

借鉴国外经验 推动北京夜间经济高质量发展

夜间经济的发展,需要以文化为主导,以购物、餐饮、娱乐等为辅助,多业态共存,并通过延长夜间运营时间,形成良性互促的夜间经济发展氛围。

□ 吴丽云 阎芷欣 徐嘉阳

建设国际消费中心城市和全国文化中心,是北京市当前和未来一段时间经济社会高质量发展的重中之重。夜间经济是释放消费潜力、提升商业活跃度和国际知名度、彰显文化软实力的重要路径。伦敦市是全球夜间经济最为发达的城市之一,夜间经济发展为英国经济贡献了177亿至263亿英镑的总增加值(GVA),考虑到间接经济带动作用,其对英国经济总价值的贡献达到401亿英镑,其中包括150亿英镑的海外游客支出。同时,夜间经济发展有助于带动就业,伦敦市夜间经济发展带动了72.3万个直接就业岗位,占全部就业岗位的1/8,提供了126万个间接就业岗位。周末夜间地铁为伦敦市增加了2200个新工作岗位,且每年能增加7700万英镑的收益。2004年至2016年间,伦敦新增了超过10万个夜间工作岗位,现有超过70万人在伦敦的夜间经济体系中工作。同为国际化大都市和高纬度城市,伦敦夜间经济发展的成功经验可为北京夜间经济发展提供有益的借鉴。

一、设立促进夜间经济发展的专门机构,完善顶层设计

夜间经济发展涉及多个部门和行业,专门性促进机构和职位的设立,有助于整合多方力量,形成发展合力。伦敦市设立了四个夜间经济相关的专门性机构及职位:1.夜间委员会(Night Time Commission),负责对伦敦夜间经济的政策和做法进行审查,并通过专业研究报告等形式,为夜间经济发展提供政策建议。委员会成员由各领域的专业人士构成,包括地方议会议员、电台主持、剧院院长、公司CEO、协会主席等,涉及政府、商业、音乐、广播及酒店餐饮业等众多行业领域。2.夜间特使(Night Czar),由市长通过外部招聘程序任命,其职责是与夜间行业、地方当局、警察局、伦敦交通局和公众合作,使夜间场所顺利建设或开放,确保伦敦作为一个24小时

城市的繁荣发展。夜间特使还通过对居民、社区团体、企业、议员、夜间工作者和志愿者等的调研,不断改进工作。3.夜间区冠军网络(Night Time Borough Champions Network),由夜间特使担任主席,由伦敦各个区选派出的夜间经济领军人物组成,每季度由夜间特使召集会议,听取伦敦33个地方当局的建议,并由冠军们分享好的实践做法,为创建新的夜间活动提供建议。4.伦敦伙伴(London & Partners),用于伦敦夜间经济的营销活动。2019年,伦敦市长为伦敦伙伴提供了60万英镑的经费,用于组建商业改善区和伦敦景点联盟,向国内外宣传伦敦,重点是伦敦的24小时旅游服务,包括夜间文化、娱乐、食品、饮料和购物等。

夜间经济是北京市释放消费潜力、打造国际消费中心城市和全国文化中心的重要路径。机构设置是夜间经济发展的前提。建议从协调、区域经济、企业主体和营销四个维度深化北京市夜间经济发展的顶层设计,完善管理和执行机构。

一是深化掌灯人制度,构建与之相配合的北京市夜间经济协调小组,将夜间经济相关的部门(商务、交通、文旅、文物、市政、发改、宣传、公安、消防、城管等)、各区县主要负责人纳入协调小组成员中,以统筹资金、凝聚合力,形成促进北京夜间经济发展的系列制度和活动。

二是设立夜间CEO,由具有企业运营经验和政府工作经验的复合型管理者担任,夜间CEO作为掌灯人工作的有效补充,主要负责规划、指导、策划本市夜间经济系列活动,组织开展夜京城营销活动,打造夜京城品牌。

三是成立夜间经济协会,由各区夜间产品和服务提供企业和机构共同参与,主要承担三方面任务:共享企业和机构夜间经济打造的成功经验;梳理企业和机构夜间经济打造中面临的问题,以协会名义向夜间经济协调小组反馈;共同发起和组织规模化的夜间活动。

四是设立夜活组织,由夜间CEO担任发起人,由媒体、互联网企业、自媒体等组成,主要负责北京夜间经济的国内外营销宣传,夜间系列产品的宣传,并构建供需平台,不断夯实北京市作为国际消费中心城市和全国文化中心的地位。

二、设立夜间经济发展试点区,放大带动效应

为打造24小时城市,探索夜间经济发展的有效模式,伦敦市提出了夜间企业区(Night Time Enterprise Zones)发展模式。2019年9月,伦敦市长宣布沃尔瑟姆斯托为夜间企业区试点项目,并提供了7.5万英镑用于试运营,为期4个月。试运营期间,夜间企业区主要探索几个内容:1.为希望参与夜间活动的企业制作一份夜间运营指南。2.建立“晚营业基金”,支付企业延长夜间营业时间而产生的额外成本。3.众筹一份纸质和在线地图与活动清单。4.开展“夜间购物”活动,鼓励企业延长营业时间。该试点取得成功,证明了夜间企业区可以极大地激发商业街经济活力。以延长营业时间为例,参与计划的25家企业中有16家延长了营业时间,一晚举办了40场免费活动,使得客流增加了22%,64%的参与企业增加了新客户,90%的企业表示会再次参加类似活动。

为服务国际消费中心城市建设,建议北京市打造夜间经济消费试点区,在现有夜京城地标、商圈、生活圈、夜间文旅消费集聚区的基础上,选择1—3家夜间文旅消费集聚区进行试点打造,重点探索如何以夜间经济发展带动商圈和集聚区的发展,形成行之有效的经验推广到其他夜间经济集聚区。培育打造环球城市大道夜间经济消费试点区,创新打造五棵松夜间经济消费试点区和798夜间经济消费试点区,探索城区、郊区、成熟商圈和新建商圈以夜间经济带区域经济发展的新路径,形成成熟经验进行推广。掌灯人通过对夜间经济消费试点区的专属拨款为试点区提供实验

资金支持,夜间CEO具体指导夜间经济消费试点区的创新实验。

三、探索周末24小时地铁服务,优化夜间出行方式

夜间公共交通是夜间经济发展的基础。伦敦市于2016年8月推出周末夜间地铁服务,于周五、周六晚上提供24小时地铁服务。首期夜间地铁主要涉及中央线、维多利亚线、朱比利线、北部线、皮卡迪利线等线路,后来扩展到大都市线、环线、地区线和城市线。经过14个月的周末24小时运行,有890万人次使用了周末夜间地铁。夜间地铁为夜间上下班的员工和夜间休闲者提供了便利,为剧院、餐厅、现场演出、商场等夜间经济场所带来了直接经济效益。2017年夜间地铁为伦敦创造了1.9亿英镑的额外收入,支持了超过3900个工作岗位,预计在未来10年将为伦敦经济贡献15.4亿英镑的额外收入。同时,伦敦正引入“夜间乘客”票价,允许乘客在公共汽车、中央线、火车或有轨电车之间往返,以降低乘客夜间出行成本,最大化夜间交通效应。

夜间公共交通是夜间经济发展的重要前提和支撑。建议在北京无新增本地新冠肺炎患者的前提下,适时探索开展阶段性试点延长周末地铁运行时间至凌晨2点。是否全年周末运行可根据试运行期间的带动效应综合判断。首期地铁可考虑纳入1号线、2号线、4号线、5号线、10号线等,深夜地铁车次运营间隔可根据运营情况设定。对每晚夜间10点至次日2点执行深夜交通票价。

四、打造多业态并存的夜间经济互促模式,充分释放市场活力

夜间经济的发展,需要以文化为主导,以购物、餐饮、娱乐等为辅助,多业态共存,并通过延长夜间运营时间,形成良性互促的夜间经济发展氛围。伦敦在夜间经济发展中,重点采取了三大措施:1.充分发挥文化场所的夜间引领作用。绘制伦敦各地夜间文化场所地图,为伦敦市民和游客提供夜

□ 徐兵 沈丹 宋增文

浙江省宁波市鄞州区位于长三角核心区域的“金南翼”,集“江河湖海、山林田园、城乡禅商”等各类要素于一身,是宁波建设现代化滨海大都市的重要支撑,是宁波区的政治、经济、文化、金融、航运、会展、商务、科教中心。鄞州区位列全国综合实力百强区第四位、全国科技创新百强区第一位,是中国博物馆文化之乡、中国海丝文化之乡,有涉及8个主类、20个亚类的主要旅游资源700多处。独特的区位优势、突出的综合实力、丰富的旅游资源,为鄞州区全域旅游发展奠定了坚实的基础。

近年来,鄞州区高质量推进全域旅游发展,高水平打造休闲强区,取得明显成效。经验收评定,2022年4月初浙江省政府同意命名鄞州区为浙江省全域旅游示范区。这一成绩得益于鄞州区推进“拥江揽湖滨海”区域空间发展战略与旅游发展紧密结合,以东钱湖打造为龙头,构建以景区、景区

宁波鄞州的城乡一体全域旅游发展之路

镇、景区村和景区为核心的立体化发展体系,探索城乡一体全域旅游发展的特色路径。

一是紧密结合区域发展战略发展全域旅游。鄞州区全域旅游发展对接“拥江揽湖滨海”区域空间发展战略,结合自然山水和城乡空间布局特点,形成“拥江、揽湖、登山、滨海”四大旅游功能板块,分别打造海丝水都市休闲板块、世界名湖(东钱湖)旅游度假板块、山水生态运动休闲板块和魅力海岸滨海休闲板块,引导文化旅游项目差异化、特色化发展,城乡全域旅游发展得到全面推进。

二是精品景区(东钱湖)龙头带动。鄞州区在现有东钱湖国家级旅游度假区基础上,利用风景名胜和文化遗产资源,提升文化体验价值和高端旅游功能,打造世界名湖。通过活化文化、再现场景,丰富体验,着力塑造

世界级旅游品牌和形象、产品和活动,东钱湖成为旅游吸引物的龙头。而东钱湖核心区景区又辐射带动了全域旅游发展。东钱湖举办了国际划联首届龙舟世界杯、长三角城市龙舟联谊赛等活动,2021年底入选国家体育旅游示范基地。

三是城、镇、村“景区化”。鄞州区依托东部新城和南部新城等重点片区,建设了美丽甬江时尚东外滩、四明金融小镇等重点乡村旅游功能区,打造景区镇。结合美丽城镇的建设,打造了系列景区镇。依托下应街道湾底村、姜山镇走马塘村、东吴镇勤勇村、咸祥镇南头村、塘溪镇童夏家村等村庄,挖掘利用特色资源与历史文化,打造景区村,形成了景区城、景区镇、景区村和景区立体化的城乡旅游发展体系。目前东吴镇、横溪镇、咸祥镇已成为省4A级景区镇,

并已经成功创建90余处A级以上景区村。

四是与特色产业融合创新发展。鄞州区利用产业综合优势,不断加快旅游业与其他相关产业的融合发展,形成了工业旅游、农业旅游、体育旅游等系列融合产品。旅游与工业融合发展不断细化,朱金漆木雕艺术馆、徐艺仿古雕塑厂等一批省级工业旅游示范基地创建成功。旅游与农业融合发展持续强化,湾底村等一批景区村已成为鄞州区旅游发展的重点和乡村振兴的典型,鄞州区也已成为中国美丽乡村建设示范县(区)。旅游与体育融合发展效果突显,2022年度获评浙江首批体育现代化县,形成了系列品牌运动赛事,扩大了鄞州区在全国的知名度。

五是协同国土空间规划促进项目落地。鄞州区全域旅游发展及旅游项

目建设,与鄞州区国土空间规划编制工作紧密衔接,在满足生态保护红线、城镇开发边界、永久基本农田的管控要求基础上布局和打造旅游项目,对接开发边界内的可利用新增与存量用地,为全域旅游发展的旅游项目落地提供用地保障。目前全域旅游项目建设加速推进,凰山农旅体验区等文旅产业项目正加快落地建设。

六是旅游交通体系“串珠成链”。鄞州区围绕全域旅游发展目标,努力构建包括自驾风景道、骑行绿道、徒步步道、舟行水道、低空飞行线的旅游交通体系,并将特色旅游交通体验打造成为旅游吸引物,为游客营造“快行慢游”的旅行体验。目前已依托古道资源,整合步道、绿道和骑行道,打造形成了总长526公里的“千里云道”,促进了旅游景区、美丽乡村、休

闲公园、文博场馆和体育设施等众多文旅资源的“串珠成链”,带动了全域旅游发展。

成功创建浙江省全域旅游示范区后,鄞州区继续发力,致力于打造海丝(诗)路国际休闲强区、全国知名休闲度假旅游目的地和国家全域旅游示范区,为鄞州经济社会高质量发展注入文旅力量。浙江省正加紧建设“共同富裕示范区”,并提出了“全域大景区,全省大花园”的战略布局,鄞州区将以“共同富裕”作为全域旅游示范区建设的最终落脚点,通过塑造旅游精品,激发产业活力,以旅游赋能城乡一体化发展,进一步提升旅游品牌影响力,助力市民、市民共同富裕增收,推动旅游产业成为共同富裕中国特色社会主义制度优越性的重要载体,着力打造共同富裕的全域旅游鄞州样板。

(作者单位:浙江省宁波市鄞州区文化和广电旅游体育局,中国城市规划设计研究院)

□ 邹东瑞 王晨雨

“核心度假产品”是旅游度假吸引力的关键。由于我国旅游市场存在观光与度假需求并存、景区与度假区定位模糊等过渡期特征,很多市场主体和管理部门对度假产品的认识还在探索过程中,而有意识打造核心度假产品的度假区亦不多见。

近日新发布的国家标准《旅游度假区等级划分》(GB/T 26358—2022),旗帜鲜明地把“度假产品”作为整体进行重点要求,廓清了度假产品概念,设置了单独章节,建立了度假产品评价体系,可以说这是新版标准对原版标准的最大调整。新版标准重点引导对度假产品的两个认知转变。

一是从要素到整体的转变。新版标准新增了“度假产品”定义,指“供度假旅游者体验和消费的多样化设施设备、物品、项目和服务的总称”。这一定义将“设施设备、物品、项目和服务”等孤立要素整合到“供度假旅游者体验和消费”这一整体目标上来。从度假区管理者的视角看,上述要素往往是割裂的,因为各自分属于不同部门或主体;但对于游客而言,这些要素是

旅游度假区要树立“核心度假产品”意识

新版标准提出“核心度假产品”的初衷,是引导度假区差异化发展,突出主题特色。成功的核心度假产品应做到主题特、开发深、覆盖广、业态全、常更新。

一体的,共同构成了度假体验。新版标准引导度假区以度假产品的整体视角,将各要素围绕游客需求进行协同整合,让游客收获的体验感远大于单纯的设施或项目堆砌。

二是从“配套服务”到“度假产品”的转变。新版标准的“度假产品”章节分为通则、住宿、休闲娱乐活动、餐饮、购物五部分,明确了吃、住、购、娱等传统旅游配套服务作为重要度假产品的地位,引导度假区转变观念,不再将吃住作为配角,而是作为主角精心打造。“核心度假产品”是新版标准相对于原版标准新增的概念和要求,指旅游度假区内最具吸引力、主题突出、特色鲜明的高质量度假产品。根据这一概念,核心度假产品就是整个旅游度假区的核心吸引力。尽管在2010年发布的原版标准中没有提出这个概念,但在2015年发布的配套细则中,已经

出现了“主题产品体系”一节,其中要求了主题产品的规模、品质、体系化、精细化和地方特色。新版标准将这一思路延续下来。

提出核心度假产品的初衷是引导度假区差异化发展,突出主题特色。与观光资源类型的高度多样化不同,真正适合度假的资源大多集中在河湖、海洋、山地、气候、温泉、乡村等少数类别,因为其本质是人类生存最舒适的自然条件,这些条件对于全人类基本是共同的,可谓放之四海皆准。因此相对于观光景区,度假区存在更为普遍的同质化挑战。调查显示,全国旅游度假区中超过三成属于山林类,近三成属于河湖湿地类,一成为温泉类,这三类占全部度假区数量的近70%。度假区主体必须更加有意识地、更加积极有为地突出特色。而塑造特色的关键,就是打造核心度假产品。

核心度假产品的“核心”二字,在新版标准中体现在三个方面。一是要求度假区必须具备构建核心吸引力,新版标准提出“核心度假产品”这一概念,就是要引导旅游度假区首先解决核心吸引力的“有无”问题,正如定义中的描述,度假区应当首先检视自身是否具有“最具吸引力”“主题突出、特色鲜明”“高质量”的度假产品,这是旅游度假区成功立足市场的必要条件。二是要求核心度假产品要依托主题资源,国家级旅游度假区的核心度假产品“应与主要度假资源的开发利用相匹配,形成常态化、可持续的体验”,例如河湖度假区的核心度假产品应当充分利用河湖资源,温泉度假区的核心度假产品应当充分利用温泉资源。三是要求核心度假产品的规模要足够,在整个度假区众多产品中占比较主要的地位,国家级旅游度假区的

核心度假产品“应具有较高接待能力,日游客容量应达到旅游度假区日游客容量的1/4以上”。

一种常见的误区,是认为核心度假产品等于大项目。比如认为在度假区内引入一个演艺项目,或者建设一个大型水乐园,就是核心度假产品。这种认识是有一定道理的,游客确实会为了演艺或水乐园来到度假区,这种大项目可以形成度假区吸引游客的主要理由。但是从度假区的整体品牌塑造和长远发展来说,这样的核心度假产品还不够。

成功的核心度假产品应做到五个方面。首先是主题特,度假资源在同一个区域内具有同质性,这就要求核心度假产品在差异化方面下功夫,差异化的突破口往往是特色文化或特定主题。第二是开发深,也就是“做到极致”,围绕主题的各个层面进行开发,活动内容丰富,新版标准要求国家

级旅游度假区提供不少于6项与核心度假产品相关的休闲娱乐活动。第三是覆盖广,家庭市场是度假市场的主力,核心度假产品应当覆盖全年龄段的人群,让一家几口、老少三代都能够找到适合自己的度假活动。第四是业态全,宜围绕主题覆盖吃住行游购娱业态,尤其是要覆盖吃、住两大游客刚需的业态,提升餐饮住宿的独特性、吸引力、体验感、沉浸感。第五是常更新,核心度假产品应当在主题保持稳定的同时守正出新,以强运营的方式及时更新具体内容,吸引游客重复,保持度假区生命力。

游客的度假行为天然具有停留时间长、心理需求高、品牌忠诚度高的特征。核心度假产品作为度假区的核心吸引力,是度假区品牌最重要的载体,应当树立明确的主题,以更丰富更有内涵的活动填充游客更长时间,提供更高层次的体验,满足更高层次的心理需求。长此以往,久久为功,才能让度假区的整体品牌形象逐渐清晰和深入人心,培育稳定的重游客群,实现度假区的品牌塑造和长远发展。

(作者单位:清华大学建筑学院文旅研究中心)