

雪场改造升级 滑雪玩法多样 冰雪教育配套——

备战新雪季 吉林谋新意



万峰通化滑雪度假区正在造雪 万峰通化滑雪度假区 供图

□ 蒲钰 本报记者 刘玉萍

近日,香山温泉滑雪度假区、万科松花湖度假区、万峰通化滑雪度假区等均已启动2022—2023雪季造雪工作。在机器的轰鸣声中,洋洋洒洒的雪从造雪机中不断喷涌而出。时隔数月,山峦再次被雪覆盖,吉林各大滑雪场努力备战新雪季。

改造升级

为了更好地满足市场需求并提高滑雪消费性价比,吉林各滑雪场分别在雪场品质与周边服务等方面进行了提升。

位于吉林省抚松县的长白山万达国际度假区,早在10月10日便迎来了一场降雪。降雪的消息一经发布,该度假区的微信公众号评论区便出现了滑雪爱好者的表白——“每年冬天都是在这滑雪的,来自广东人的肯定!”

其实,长白山万达国际度假区早已紧锣密鼓地备战新雪季了。该度假区工作人员介绍,今年度假区围绕多个主题进行了升级,尤其是滑雪场地和滑雪服务大厅升级,让游客在体验滑雪公园、魔毯等的同时,也能享受到更好的租赁、寄存、休闲等服务。改造

升级后的商业街可满足不同客群的度假需求,户外广场也将是年轻人冬季的游玩社区。华灯初上,音乐律动,游客可以来这里品尝美食、聚会社交,体验长白山冬夜的温暖静谧。

坐落在吉林省长春市东部的庙香山温泉滑雪度假区于10月27日正式开始造雪工作,经过几天的沉淀,已经让不少滑雪爱好者有了新雪季的初印象。庙香山温泉滑雪度假区创始人王勇介绍,度假区每年都会在面客服务等方面有所变化。今年新雪季,度假区对雪场造雪设备、运载设备以及滑雪装备等进行升级改造。“滑雪运动虽然是小众项目,但滑雪运动人群增长还是比较快的,我们要把握契机,进一步推动更多人参与冰雪运动,这也是一个企业的社会责任,所以我们要从多维度发力、谋划。”

此外,坐落于“中国滑雪之乡”通化市的万峰通化滑雪度假区也进行了拓宽雪道、增加雪道、新增酒店、扩容停车场等改造,方便游客“滑进滑出”,体验美好冰雪生活。

花样玩雪

吉林的冬天有味道、有温度,热气腾腾的东北菜和外冷内热的冰雪温泉

等特色体验每年都吸引大量省内外游客前来打卡。今年冬天,吉林各大滑雪场将在这些特色的基础上,进一步丰富游客玩冰雪体验。

与雪道的宽度、坡度一样,雪道的顺滑度、多样玩法也是很多滑雪爱好者关注的重点,为此,吉林多家滑雪场在升级雪道硬件的同时,也在细节处下了功夫。万峰集团市场营销总经理郭玉龙介绍,万峰通化滑雪度假区内修建500多条排水设施涵养水源,养护雪道,同时雪道种植草籽约50万平方米,这些将进一步提高雪道舒适性和适宜性。万科松花湖度假区对全山造雪管网系统进行升级的同时,扩增了林间野雪、蘑菇道、田埂道、地貌教学道、旗门进阶道,让雪道更有趣,更有体验感。

冬季度假,娱乐乐园是亲子游客喜爱的空间。长白山鲁能胜地国际度假区全新升级的娱乐乐园将在今年新雪季亮相。游客可在UTV闯关区、冰雪城堡、冰雪迷宫、霍比特小屋等7大主题分区体验独特的玩雪方式,也可体验雪地坦克、冰上自行车、雪滑梯等项目,打卡艺术雪雕群等。“一直对长白山很向往,正好长白山鲁能胜地国际度假区推出了很多亲子玩法,所以

今年打算去这里看一看。”长春市民郭梅说。

参加时尚有趣的活动也是冬季在吉林度假的重头戏。万科松花湖度假区、万峰通化滑雪度假区、庙香山温泉滑雪度假区等将在今冬适时举办丰富多彩的节日活动和主题活动。

冰雪教育

吉林的冰雪资源得天独厚,并有着悠久的冰雪运动历史,让吉林的冰雪教育一再出圈,受到众多滑雪爱好者的青睐。据了解,位于吉林市的万科松花湖度假区在线上新增“教练预订小程序”,让教学预订更加便捷,有助于缓解排队压力。

新雪季来临,吉林各滑雪场已经备足了教育教学套餐。郭玉龙介绍,万峰通化滑雪度假区将中国大众教学体系与国外体系结合,打造具有度假区特色的滑雪教学体系,并聘请多名全国知名培训师及专业退役运动员驻场培训,签约全国冠军、冬奥小将开展公开课。为满足不同消费者需求,度假区特开设初、中、高级单、双板成人及儿童教学,增加了单板双板竞技旗门、猫狗教学项目以及单板公园教学项目。

长白山鲁能胜地国际度假区滑雪学校全新升级,配备高素质师资,丰富教学资源。据了解,今年新雪季,学校计划引进百位高端人才,持续升级教学质量,并联合知名滑雪教育机构开设各类教学课程,同时创建大众滑雪教学评级体系,搭建教学考核监督管理体系,为雪友营造专业的成长平台。周密的教学计划吸引很多游客“种草”。

近年来,吉助力“三亿人参与冰雪运动”,各类冰雪景区也持续推出主题活动。据了解,长白山万达国际度假区将推出主题冬令营,在传统滑雪课程之外,本雪季的冬令营将深入雪场运营本身挖掘内容,围绕雪场场地运营、滑雪学校运营、活动运营等内容展开,通过4—7天的冬令营体验,让孩子们亲近冰雪,爱上滑雪。

王勇介绍,举办冰雪活动、开展冰雪教育已成为庙香山温泉滑雪度假区的常态化项目。尤其是冰雪教育方面,多年前便开始了冰雪活动“进学校入社区”相关活动,今年也将有更多尝试。

“有进有出” 景区动态管理常态化

全国多地持续开展整顿 一些景区被取消或降低等级

□ 曹燕

日前,山东省文化和旅游厅发布公告,为加强旅游景区质量管理,提升旅游景区品质,净化旅游消费环境,依照《中华人民共和国国家标准《旅游景区质量等级的划分与评定》》和《山东省旅游景区质量等级管理办法》,根据4A级旅游景区年度复核结果,省文化和旅游厅决定,对复核检查严重不达标或存在严重问题的17家4A级旅游景区进行处理。其中,给予东营龙居黄河森林旅游区、威海大乳山滨海旅游度假区等2家景区取消旅游景区质量等级处理;给予济南灵岩寺旅游区、济南红叶谷生态文化旅游区、青岛石老人观光园等13家景区责令整改处理,限期3个月。

天津市旅游景区质量等级评定委

员会近期也发布公告,对和平区金街文化旅游区、蓟州区智利风情园、河北区曹家花园景区给予警告处理,限期3个月整改;对河北区宁园景区给予降为3A级旅游景区处理;对蓟州区紫云水岸景区给予取消3A级旅游景区质量等级处理。

社交平台上,仍有不少关于威海大乳山滨海旅游度假区的差评。游客晓强说:“今年国庆节期间,我们到威海大乳山滨海旅游度假区旅游,景区看起来已经没人运营,景区电瓶车已经停运,只有大门口有人收门票,价格为50元。海边的栏杆已风化,洗手间卫生状况很差。”自驾车游客老金说:“度假区的自然生态环境很好,但管理不善,上山的道路已经铺满植被,两山之间的吊桥已经断裂,真是让人唏嘘。”

2020年,文化和旅游部资源开发司印发《关于对旅游景区质量等级管理工作中若干问题的解释》以下简称《解释》,《解释》提到,旅游景区动态管理已经常态化,复核检查中发现A级旅游景区存在问题的,视情节轻重,给予通报批评、降低等级、取消等级处理。

5A级旅游景区常态化退出机制也持续实施,对一些经营不善、各项指标不再符合国家5A级旅游景区标准的景区进行整改和摘牌处理。2015年,山海关景区因指标达不到5A景区标准,首次被摘牌。2019年7月,因过度商业化等原因,文化和旅游部对乔家大院景区予以取消质量等级处理。

《解释》还提到,除不可抗力影响或者资源保护需要外,A级旅游景区有终止经营、丧失旅游功能或者停业1年以上等情形的,原评定部门应

当取消其质量等级。

最近,北京市文化和旅游局官网发布消息,北京市朝阳区蟹岛绿色生态农庄景区已停业,旅游景区相关设施设备缺失,已无法为游客提供服务。依据《旅游景区质量等级的划分与评定》与《旅游景区质量等级管理办法》的规定,经北京市旅游景区质量等级评定委员会研究,批准撤销朝阳区蟹岛绿色生态农庄景区国家4A级旅游景区资质。

《解释》称,4A级及以下旅游景区受到降低或取消等级处理申请恢复原等级的,由省文化和旅游行政部门制定相关细则。另外,受到取消等级、降低等级处理的旅游景区,应当交回或者申请更换证书和标牌,不得以原等级名义从事宣传和经营活动。

北京联合大学旅游学院副教授张金山认为,近年来,各地旅游主管部门积极实行“有进有出”的动态管理制度,给予警告、通报批评甚至是降级的处理,核心目的就是让游客体验感出发,要求A级景区的服务质量不降低,也倒逼景区不断提质增效和转型升级。

“为文旅行业鼓鼓劲”

湖北随州市文化和旅游局局长解伟因造型出圈

□ 曹燕

“解局长带你游随州”——这是一个负责随州文旅宣传的短视频账号,湖北随州市文化和旅游局局长解伟是主要出镜人。近日,在推介随州当地的千年银杏谷景区时,解伟出镜扮作白衣侠士,在银杏树下舞剑、饮酒。解伟因造型出圈,在社交平台上被广泛热议。解伟表示,疫情对旅游业影响巨大,希望通过自己身体力行宣传家乡,为文旅行业鼓鼓劲,也让更多人了解随州。另外,如何将短暂的流量转化为长期的热度,是地方文旅宣传工作值得思考的问题。

鼓劲

解伟的白衣侠士造型,在一些网友看来是“丑出圈”。解伟回应称:“我们需要话题,需要宣传自己的家乡。只要能让大家觉得有趣,不怕我自己献丑,让人觉得好笑,能让大家知道有个随州,知道随州有这么美景就行了。”

随州网相关负责人江峰说:“其实这个视频刚发出来的时候,网友就有一些差评。如果是从通常的角度考虑,发布者可能会删掉视频,但是解伟没有受到影响,并且主动在评论区回复了这件事的始末,并表明了自己的态度。”

造型为何翻车,事出有因。秋景短暂,当时要拍两个应季视频内容:一个是千年银杏谷,A级旅游景区,是世界四大密集成片的古银杏群落之一。另一个是桃源村,3A级景区,也是全国乡村旅游重点村,生态资源优美。秋色明媚,千年银杏谷的银杏黄了,桃源村的柿子熟了。抓紧周末时间,解伟及拍摄团队需要辗转两地拍摄,时间紧迫是造型“翻车”的重要原因。

“每年11月,会有大量游客到千年银杏谷景区体验打卡,经常要限流,有交通管制。”江峰说,今年因为疫情,银杏谷冷清了很多。这也是解伟为什么利用周末休息时间,主动拍摄“解局长带你游随州”的原因之一,“宣传家乡,为文旅行业鼓鼓劲,越是困难的时候,更需要信心。”

从今年5月开始,解伟及拍摄团队利用周末时间拍摄随州文旅内容,每条视频的拍摄都在8小时左右。至今,“解局长带你游随州”已发布25条视频,涵盖了随州大小景区、非遗技艺、休闲场馆等,粉丝目前有3万多,视频播放量达2000多万。

敢拼

这不是解伟第一次走红。今年5月,解伟扮演原始人拍摄了一组宣传随州的短视频,其风格幽默搞笑,在短视频平台获得不少关注。他在自己朋友圈转发:“莫问美不美,敢问拼不拼。”敢拼的背后,还有对内容的锤炼,解伟的普通话不是很标准,有时候给短视频配音,一条就要反复录制上百次才通过。

在中国政府采购网上,可以看到一份“随州市文化和旅游局‘解局长带你游随州’视频创作项目合同公告”,随州市文化和旅游局采购当地某科技公司的视频制作、文案等服务内容,“解局长带你游随州”短视频保持月度更新量3—4期,全年计划更新42期,价格为25.2万元。在江峰看来,25.2万元的价格,也就够买个户外广告牌。疫情之下,随州市文化和旅游局将有限的宣传费用都花在刀刃上。

平均下来,“解局长带你游随州”每期制作的成本在5000元左右。这也可以回答网友提出的,随州市文化和旅游局为什么不请专业演员来完成视频拍摄的问题。

解伟说:“之前,我们把当地多名网红请到一起开会,希望他们能形成一个矩阵共同推介旅游资源。拍摄时,发现风格很不统一。在同一个景区,美食网红总想着法介绍吃的,拍搞笑视频的网红总想着段子。我们只是想单纯地介绍随州旅游资源。”解伟还算了笔账,几个网红一起拍,拍一期要几万块。自己拍就两笔费用:他和工作人员往返费用,支付给拍摄团队的酬劳,勒紧裤腰带过日子,办公经费能省就省点。

一开始,解伟对于短视频宣传的态度就比较淡定:“万一火了,那就会有更多人知道随州;就算没火,点开我的主页,随州各景区啥样一览无余,也给游客省事了。”值得一提的是,尽管“解局长带你游随州”是随州文旅宣传的窗口,但是账号运营都是解伟自己在做,对于每条评论他基本都会一一回复。

沉淀

随州文旅宣传之路,未来应该怎么走,到底是追求流量还是打造文旅IP?江峰认为,“网红出圈,追求流量是短期效应,打造IP是一个长期沉淀的过程,打造一个被游客需要、认可并追随的文旅IP,是随州市文化和旅游局想坚持的方向。”

解伟作为文化和旅游局局长出镜,本身自带光环。“解局长带你游随州”所有视频内容都集结于“来随州旅游的100个理由”中,就是希望以主要人物贯穿随州文旅的各个方面,不仅推介大小景区,更有生动鲜活的城市休闲体验。

随着解伟古风扮相出圈,很多网友也知道了随州千年银杏谷景区,是4A级旅游景区,是世界四大密集成片的古银杏群落之一,电影《刺客聂隐娘》的取景地;随州旅游资源丰富,这里是炎帝神农故里,改变世界音乐的“曾侯乙编钟”出土于随州;随州还有很多景区:炎帝故里、大洪山、西游记公园、西游记漂流、田王寨、神农部落等。

谈及景区发展时,解伟说:“游客为什么来景区,是为了寻找美、寻找回忆,寻找新鲜的体验感。”从这个角度讲,“解局长带你游随州”短视频账号运营的初衷,也是敏锐捕捉到旅游消费需求的转变,寻找与游客特别是年轻一代消费者的情感连接。因此,才有了解伟的卖力演出,扮演侠客、唐僧、原始人……透过25期短视频内容,人们看到了一个文化和旅游局局长的诚意,也了解了随州作为旅游目的地的丰富多元惬意。

网络上,也有游客提出不同的声音:“随州这些景区看上去不错,但是谁都会去大洪山、炎黄故里景区第二次呢?”这也是众多景区面临的尴尬现实——游客只来一次,二次消费后劲不足。

因此,解伟古装造型的出圈、“解局长带你游随州”的内容呈现,通过生动鲜活的短视频内容吸引游客“种草”随州只是第一步,随着流量的热潮褪去,要想长远打造文旅IP、培养回头客,随州旅游管理部门和景区还需久久为功,扎实挖掘当地的文化内涵,创新旅游产品,营造消费新场景,不断提升游客的体验感。

“强国复兴有我 研学美丽常熟”

2022常熟中小學生研学游體驗活動舉辦



常來常熟

丰富全域旅游品牌形象

10月23日,江苏省常熟市文体广电和旅游局在虞山宝岩景区举办“强国复兴有我 研学美丽常熟”研学旅行启动仪式,并发布8条主题研学线路。来自常熟市第一中学的老师、学生和家长,以及常熟二星级以上旅行社运营代表们参加了本次启动仪式。

研学常熟精彩多

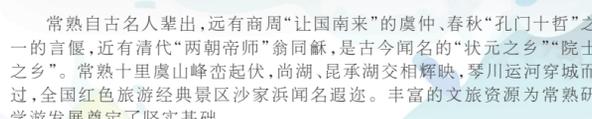


“读万卷书,行万里路”,常熟作为吴文化发祥地之一的历史文化名城,有着丰厚的历史文化底蕴。为进一步推动文旅产业和教育事业的深度融合,助推新时代青少年全面发展,近年来,常熟立足本地资源优势,打造出“常熟·研学堂”研学品牌,推出一系列备受好评的研学线路。

今年,“常熟·研学堂”品牌研学线路更加丰富,“强国复兴有我 研学美丽常熟”研学旅行启动仪式上,发布了“龙的传人”“重走长征路 学习红色精神”“跟着唐诗游古刹”“半城山水·我爱我家铃动尚湖”等8条研学线路,主题内容涉及中国传统历史文化、红色文化、唐诗宋词、古代建筑、自然科普、户外运动等,通过一条条主题线路,引导同学们深入红豆山庄、蒋巷村生态园、联珠洞、尚湖湿地、沙家浜等10个景区(点)游学。启动仪式结束后,来自20所学校的师生们分赴8条线路进行体验。

接轨市场注活力

本次推出的8条研学线路立足常熟文旅资源,主题鲜明,各具特色。值得关注的是,为高质量推动研学市场发展,常熟市文体广电和旅游局积极引入市场化运营思路,邀请研学资深专家导师团队对常熟研学导师进行全面业务培训,从基础理论课程学习、专业业务知识讲解到各研学点的实地培训演练,切实提升研学导师的业务能力,为研学游全面开展打好基础。同时,突出市场作用,动员全市符合资质要求的第三方机构、旅行社积极加入研学项目,不断丰富研学产品供给,以项目质量为衡量标准,形成公平公正公开的研学市场秩序,为“常熟·研学堂”注入新的品牌内涵。



常熟自古名人辈出,远有商周“让国南来”的虞仲、春秋“孔门十哲”之一的言偃,近有清代“两朝帝师”翁同龢,是古今闻名的“状元之乡”“院士之乡”。常熟十里虞山峰峦起伏,尚湖、昆承湖交相辉映,琴川运河穿城而过,全国红色旅游经典景区沙家浜闻名遐迩。丰富的文旅资源为常熟研学游发展奠定了坚实基础。

近年来,常熟积极推进“文体旅+教育”深度融合,以“道启东南·天下常熟”为主线,围绕江南国学、科普教育、江南耕读、江南手作、户外体验五大主题,全力打造“常熟·研学堂”品牌。目前,已在全市范围储备研学游参观考察点117个,形成经典研学线路15条。尚湖风景区“飞熊先生”、沙家浜风景区“湿地飞羽精灵”、博物馆“虞山派篆刻艺术”等研学课程广受欢迎。接下来,常熟的研学品牌将走出常熟,辐射周边,吸引更多学生参与进来,不断丰富“江南福地,常来常熟”全域旅游品牌形象。