

网红景区再陷舆论风波——

茶卡盐湖怎么了？



茶卡盐湖 本报记者 陈晨 摄

被誉为“中国的天空之镜”的茶卡盐湖，位于青海省海西蒙古族藏族自治州乌兰县茶卡镇。短短几年，茶卡盐湖变身网红景区，成为游客到青海旅游的必到景点之一。爆火带来流量，也给景区服务管理提出了考验，两个盐湖景区、旅游环保观光车等问题引发公众质疑……日前，茶卡盐湖景区保护利用管理委员会发布通告，茶卡盐湖景区自7月12日起，取消旅游环保观光车30元乘车费用。

□ 曹燕

“走进盐湖，湖面犹如一面镜子，从青海的天空中飘落，落在茶卡，湖如镜，镜是湖。蓝天、白云、雪山、倒影，纯净地交织如同一场梦境。”这段留在网络上对茶卡盐湖诗意的描述，勾勒出无数人向往的“诗和远方”。

但从去年5月到今年7月初，游客自驾前往青海茶卡盐湖景区时，都会被拦在景区外的游客集散中心，需要乘坐票价30元的旅游环保观光车前往景区。

社交平台上，多位游客发布的短视频内容显示，茶卡盐湖景区游客集散中心距离景区正门5公里，而景区正门前，是空旷的停车场。并且，景区正门距离核心景点还需要步行几十分钟到达，游客需要再购买小火车车票，才能到达盐湖核心景观。另外，景区

在本次观光车舆论风波中，茶卡盐湖景区保护利用管理委员会及两家景区先后发布声明。两家景区的声明中提到，茶卡旅游集散中心的投资建设、运营管理与两家景区无关。

“一般游客都是来看最有名的‘天空之镜’，游览时间大概3—4个小时，去‘天空壹号’的游客比较少。”青藏国际旅行社温泉分社负责人马生源说。

“去年5月之前，游客来茶卡盐湖，不用坐30元的旅游环保观光车。”马生源说，茶卡游客集散中心于去年5月1日正式启用，开始收取旅游环保观光车费用。

据当地媒体报道，茶卡游客集散中心投资3.2亿元。整个服务中心集景区售票、旅游接待、宣传推介、旅游咨询与投诉、导游服务、集散换乘、餐饮购物等功能于一体。乌兰县文体旅游广电局工作人员近

“我去年7月去的茶卡盐湖，天气不好，没看到‘天空之镜’，只看到白茫茫一片。”中国策划研究院旅游分院常务副院长孙震说，欣赏茶卡盐湖的美需要讲究“天时、地利、人和”——不同时间、不同气候，人们的体验会截然不同；艳阳高照，镜面般的湖水反射出蓝天白云，人站在湖边，如同站在了天地的尽头；反之，天地一片灰色，拍出的照片呆滞，缺乏色彩层次。

“茶卡盐湖属于典型的网红景区。在新媒体时代，游客往往会因为一幅图画，游览一个景区。”刘杰武说，景区在短视频传播内容上的画面感、代入感、新奇感、个性感、认同感，吻合了游客个性化的出游方式和情感式表达。

据新华社报道，2012年以前，茶卡盐湖因盛产大青盐而闻名。旅游业总

江西武功山景区开启第十五届帐篷季——

高山草甸露营 绿茵场上过“足”瘾

□ 谢凌阳 本报记者 周晨

长传、斜传、射门，场上运动员配合默契，场外顿时一片欢呼声、呐喊声，响彻上空，海拔1600多米的高山足球场上气氛热烈。近日，在江西武功山景区第十五届帐篷季开启，草甸星空户外营地变身足球场，给广大游客带来全新的休闲度假体验。

“之前听说过武功山帐篷季，就选在周末过来体验。刚看到精彩的高山足球赛，我觉得蛮有意思，很新颖。”正

这次是观光车引发关注

小火车速度慢、排队长等问题，也受到很多游客质疑。

舆论压力之下，7月11日，茶卡盐湖景区保护利用管理委员会发布通告称，自7月12日起取消茶卡游客集散中心旅游环保观光车30元乘车费用，最大限度让利于广大游客。同时，进入茶卡盐湖的17座以上旅游大巴车通过茶卡旅游集散中心直接进入景区停车场。17座以下游客车辆继续停放茶卡旅游集散中心停车场，免费乘坐旅游环保观光车快速进入景区。

这并不是茶卡盐湖第一次被置于舆论风波之中。早在2016年，茶卡盐

湖爆火，这个出名不久的景区因为堵车、人多、体验差被推到风口浪尖。青海省政协委员王小梅就提出，通过透视茶卡盐湖游客“井喷式”涌入，应正视景区开发的短板和盲点，提升服务接待水平，创新产品。

去年五一假期，“茶卡盐湖景区回应卖两次门票”的消息也冲上热搜。为什么卖两次门票？茶卡盐湖有两个景区，一个是在游客打卡最多的茶卡盐湖景区，也就是“中国的天空之镜”所指，于2015年10月开始建设，2016年6月1日建成并投入运营。运营主体为青海茶卡盐湖文化旅游发展股份有限公司。

三方声明折射景区痛点

日向媒体解释，茶卡盐湖旅游旺季在每年的6—10月，一到旺季景区外堵车十分严重。游客集散中心启用后，游客统一从集散中心进入，然后通过新能源摆渡车将游客分送至两个景区。

但是，集散中心启用后，游客质疑不断。其中的关键点是，集散中心距离景区正门太远，是否就是为了收取旅游环保观光车的费用？

“在各地景区免门票的大环境下，交通收入成为提升景区收入的重要途径，也难免会有一些景区在交通基础设施建设上不够周密，没有充分对接真实需求，另外，有的景区也面临建设成本、资金回流等多方压力。”南开大学现代旅游发展省部共建协同创新中心主任石培华

认为，茶卡盐湖旅游环保观光车出现的问题，在很多景区都存在。

深圳大学旅游与新业态发展研究中心研究员刘杰武认为，茶卡盐湖经常处于舆论风波中心，也可以将其放在西部游的大背景中认识。茶卡盐湖爆红，在“西宁—青海湖—茶卡盐湖—格尔木—敦煌”旅游环线中扮演重要角色，但茶卡盐湖并没有摆脱观光型景区的窠臼。西部旅游淡、旺季明显，游客来到茶卡盐湖主要是为了拍照，停留时间短，这对景区运营管理提出了极高的要求。另一方面，观光游为主的市场，也让景区产品创新动力不足，这是西部景区存在的普遍问题。

游客在茶卡盐湖，会有哪些消费？马生源提到，茶卡盐湖景区门票

问题背后的破解之路

体发展缓慢、规模较小，2012年游客仅5.42万人次。2013年，一条题为“何必去玻利维亚，这里的天空之镜美到哭”的微博在网上引起关注，茶卡盐湖爆红，而后陆续被网友评为“人生必去的地方之一”“中国最美星空之一”。政府和企业看到了旅游开发的机遇。

2015年，“茶卡盐湖—天空之镜”旅游品牌开始打造。

在马生源的印象里，茶卡盐湖真正的爆火在2018年，随着微信、抖音等自媒体迅速兴起，茶卡盐湖的空中画面在社交媒体上赚足流量。也是在这一年的暑期，日游客数量超过4万人次，媒体曝光“茶卡盐湖变垃圾场，每天清理12吨垃圾”。由于

在路边观看球赛的湖南游客肖杰说，这次特意和朋友自驾过来参加帐篷季主题活动，身为球迷的他们，足球赛是旅途中意外的惊喜。

从2007年以来，武功山景区已连续15年举办帐篷季活动，形成了良好的品牌效应。本届帐篷季结合了前几届的活动经验并有所创新，加入了时下流行的微信摇一摇，将全民健身、脑力活动、足球运动、烟花表演等融合进来，增强互动性，给广大游客带来耳目一新的户外体验。

盐湖中含有大量结晶盐花，不少游客在景区门口买一次性鞋套进湖拍照。穿过的鞋套遍地都是，既破坏了景区的环境，也加重了景区环卫工人的工作负担。据了解，如今，游客需要在景区服务中心租鞋套，一定程度上缓解了景区卫生难题。

孙震提到，网红景区出现“照骗”的情况，非常普遍，因为画面呈现的是滤镜下的景观。6月—10月是茶卡盐湖的旅游旺季，游客蜂拥而至，而拍摄自媒体迅速兴起，营造出现实与滤镜下的景观。两相矛盾，由此，网上一度出现对茶卡盐湖的两极评价。

石培华认为：“‘网红’是非多’，网红景区也是如此，流量和曝光度的提

升让景区的缺陷和不足更加容易走入公众视野，加之游客对‘网红’的预期往往很高，问题的暴露让游客心理落差感很强，舆论反弹的声音也越大。关注度是网红景区的特点之一。”

网红景区如何保持长红？在马生源看来，茶卡盐湖、察尔汗盐湖、东台吉乃尔湖、大柴旦翡翠湖等，都是高原盐湖，具有同类性质。“盐湖类景区在旅游发展中一定要形成各自的特色。”景区只有保持产品的差异性，才能形成旅游吸引力。

石培华认为，以旅游引流，以综合产业获益，以全域旅游的思路推进综合性的产业发展是一条更具可持续性的道路。“茶卡盐湖处于西部高海拔地区，生态基础脆弱，国家公园的生态旅游模式是可以探索的方向。”刘杰武说。

子研学等众多精品旅游线路。

据了解，今年的帐篷季，“95后”和“00后”是出游主力军，特色精品民宿和户外野奢露营等产品受青睐。“今年订单大概从7、8月份开始就爆满，入住量上升20%、30%，部分特色民宿、精品酒店一房难求，不少游客需要提前预订才可以订到心仪的民宿。”武功山民宿协会负责人文凌说，在万龙山乡竹海槽下森林康养度假村，很多民宿都是客满状态，客人中大约有30%是包月的长租客。

武功山的夏天凉爽宜人，其独特的自然风光吸引了众多游客慕名前来避暑度假。据了解，6月以来，武功山主景区共接待游客40余万人次，旅游市场持续升温，并带动了周边乡村旅游的热度。

免门票效果显著——

青岛暑期游快速回暖

□ 郑茜曼 本报记者 肖相波

为提振经济发展，增强青岛旅游活力，经青岛市委市政府研究决定，自2022年6月1日起，青岛实施免门票政策。目前，免门票开放的景区运营平稳有序、秩序良好，游客量稳中有升。7月初，本报记者在青岛各旅游景区看到，游客踊跃预约，景区服务得到游客认可。

据统计，6月1日—30日期间，以青岛11家免门票国有景区游客接待量111.09万人次为基数测算，青岛旅游直接收入增长7.77亿元。免门票、文旅惠民、助企纾困等举措的精准推行，推动了青岛旅游经济发展，激发了青岛旅游市场活力。

免门票带来吸引力

“我在新闻中看到青岛景区免门票，就和朋友约着来玩。在青岛这几天，感觉免费预约非常好，免费游玩了青岛很多景点，并且，在许多景点公众号上就可以直接进行预约，非常方便。”来自潍坊的赵先生对免门票称赞不已。

暑期是出游旺季，和赵先生一样，很多外地游客纷纷选择到青岛游玩，感受岛城的魅力。青岛此次实行免门票的景区包括11家国有A级旅游景区，优惠持续到今年12月31日，涵盖暑期和国庆假期。这11家免费景点包括5A级旅游景区崂山风景区，还有青岛海底世界、青岛啤酒博物馆等高等级景区，这些也是游客来到青岛必打卡的目的地，此外还有大珠山风景名胜等。

家住北京朝阳的李华女士说：“全家曾多次到青岛避暑，每次都很快。记得往年崂山、青岛海底世界的门票在150元左右，青岛啤酒博物馆门票在60元左右，没想到今年都免费了，一家人玩下来能省1000多元呢。”

创新产品提升体验

青岛啤酒博物馆的建筑是百年前的老厂房，博物馆的建设巧妙地利用了啤酒厂的设备，富于历史韵味。博物馆将文化体验、娱乐、购物、餐饮融为一体，不断提升游客的互动体验感。

一直以来，青岛啤酒博物馆作为青岛特色知名景点，关注度较高。自6月1日免门票信息发布后，客流量增长明显。门票需要提前一天进行预约，每天几乎是满额预约。

在免门票基础上，青岛多个景区不断创新产品，让游客感受丰富多元的青岛文化魅力。青岛啤酒时尚文旅品牌推广经理金雨介绍，青岛啤酒博物馆近期推出沉浸式实景剧游《觉醒的酿造师》，将青岛历史和解迷相



青岛啤酒博物馆的实景剧游现场 郑茜曼 摄

“清凉夏爽·畅游晋中”旅游惠民活动启动

本报讯(王文华)近日，“清凉夏爽·畅游晋中”旅游惠民活动在晋中市榆社县云簇湖启动。本次活动主要向广大游客奉送“百千万”大礼包。

一是百条旅游线路。以晋商文化和红色太行、都市休闲三大品牌为引领，晋中市设计了清凉避暑、亲子娱乐、毕业旅行等十大主题100条旅游线路，有团体一日游、家庭两日游、度假三日游，有老年游、青年游、学生游，价格都有不同幅度的优惠。

二是千场舌尖盛宴。晋中市开发了一批集餐饮、零售、文化、娱乐等功能于一体的“货郎经济”集聚区，打造“晋中七点半·欢聚不夜城”美食品牌，预计活动期间，在榆次老城清虚阁广场，将有全国各地城市台湾地区的500多家老字号、特色小吃、非遗文创产品闪亮呈现。从现

在起到国庆节，晋中将为广大游客送上超过1000场次的舌尖美食，让夜晚亮起来，让人气聚起来。

三是万人新鲜体验。晋中市文化和旅游局联合全省30家旅行社，将组织50万人次的“晋中风光美·主播带你游”主题惠民体验团，主播将与游客互动交流，打出景区直播新玩法。从云竹湖出发，畅游平遥古城、乔家大院、介休绵山、张壁古堡、红崖峡谷、左权太行、和顺乡村、晋阳大寨等景区。开通线上线下报名通道，邀请游客畅游晋中。

四是亿元消费券。晋中市在前期发放4000万元汽车消费券的基础上，将继续发放6000万元商业零售和文旅消费券。通过行业联动、城乡互动、线上线下融合，进一步激发市场活力、释放消费潜力、加速市场回暖、促进消费增长，真正惠及百姓。