

景区数字化 面向未来塑造核心竞争力

□ 曹燕

上海市文化和旅游局按照《上海市全面推进城市数字化转型的实施意见》的有关要求,开展首批上海市数字景区评选工作,21家单位日前成为首批上海市数字景区。数字景区、智慧旅游一直都是文旅行业的热门话题,景区近年来全面推进数字化转型,紧紧围绕人民群众对美好生活的需求,面向未来塑造可持续发展的核心竞争力。

游客体验是试金石

“如果让我在心里打分,上海科技馆在我去过的科技馆中排名靠前,有各种互动体验,赏心悦目、寓教于乐,带着四五岁孩子在这里待半天,他也不觉得枯燥。”嘉兴游客小多特地将上海科技馆列为上海旅游打卡项。

如果说,上海科技馆位列首批上海市数字景区是题中之义,中共二大会址纪念馆、中共四大纪念馆等红色旅游景点进入数字景区名单则显示了科技赋能的力量。

中共二大会址纪念馆展陈运用沉浸式影片、历史图文、实景还原等手段,还原了当年开会的场景。据了解,12位历史人物的背景展墙使用了双层夹胶通电玻璃,通过电源控制来调节通电玻璃透明度。不仅增强了展厅的通透感。展厅外的阳光长廊以及石库门风貌完整呈现在游客面前,营造出历史与现实交织的沉浸体验。

数字景区和智慧景区到底有什么区别呢?此次上海市数字景区评选标准提出,数字景区是综合运用物联网、大数据、云计算、人工智能等现代信息技术,建立有效统一的管理、服务、营销等信息系统,实现旅游要素

数字化、运营管理智慧化、旅游服务个性化,以提升景区游客体验和满意度,实现可持续发展的一类景区。

北京联合大学特聘教授张凌云认为:“数字景区和智慧景区都是指景区信息化建设。数字化是智慧化的基础,智慧化是数字化发展的高级阶段,和城市的智慧治理密切相关,是个系统工程。”

游客体验是数字景区发展的试金石。张凌云说:“无论技术怎么发展,对于景区数字化而言,最重要的是了解和关注游客需求,最大程度开发和满足游客的潜在需求,重视游客的感受,增加和延长价值链,增强游客的旅游体验。”

数字经济丰富了旅游景观

北京交通大学现代旅游研究院院长张辉认为,数字文旅的发展,从产业层面而言,既包括数字产业化,又包括产业数字化。

景区数字化也包括数字产业经济催生的景观,之前杭州推出的“数字经济旅游十景”成为与自然景观、人文景观并列的数字景观类型,纳入杭州会奖旅游产品体系,常态化、市场化向商务和研学游客预约开放。在西湖十景的基础上,发展“杭式产业”新十景,既有国际范,又有杭州味道。

“数字经济旅游十景”之一的云栖小镇,不仅是数字产业集聚地,也是中国平台经济发展的见证者,这个被称为“杭州硅谷”的小镇成为数字旅游新场景,目前已通过4A级旅游景区资质评估。作为创新的试验场,游客在云栖小镇可以实地体验刷脸入园、无人超市等便捷服务,还能一窥杭州“城市大脑”运转的密码。

杭州市文化广电旅游局相关负责人表示,杭州“数字经济旅游十景”是“数字经济”与“文化旅游”碰撞融合的

一次全新尝试,不仅丰富了旅游场景,还推动了数字经济外向发展,实现了两大行业深度融合发展。

在张辉看来,数字景区的发展,需要结合网络直播、短视频、平台电商等在线新经济,开发旅游直播、旅游带货等线上内容生产新模式,支持VR、AR、MR、5G+4K/8K超高清、全息互动投影、无人机等技术在文旅领域的应用,丰富虚拟体验内容,开发旅游演艺、光影艺术沉浸式体验展等体验项目。

总之,从产业发展的层面,需要推动数字文旅产业与新型制造业、消费品工业、智慧农业、现代服务业等融合发展,形成更具体验感和现代感的景观。

落实“以人为本”理念

从一开始的景区铺设无线网,到门票预约,再到博物馆等景区的数字化保护和数字呈现,游客切身感受到了数字景区发展过程中一点一滴的进步。

景区业者普遍认为,从景区管理的角度而言,数字景区建设,使游客获得更简单、更便捷的服务体验,同时,游客投诉解决时间大大缩短,提升了游客满意度。

另外,景区旅游大数据平台建设的优势也体现在信息发布、实时数据统计、旅游电子商务、旅游预测预警等方面。景区可以利用大数据,根据实时监控的人流、车流数据进行指挥调度,实现景区设施资源的前置性配置,综合协调各类资源可以避免产能过剩或不足的情况产生。

每个景区的情况不同,对于中小景区而言,智慧旅游是一个因地制宜的渐进过程。需要根据景区的具体需求和实际情况选择实用可行的信息化技术及软硬件产品。

当数字技术融入游前、游中、游后各个消费场景,围绕游客多元化和个性化需求,景区对内容的挖掘和表达成为重点。长城文创(北京)文化有限公司负责人林美玲提到:“特别是Z世代消费者对颜值、品质、社群的追求,倒逼目的地和景区深度挖掘特色文化,旅游产品的呈现方式更加多元、创新。”

武汉市黄鹤楼公园管理处营销科科长王红念认为:“传统景区最容易犯的错误就是,仅仅站在景区管理者的立场管理游客和景区。数字化时代,景区应换位思考,从游客看待景区的角度出发提升景区体验。这也是一种用户思维的转变。”

近年来,黄鹤楼景区的诗词3D课堂、黄鹤楼公园定制研学课堂都是真正走到游客身边收获的创意,并运用于实践。从结果看,游客也会把创新产品的体验惊喜分享出去,形成了很好的传播效应。

当前,数字化的速度与技术迭代非常快,数字景区智慧旅游的发展也是一个持续渐进的过程。最近,很多文旅从业者都感受到了元宇宙概念的火爆,也希望元宇宙能够与文旅产业能够进行深度嫁接。

“我想我们大多数文旅从业者面对元宇宙概念的火热,兴奋、好奇、质疑都有,但是谁也不想错过这个风口。”林美玲认为,景区数字化,需要着眼于技术迭代与深层次消费需求。就景区文创产品的开发而言,数字化生产方式还是要落实到景区的IP打造及其衍生品研发上。

在现实层面,数字技术可以使门票、文创商品与数字藏品联姻,吸引潜在游客和二次消费,将来,数字藏品的文化价值也许不会局限于小小的屏幕。关键的一点是,林美玲说:“景区数字文创产品还是要看内容有料,坚持以人为本。”

景都一样迷人。八大关拥有20多个国家风格的建筑,是人们最钟爱的拍照背景。四季流转,美景不断,春天韶光路的碧桃、夏天正阳关路的紫薇、秋天居庸关路的银杏;龙江路两侧的矮墙上,龙猫、哆啦A梦等主题漫画墙随处可见;各式各样的咖啡店、杂货铺充满了文艺范儿……平和与从容的城市气质让人们沉醉其中。

小麦岛、石老人山洞、纺织谷、象耳山公园、海尔家电博物馆彩虹天台、天主教堂……青岛众多非景区却又独特的地点被挖掘、“再发现”,成为主客共享的新空间。

2021年,围绕全域旅游营销,青岛市评选出50处“城市新地标和网红打卡地”。如何在众多网红城市中脱颖而出?一位青岛旅游从业者认为,必须把青岛更多具有网红气质、爆款潜质的景点挖掘出来,并提炼出适合传播的标签。这些标签会使青岛的文旅形象更加立体化,在传播过程中更容易打动人,勾起人们打的好奇心和来旅游的愿望。

将城市整体打造为旅游目的地、实现主客共享是青岛市旅游发展始终坚持的理念。青岛市文化和旅游局市场推广处处长邹希平说:“‘十四五’时期,青岛将继续坚持‘城市即旅游’的发展理念,以加快文旅产业深度融合为目标,推动景区、社区、园区一体化融合发展,打造旅游+青岛模式,提升城市旅游核心竞争力。”



游客在喀纳斯景区体验跳雪

新疆冰雪旅游热

农牧民冬闲不再“闲”

□ 王思超 文/摄

走进冬天的喀纳斯景区,仿佛走进了童话世界。夜幕降临,景区内的哈纳斯村、贾登峪等景点灯火通明,游客品尝美食、赏雪雕,一派热闹景象;在蓝天映衬下的赛里木湖景区,游客既可以体验滑雪的刺激,也可以感受泡温泉的暖心;在乌什县泉域星空国际滑雪场周边,农家乐热气腾腾,游客暖在心头。

新疆各地以滑雪场和冬季特色景区为中心,大力发展“冰雪+旅游”“冰雪+体育”等“冰雪+”产业,游客沉浸于冰雪带来的欢乐,农牧民的腰包也鼓了起来。

这个冬季,喀纳斯景区从美化亮化景区入手,倾力打造“夜经济”,在最近开园的创意雪雕园,游客赏雪雕、拍美景,在雪屋吃火锅,在篝火旁载歌载舞,为寒冷的季节增添了别样的温暖。

在以“跳雪”著称的禾木村,游客感受着从车顶顶雪的快感。“这里的雪很厚,松软,人从高处跳下去,就藏在雪里不见了,这种体验非常新鲜刺激。”这是游客尚红义的感受。

在喀纳斯景区,游客还可以坐爬犁、滑雪,看当地人脚踏马皮滑雪板演绎古老的毛皮滑雪技艺。

当地牧民努尔布拉提说:“最近一段时间,他家的马拉爬犁往返跑了10余趟,一趟就是200元的收入。有的游客一住下来就是好几天,留下我的电话随时联系我用爬犁。”

喀纳斯景区管委会旅游局局长徐智介绍,入冬以来,景区面向全国游客免门票,游客量不少,冬季营业的喀纳斯民宿也多了起来。另外,自驾游同比上年增长了不少。

在温泉县举办的博尔塔拉蒙古自治州冰雪嘉年华活动中,雪上拔河、押加(一种蒙古族体育项目)、雪地卡丁车、雪地摩托车、单板滑雪让千余名游客感受到了冰雪文化的丰富内涵和冰雪户外运动的精彩。

“温泉县的冬季旅游有温泉,也有冰雪,这几年来游客越来越多,改变了我们过去的冬闲,现在忙起来脚不沾地。我今年还扩大了经营,聘请了两个服务员,忙的时候人手还不够用。”扎勒木特乡博格达尔村海利农家乐负责人蒋德龙说。

赛马、摔跤、姑娘追……民俗表

演让冰天雪地充满了节日氛围。日前,在赛里木湖景区举办的首届冬季那达慕大会上,除了传统竞技比赛项目,还有精彩的非物质文化遗产表演、民俗表演,以及卡丁车、雪地摩托等冰雪娱乐项目。

“近年来,景区大力发展冰雪旅游,提振消费。通过举办赛事、节庆活动提升景区影响力,推动冬季旅游发展,实现一季游到四季游。”赛里木湖风景名胜区管委会负责人介绍,景区以“蓝冰”等冰雪奇景为主打品牌,在引进滑雪场的基础上开发雪地摩托、马拉爬犁等70多种冬季游项目,丰富了冬游赛湖的产品,让游客留得住、玩得好。

位于阿克苏地区乌什县的泉域星空国际滑雪场从开滑以来,游客就络绎不绝。附近奥特贝希乡阿拉萨依村的村民买买提·吐尔逊在这里工作已经两年,妻子则来古丽·居马克在游客服务大厅里忙前忙后。

然而在3年前,泉域星空国际滑雪场还是一片渺无人烟的戈壁滩,阿拉萨依村的村民进入冬天就“猫冬”。2020年春节期间,在阿克苏务工的买买提夫妇休假回家,看到家门口新修了公路,家家户户房屋粉刷一新,外墙还画上了冰雪主题壁画。去村委会一问才知道过去村里的一处戈壁滩现在建起了滑雪场,发展起了冰雪旅游,他就和妻子去滑雪场找到了工作。

阿拉萨依村党支部书记吐尔逊·卡马力感慨地说:“滑雪场项目建成运行后,给村里很多人提供了就业创业机会,人均收入达3000多元一个月,冰天雪地已经成为带动村民增收致富的金山银山。”

新疆冰雪资源得天独厚,雪季长达四五个,冰雪文化深厚。近年来,新疆多措并举推动冰雪经济高质量发展,紧抓北京冬奥会举办的契机,助力“三亿人上冰雪”。

“一个滑雪场的带动效应显著,最重要的就是促进附近农牧民就业,除了到滑雪场工作,也可以自己开设农家乐和民宿。目前,新疆正在打造世界级的冰雪产业,联合吉林省打好冰雪旅游牌,我们还有冬捕、温泉、滑雪、休闲度假等很多冬季旅游产品,让更多游客有的玩,也会带动更多的农牧民腰包鼓起来。”新疆维吾尔自治区文化和旅游厅党组书记、副厅长侯汉敏说。

小麦岛变身网红打卡地——

青岛“再发现”更多主客共享新空间

□ 本报记者 肖相波

如果你问一位青岛市民,青岛哪里的日落最美?估计他会向你推荐小麦岛。位于青岛市崂山区的小麦岛已成为炙手可热的网红打卡地,在短视频平台上搜索小麦岛公园,系统显示其位列青岛市公园广场人气榜第二名,仅次于五四广场。用户发布的打卡视频内容丰富,标记“想去”的人数更是高达53.7万人,“适合拍照”“景色美”“不踩雷”的推荐理由让人心动。

“绿宝石”颜值提升

小麦岛不大,占地面积约15.71公顷,夏天的时候风景如画,宛如海岸线上一枚未经雕琢的“绿宝石”。站在小麦岛上,西可观市景,南可观礁石大海,东可观峭山,是名副其实的“城市后花园”。

小麦岛原属大麦岛村,始建于明朝永乐年间,至今已有600多年的历史。在20世纪70年代,小麦岛还是一个小渔村。为了迎接2008年奥运会,大麦岛村进行了拆迁,而小麦岛后来成了无人居住的荒岛,“沉睡”

多年。

2017年,原青岛市城乡建设委员会发布《青岛市“十三五”城市园林绿化建设规划》,提出持续对小麦岛进行生态修复,小麦岛“颜值”不断提升,青岛海岸上上的这枚“绿宝石”也逐渐成为服务于市民休闲健身的开放性生态绿岛。

崂山区城市管理局工作人员曲友介绍,作为滨海旅游步行系统中的重要节点,小麦岛修复工程在尊重原有地形地貌、植被的基础上,以“蓝”色的海洋为背景,以绿色的植物群落为基底,着重开展生态修复及海绵绿地建设,合理组织路网,完善功能分区,构建林中活动场地,修建环岛木栈道。

在社交媒体走红

随着岛上生态环境的好转,小麦岛的美景逐渐被市民和游客发现。与此同时,青岛文化和旅游等相关部门也将其纳入旅游宣传推介的范围,进一步扩大了小麦岛的知名度和影响力。

如果说小麦岛的自身优势是成为网红打卡地的内核,那么社交媒体平

台便为小麦岛的走红插上了腾飞的翅膀。

来自青岛大学的摄影博主三味苦橙说,她在小麦岛拍摄的一组美图上传到微博后,获得高达6万的阅读量,网友在评论区纷纷表示以后一定要来青岛找她拍照。“我至少带过五组客人来小麦岛拍照,在小麦岛出片率很高,不只是我这种玩摄影的能拍得好看,很多人随手一拍,就是一组绝美大片。”

小麦岛优美的景色也吸引了众多剧组取景拍摄,带动了一大批粉丝跟随明星们到小麦岛打卡。“路人”成为小麦岛的粉丝,粉丝成为小麦岛美景的传播者,传播者又不断吸引游客前来打卡,小麦岛逐渐成为青岛“网红”。

景区社区园区一体化

近年来,青岛市持续推动全域旅游高质量发展,崂山区成功入选首批国家全域旅游示范区。包括小麦岛在内的诸多城市公共区域,持续进行品质提升。

在青岛,大学路、鱼山路,向左走、向右走,兜兜转转,不管选哪条路,风

“联”出新动能 “产”出新效益 ——建德李家镇成立“浙李共富”联盟体



1月12日上午,由浙江建德市政府、杭州市第六帮扶集团、杭州市城乡区域统筹发展第二区协作联络组主办的“浙李共富”联盟体成立仪式暨“江南第一榨”开榨节在建德市李家镇举办。本次活动设有农业产业扶持政策解读、“浙李共富”联盟体成立、共富项目发布、品牌形象亮相、油坊开榨等主要环节。

活动现场,李家镇“浙李共富”联盟体宣布成立,由李家镇事业综合服务中心和10个行政村共同组建,通过实施规模化土地流转,大力发展黄精、玉竹等中药材套种的林下经济模式,鼓励低收入农户以土地入股集体,由公司统一种植、统一管理、统一销售、统一分红。

活动当天,李家镇乡贤代表与“浙李共富”联盟体签订了扶持协议,为联盟体注入扶持资金。此外,现场还发布了“万亩林千户富”林下经济项目、遥岭古道提升和麒麟山越野基地建设等共富项目,李家镇品牌形象也全亮相,为文旅融合发展增添新活力。

李家镇坚持“党建引领、组团发展、政企帮带、产业共创、联盟共赢”,通过成立斐济果、中药材等产业党建

联盟,乡贤人才回归设立共富基金,实施共富项目,共同助推产业发展、人才培养、文化振兴,帮助李家镇百姓走向共同富裕。“这一创新举措既能够把当地百姓发动起来,也为返乡创客打造了创业‘摇篮’。”建德市樵夫农业发展有限公司负责人黄华龙说。

近年来,李家镇大力推进中药材等林下经济规模化种植,探索形成“林上摘果、林中养蜂、林下采药、林间旅游”的立体复合发展模式,实现林地效益最大化,引领带动村集体经济发展壮大和百姓持续稳定增收。目前,全镇油茶面积1.7万亩,油茶专业合作社、山茶油生产企业9家,年产值达2200万元,带动种植户每年亩均增收2000元。培育壮大中药材基地52家,带动500余户农户从事中药材行业,年



销售额达2100余万元。“近年来,我们持续加大生态环境整治,高标准实施美丽城镇等系列创建,努力把‘绿水青山’变为‘金山银山’。”李家镇相关工作人员表示。

今后,李家镇将充分发挥人大制度优势,统一战线的作用等,凝聚高质量发展强大合力,做强做优“浙李共富”联盟体,拓展壮大共富基金,积极创新共富机制,为全省提供共富案例,争当浙西山区乡镇共同富裕排头兵。