

文化赋能 旅游带动

华侨城打造高质量文化旅游节 赋能人民美好生活

6月19日,以“缤纷欢乐游,就来华侨城”为主题的2021华侨城文化旅游节正式启幕,超500场主题活动、500多项文化和旅游产品搭建起缤纷的文化和旅游“廊道”,将以高品质、多元化的文化和旅游体验陪伴游客走过盛夏与金秋。

作为华侨城集团(以下简称“华侨城”)倾力打造的全景生态式大型文化旅游节庆,同时也是由单一企业创办、跨越时间长、活动产品多、覆盖地域广的文化旅游节庆,华侨城文化旅游节自2018年首届举办以来,已累计举办超1100场高品质主题活动、推出2500多项惠民文化和旅游产品,用实际行动践行着“为中国,造欢乐”的使命。

2021年是“十四五”开局之年,全面建设社会主义现代化国家新征程已开启,人民群众对美好生活的期待更加迫切、对美好旅游的向往愈发强烈。华侨城集团有限公司董事、总经理、党委副书记刘凤喜表示:“在新发展格局背景下,作为以文化产业和旅游业为主营业务的中央企业,华侨城将推动本届文化旅游节全面升级,以工匠精神、精品意识打造更多适应大众旅游需求的新活动、新产品、新体验,不断增强人民群众幸福感、获得感。”



文旅融合 丰富国民“精神食粮”



2021华侨城文化旅游节正式启动

今年2月,中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)发布的《2020年旅游经济运行分析与2021年发展预测》指出,步入全面小康社会,民众更加重视文化、旅游等精神层面的消费支出。

36年来,华侨城坚持以文塑旅、以旅彰文,致力于推进文化和旅游在业态、产品、内容、市场等多个层面

深度融合。目前,华侨城旗下投资和建设项目遍布全国近百座城市,以此为依托,华侨城文化旅游节每年向市场输出数百项优质文化和旅游产品及活动,以满足民众不断增长的精神文化需求。

今年节庆活动期间,华侨城旗下多个景区和旅游企业结合当地历史文化、民俗风情,策划推出了诸多特色活动:深圳甘坑客家小镇将围绕“二十四史”IP举办“游遇甘坑·国风游园季”,带来古风游园会、国潮插画展、汉风巡游等文化体验;广元剑门关景区将通过举办“非遗盛宴 蜀道长歌”主题系列活动,让游客在领略大自然雄奇险峻的同时,近距离体验剑门非遗项目;云南世博集团“2021云南巍山国际火把节”创新节庆形式,将让游客在一系列体验活动中感受传统民俗文化的魅力……这些富含历史文化底蕴、形式新颖的活动,不仅将深化游客的旅游体验、提升旅游品质,也将中华优秀传统文化的保护传承弘扬中增强民众文化自信。

值得一提的是,当前党史学习教育正在全国开展,在旅途中感悟红色初心、接受红色文化洗礼成为众多游客的新选择。2021华侨城文化旅游节充分挖掘、用

好红色资源,打造内容生动、形式多样的红色旅游产品。其中,自贡中华彩灯大世界将于7月集中开展红色精品剧目专场演出、中央音乐学院沉浸式音乐党课等红色主题文化旅游体验活动;深圳大鹏所城文化旅游区以“百年征程 初心永恒”为主题,利用当地红色文化创新打造剧本沉浸式体验活动,让游客“身临其境”学党史。

作为以文化产业和旅游业为主业的中央企业,华侨城不忘在推动产业高质量发展的进程中履行央企社会责任,发挥自身产业资源优势,助力文化惠民工程实施,给民众带来更加充实、更有品质的精神文化生活,华侨城文化旅游节正是其有力举措之一。无论是深圳OCT-LOFT华侨城创意文化园、天津华侨城美亚创意文化园等举办的各类高规格的文化创意及公共艺术活动,还是深圳欢乐港湾、佛山顺德欢乐海岸PLUS、无锡华侨城·运河汇等城市文化旅游综合体推出的“接地气”的主题文化节、艺术季,每年华侨城文化旅游节举办期间,人们总能在城市的各类公共空间,感受到文化

◎链接

华侨城文化旅游节
5大主题季

“城市度假季”将随扬州梦幻之城的开业拉开欢乐序幕;襄阳华侨城奇幻度假区以“啤酒龙虾嘉年华”“国际潮玩节”等节庆为游客打造“吃住行游购娱”一体化微度假体验;深圳西涌滨海旅游度假区“回归西涌”、林芝华侨城南山国际汽车营地“多彩林卡篝火节”等主题活动,将让都市人在快节奏的生活中觅得心灵的休憩之所。

“电音狂欢季”将用音乐和欢乐“点亮”城市的夜晚。全国九地欢乐谷共绘城市音乐地图,让音符承载着欢乐传播;南昌玛雅乐园“嘻哈街舞电音秀”、深圳世界之窗“音浪狂欢夜”、深圳欢乐港湾“AOA光影幻境艺术嘉年华”等一系列节庆,让游客的生活“越夜越精彩”。

“康养休闲季”将携手广大游客回归自然,静享清欢。深圳东部华侨城“健康体验节”、汕尾陆河华侨城·螺溪谷“客家康养休闲游”、宁波欢乐滨海“滨海露营”、昆明阳宗海旅游度假区“体育嘉年华”……让大自然的蓬勃生机焕新游客的身心。

“国风艺术季”将以多元化的体验让游客感受中华文化的源远流长和艺术创意的万千精彩。从2021云南巍山国际火把节、深圳甘坑客家小镇的“国风游园季”、成都洛带古镇的“客家水龙文化节”、广元剑门关的“剑门蜀道国潮艺术节”,到OCAT当代艺术中心、光明文化艺术中心、天津华侨城美亚创意文化园等丰富的文化创意和艺术活动,游客的思绪将在历史的长河、艺术的殿堂中尽情徜徉。

“美食潮玩季”将“打包”深圳大鹏所城文化旅游区首届美食展、海南龙沐湾“三大美食之都巡回美食节”、欢乐谷“街头艺术节”、禄丰世界恐龙谷旅游区“有胆你就来 侏罗纪街头秀”等丰富的特色主题活动,牢牢抓住你的味蕾和心,一起向欢乐冲刺。

资源整合 促进大众旅游多元精彩

作为国内由单一企业举办的规模较大的文化旅游节庆,华侨城文化旅游节将多有机整合分散在全国各个区域的项目、业态等,以“华侨城”进行品牌统揽,为丰富产品结构、创新产品供给、扩大节庆影响提供支撑,从而满足消费者多元化、多层次的需求。

从项目整合上来说,华侨城充分利用旗下百余家企业的优质资源,在节庆期间推出近百种区域性花橙定制旅游产品及优惠套餐,将规模优势转化为规模效益,为惠民力度留出足够空间。以本届节庆活动为例,华侨城旗下欢乐谷集团整合其在西南地区的两大热门主题公园——成都欢乐谷和重庆欢乐谷,推出“成渝欢乐卡”,为区域内欢乐谷“谷粉”带来了“一卡两玩”的新体验;西部集团则精选获得“2020年度乡村田园类优质体验景区”的黄龙溪欢乐田园联合锦绣安仁奇境花园打造“成都·田园乐游卡”,让成都及周边地区游客有了田园休闲的好去处。这些产品,让消费者在享受优质服务之余,也实实在在获得了由规模效益转化而来的价格优惠。

从业态整合来说,华侨城基于旗下美丽乡村、特色小镇、艺术生态、旅游度假、云南全域旅游、主题节庆、



成都欢乐谷

自然名胜、文化演艺、主题酒店、主题公园等10余类核心业态,突出“拳头”单品,进行迭代升级,在今年推出了“城市度假季、电音狂欢季、康养休闲季、国风艺术季、美食潮玩季”五大专题体验,有效满足了多样化的市场需求。通过项目、业态的整合,这一节庆模式也打通了“吃住行游购娱”全产业链要素,带动关联产业协同发展。

在资源整合的基础上,华侨城文化旅游节紧扣市

场需求,持续扩大创新供给。以近年来消费需求日盛的乡村旅游、城市微度假为例,2021华侨城文化旅游节期间,华侨城旗下多个美丽乡村项目推出了一系列特色体验活动,如广元双旗美村的乡村电音节、汕尾陆河华侨城·螺溪谷的田园丰收节等,将为游客的田园休闲提供丰富选择;襄阳华侨城奇幻度假区、深圳西涌滨海旅游度假区、泰州华侨城国际颐养小镇等,将结合地方特色为游客打造“吃住行游购娱”一体化的度假体验。此外,西安欢乐谷玛雅海滩水公园、深圳欢乐港湾“湾区之声”演艺中心、大理变压机厂派对式沉浸式戏剧《幻境2099》等一系列新项目、新产品也将在节庆期间陆续面市。

新时代的大众旅游,既要保证高质量、多元化产品供给,也要保障旅游的普遍性、普惠性。华侨城文化旅游节坚持社会效益与经济效益相统一,发扬公益精神、承担社会责任。今年,在华侨城开展“我为群众办实事”、推进“四惠”专项行动之“优质服务惠游客”的部署下,华侨城旗下各旅游企业将在节庆举办期间,为特定人群定制体验和优惠福利,与人民群众共享旅游发展成果。

技术聚合 助力智慧旅游创新发展

以数字化、网络化、智能化为典型特征的智慧旅游,已经成为旅游业高质量发展的新动能。近年来,在“数字华侨城”的战略引领下,华侨城大力推进主营业务数字化转型,通过打造覆盖面广的数字化营销体系,以提高供求匹配效率和营销触达率;建设智能化水平高的运营管理体系,以保障品质旅游体验;丰富互动体验性强的数字产品体系,以激发市场消费潜力,从而释放旅游在社会经济中的动能,促进文化和旅游真融合、深融合。而华侨城文化旅游节作为华侨城智慧旅游的创新高地和实践要地,正逐渐发挥着风向标作用。

6月19日,华侨城发布官方App“花小橙”。“花小橙”是华侨城数字化旅游体验平台,将为游客提供覆盖出游全周期、全场景的服务。“华侨城集团数字化发展部总经理李涛介绍,该平台将协同华侨城官方电商平台“花橙旅游”,帮助华侨城与消费者实现高频互动,建立更深层次的链接,推动华侨城数字营销体系进阶。2020华侨城文化旅游节期间,“花橙旅游”作为线上营销主阵地,通过跨界合作、精准投放、深化会员运营等方式进行创新营销,带动产品、品牌强势曝光和销售直接转化,线上销售额较2019年同期实现大幅增长。高效精准的营销正是得益于“花橙旅游”对华侨城旗下景区数据的统一管理和及时整合。

数字经济时代,数据无疑是宝贵的“能源”。华侨城深耕文化和旅游行业多年、管理运营的景区遍布全国,积累了丰富的旅游数据,也是国内较早将数字化技术应用于旅游业务的企业。2013年,华侨城启动旅游业务线上营销管理平台建设,并于2019年正式上线智慧眼大数据平台,推动华侨城旅游业务管理平台臻于完善。在疫情防控常态化背景下,华侨城智能化运营管理体系通过整合内外部各类旅游数据,实现了产业运行全域监测、旅游预警预测分析和景区运行管理、业务协同发展,保障了游客的体验质量、提升了景区的运营效能。

此外,华侨城基于旅游大数据平台创新研发的“中国旅游景区欢乐指数(THI)”目前监测的旅游景区样本达4000多家。“欢乐指数”通过监测数据洞悉景区发展新趋势、新特征和游客新需求,并以月报、年报、专报等形式,向社会各界提供专业研究成果,为大众出游决策提供参考,为企业制定产品和营销策略提供依据。

华侨城集团旅游研究院院长张树民表示,华侨城文化旅游节持续关注新形势下广大旅游者的需求变化。今年节庆期间推出的一系列深化体验、凸显特色的花橙定制化旅游产品,正是借助大数据实现供需动态适配的结果。



深圳大鹏所城文化旅游区



西安玛雅海滩水公园