千七百驮》登载“盐池县运盐,截至六月份止,已运回12764驮,较原定8000驮任务超过4700驮,为民众增收巨利”。

站在明长城墙体窑洞面向南眺望,一片白茫茫直达远方,成堆的咸盐小山一样堆在盐湖边。现在盐池周边只有这一处盐湖还在产盐,所产池盐因含量不达标不能食用,只能工业用,但数量亦非常可观。沧海桑田,70多年过去了,这100多孔隙窑洞见证了盐池咸盐对陕甘宁边区作出的卓越贡献。

(岑国义)

创5A背后的故事



景区供图

江苏泗洪洪泽湖湿地景区：

旅游发展与生态保护携手并进

□ 邱子君 许瑾

日前,江苏宿迁泗洪洪泽湖湿地景区成功创建国家5A级旅游景区,实现了泗洪县委“五大突破”中现代服务业大突破,填补了宿迁市5A景区的空白。

据介绍,洪泽湖湿地景区位于中国第四大淡水湖洪泽湖西北部,占地面积5.2平方公里,景区集生态休闲、科普教育、度假养生等功能为一体,建有湿地博物馆、芦苇迷宫、鱼旅馆等30余处景点。

景区所在的泗洪洪泽湖生态旅游度假区相关负责人表示,成功创建5A景区是他们2020年最大的收获之一,面对新冠肺炎疫情带来的影响,这块金字招牌更来之不易,同时也将进一步助力宿迁市旅游业高质量发展。

咬定目标不放松

创建5A旅游景区,是整个泗洪县的奋斗目标。2016年,洪泽湖湿地景区5A创建工作启动,泗洪县委、县政府成立了由泗洪县政府主要领导任总指挥的5A创建指挥部。景区所在度假区也成立了相应领导小组,狠抓基础设施、景观提升、创建整改、宣传营销、运营管理和队伍建设,2020年,度假区召开了5A创建誓师大会、5A创建迎检大会、5A会办推进会等会议40余次,印发了《洪泽湖湿地景区5A创建攻坚突破实施方案》《旅游度假区重大项目建设计划表》等文件,各部门也都签订“军令状”,做到人人头上有任务,个个肩上有责任。

景区还主动和县宣传、文化和旅游、交通、住建、园林等相关部门加强沟通联动,推进氛围营造、道路管养、环境整治、绿化养护、公交专线等完善提升,形成了“党政领导牵头抓、分管领导直接抓、度假区具体抓”的联动工作机制,全力营造5A旅游景区创建的氛围。

在全县上下的通力合作下,景区对照5A级景区创建标准,对旅游交通、旅游安全、旅游购物、综合管理、资源和环境的保护等内容进行了全方位高标准提升,修建20余公里长的湿地大道与13公里长的330省道双向至城头段,更换高速至景区的专用外部交通标识36块,提档升级10座3A级旅游厕所,在景区重要节点与客流集中处增加100余处监控点及7处报警桩,与县人民医院、县120紧急救助中心建立了紧急救援体系。五年多来,洪泽湖湿地景区实现了质的飞跃。

洪泽湖湿地景区副总经理陈光全程参与了5A创建工作。他表示,为推进景区5A创建,全体员工咬定目标不放松,凝心聚力、埋头苦干,放弃节假日和周末休息,长期坚守一线,最终交出一张满意答卷。不过他也坦言,成功创建5A景区不是终点,“5A景区实行的是动态化管理,因此景区要常态化保持,并不断加大投入,在景观吸引力、项目丰富性、配套完善性、营销宣传等方面继续创新创优。”

精益求精树品牌

进入冬季,观鸟成了洪泽湖湿地景区的主打业态。据介绍,结合“春走芳草地、夏绕碧莲池、秋赏芦花黄、冬观万鸟飞”的湿地四季特色,景区通过“花朝雅事”洪泽湖湿地清肺赏花游园会、“清凉星空 棕情湿地”洪泽湖湿地帐篷节、荷美风情节、“菊色湿地 跃动金秋”洪泽湖湿地黄金周主题活动等特色活动,进一步彰显景区的生态特色,打响景区生态品牌。

为了让生态旅游品牌更加深入人心,景区还推出了生态湿地游、亲子欢乐游、研学科普游等多条特色主题游线路,并通过研学定制、研学课堂、虚拟研学、专门设计研学导游词

等方式,让学生群体进入湿地、了解湿地、保护湿地。陈光表示,景区目前正积极与专业机构合作,整合研学旅游资源,打磨优质研学产品,从而形成特色研学品牌。

依托生态旅游的吸引力,景区还进一步加速资源整合,将本土特色文化融入景区当中,无论是泗州戏、洪泽湖渔鼓等非遗展演,还是穿行于芦苇荡中的红色体验,亦或是在景区买的诸如蒲草鞋、芦苇插花等文创,均为游客带来了难忘的体验。

旅游产品日益多样化的同时,旅游服务也得到了极大地提升。景区的智慧旅游项目是陈光颇为自豪的一个项目,他介绍,景区投资1000余万元建设了智慧旅游系统,包括停车、售票、检票、车船调度、语音导览、客流高峰期调度、营销数据分析等功能,该项目被江苏省文化和旅游厅评为“江苏省智慧文旅示范项目”。同时,景区智慧旅游更注重人性化服务,“以老年人不能熟练使用分时预约功能为例,我们预留了一半的线下门票,并支持现金支付、支持纸质票,智慧旅游搞得再好,还是要回归服务的本质,现代+传统的方式让游客满意度大幅提升。”

开发保护两手抓

丰富的旅游业态以及优质的旅游服务让洪泽湖湿地景区的人气愈发高涨,2019年,景区的入园人数已达105.72万人次。与此同时,旅游富民突显。据悉,景区工作人员中,周边乡镇居民占比42%,多为退鱼还湿的上岸渔民,泗洪县域员工占比更是达95%。通过5A级景区创建工作,带动当地两大贫困片区逾10万人口脱贫致富。

作为华东地区面积最大、生态系统最为完整的内陆淡水湿地综合性旅游景区,在旅游开发的同时如何兼顾生态保护一直是景区关注的重点。近年来,泗洪县委、县政府实施“退渔还湿”等一系列生态恢复建设工程,曾经的养殖网围区变身成为湿地景区,曾经的养殖户和渔民也换了新身份。景区鸕鹚表演者王三喜曾经就是渔民,他告诉笔者,现在政策变了,洪泽湖的围网全部撤了,自己在湿地景区上班,一个月能挣四千多块钱,对湿地生态保护也有了更深的认识。

王三喜的案例只是一个缩影。陈光告诉笔者,景区所有建筑外立面与屋顶均进行了仿生态化处理;冬季尽量减少芦苇、荷叶收割和清理,为候鸟提供更多的栖息场所和充足食物;启动5A创建以来景区累计栽植乌桕、水杉、马褂木等树木近万株;2020年主干道两侧绿地修复20万平方米;给游客发放垃圾袋并给予把垃圾带出来的游客一些小的奖励……这一系列的举措也让湿地保护的成果进一步凸显,据统计,2019年,景区共记录到鸟类206种,较2018年增加6种,与2012年相比,更是新增了59种。

泗洪洪泽湖生态旅游度假区党委书记、管理办主任许可表示,2017年,泗洪县入选全国首批“绿水青山就是金山银山实践创新基地”之一,洪泽湖湿地景区5A创建也是落实“两山”理念的重要举措。下一步,度假区将站在5A景区的新起点,以新一轮国家级旅游度假区创建为目标,让旅游发展与生态保护携手并进。

本报常年法律顾问：

北京市岳成律师事务所

网址：www.yuecheng.com

电话：010-84417799

微信：beijingyuecheng

地址：北京市东三环北路丙2号天元港

中心A座7层

