

拼特色,有为 促消费,有招

——福建景区复苏按下“加速键”

□ 李金枝



游客在福建土楼游览 本报记者 陈晨 摄

特色活动聚人气

面对当前旅游市场需求释放、文旅消费回暖势头,福建省多景区以主题活动举办、公共文化惠民为重点,以良好市场秩序、优质文旅服务为支撑,丰富产品供给、提升游客满意度,市场复苏发展按下“加速键”。

欣赏板凳龙等非遗表演、参与VR数字互动体验、品尝两岸特色美食……日前,2023年海峡两岸民俗文化节在福州梁厝特色历史文化街区举办。现场游人如织,热气腾腾。

据悉,本届民俗文化节以“民俗好福气·福兔闹新春”为主题,设置了舞台展演、手作集市、美食专区、街头文化表演、数字互动体验、主题摄影展等板块,展现了海峡两岸原汁原味、丰富多彩的传统文化。

“此次民俗文化节在有着‘都市最美村落’美誉的传统古村落梁厝举办,将非遗项目和民俗业态置于更接地气的村落场景里,吸引广大市民游客在体验福州民俗文化活态传承的同时,

近日,福建省龙岩市永定区文旅集团与上海晟牛信息技术有限公司举行永定区“东楼西湖”奢野酒店项目签约仪式。据悉,该项目位于永定湖坑镇洪坑、南溪土楼群及龙湖景区,总投资约1亿元,将通过个性化定制和3D打印等方式,打造装配式集群酒店约300套,并配套轻奢休闲露营基地、野奢餐厅等,打造集野奢酒店、休闲露营、野奢餐厅于一体的奢野休闲度假区。

“‘东楼西湖’奢野酒店采用3D打印技术,设计灵活,可实现个性化定制,增加网红打卡效果。项目一期拟于3月底前对外开放,满足游客的多元化住宿需求,提升景区的竞争力。”福建省客家土楼旅游发展有限公司董事长张开梅说。

张开梅介绍,去年以来,福建土楼

近日,在“春暖花开游龙岩活动暨龙岩市五大文旅品牌发布仪式”现场,龙岩市文化和旅游局发布了“古田红色游、永定土楼游、长汀古城游、丹霞温泉游、休闲生态游”五大文旅品牌精品线路;推出景区门票减免、消费券发放等一系列优惠政策,其中全市47家A级旅游景区今年全年将面向全国医务工作者实行首道门票免费政策。

“龙岩文化和旅游资源丰富,红色、客家、生态优势明显,4A级及以上旅游景区、省级旅游度假区、全国乡村旅游重点村等省级以上品牌均在全省前列。希望通过此次活动,真诚邀约省内外游客,来一场‘五彩龙岩,缤纷之旅’。”龙岩市文化和旅游局党组书记

更好地领略古厝的风土人情,带动景区人气爆棚。”福州市坊巷资产运营有限公司执行董事林建军说。

伴随着疫情防控优化政策调整,如何调动人气吸引游客出游,增强旅游消费欲望,福建各大景区给出了答案:面对市民出游的需求集中释放,景区可以通过举办一系列特色活动集聚人气,促进旅游市场迅速回暖,促进消费。

为了提振信心和扩大文旅消费,早在2022年12月底,福建省文化和旅游厅就发布2023年文旅惠民促消费

工作举措,计划推出超千场文化艺术展演及文旅惠民促消费活动,包括组织全省各大景区举办非遗市集、非遗美食节、音乐节等,策划推出“骑行梦想之旅”“温泉养生之旅”等五大精品线路,全力推动旅游市场加快“回暖”复苏。

去年以来,泉州八仙过海度假区注重创新多样化的演出形式、打造多元化的沉浸体验,营造多角度的氛围,推出了“城堡幻影烟花”“浪音之夜”“冰雪跨年电音狂欢夜”等系列活动,吸引了众多市民游客慕名而来体

创新项目升体验

永定景区注重旅游产品创新,尤其是夜游经济上下功夫,打造了3D光影秀等一系列沉浸式文旅夜游项目。其中,“天涯明月刀”沉浸式体验项目将客家文化、土楼建筑内涵与电竞元素有机融合。

永定土楼景区还引进了苍听野奢露营基地,以个性化的时空体验赢得了年轻群体的喜爱。

“当前,景区运营一定要转变思维,要敏锐感知旅游客观环境的变化,用‘游客觉得’而不是‘我觉得’作为景区发展的视角,不断创新旅游产品,满足游客个性化的需求。”福建省文化和旅游厅一级巡视员吴立官表示,要着

力打造旅居共享空间,在优美的风景中叠加场景,让游客生活在景区中,使景区生活化,要充分挖掘景区的文化内涵,利用科技手段,创造故事体验场景。

泉州市德化县石牛山景区有福建唯一的“双瀑”——被誉为“华东第一瀑”的岱仙瀑布;有单程7.2公里的“华东最长索道”,还有海拔1782米的“八闽观日第一峰”、白垩纪苔藓植物群落、福建海拔最高露营基地、福建唯一环瀑心形悬崖栈道等景观。

石牛山景区营销部经理林翠燕说:“为了增强游客体验,景区推出高山相框、天空之梯、高空威亚、天空之心等网红打卡点,引进顶奢高端星空

惠民举措促消费

等景区复苏回暖强劲。

“2022年,石牛山景区在各重要节点,举办了跨年灯光秀、石牛山年货节、福建拓展峰会、石牛山嬉水节、世界纪录发布、帐篷音乐节、中秋博饼等多个活动,推出系列优惠举措,有效带动市场流量;同时,创新市场营销手段,通过达人带货、直播等方式保持景区的曝光率和市场热度。”林翠燕说。

下一步,石牛山景区将利用德化动车站通车运营契机,在传统观光游、疗养、会议、研学、团建拓展等业务上多点发力,在保证省内流量的基

础上,积极开发增量,积极开拓省外市场,不断做大做强景区,带动景区周边餐饮、住宿、农家乐等高质量发展。

福建省旅游协会景区分会轮值会长、太姥山管委会副主任喻声炎表示,景区分会今年将进一步强化服务理念,发挥行业协会平台优势和会员单位资源优势,服务政府、服务会员,围绕“闽山闽水物华新”“1号滨海风景线”等主题,积极举办“品牌景区进高校、进社区、进商场”等系列活动,开展全省景区征文(视频)及讲解员岗位技能大赛,推动景区将传统旅游产品与现代信息科技相结合,进一步提升游客的体验感,加速景区复苏回暖。

帐篷,实现躺在海拔1500米的石牛山主峰看星星的浪漫体验。”在主峰酒店里开启冬日茶话——围炉煮茶、烧烤,热气氤氲飘荡着烤地瓜的香甜,吸引了众多游客争相前来体验。

近年来,泉州以申遗成功为契机,聚焦“宋元中国·海丝泉州”品牌定位,全力打造世界级旅游目的地。姜山介绍,泉州八仙过海度假区在产品打造中,注重融合海丝文化特色。”其中,海洋王国乐园以海洋文化为主题,欢乐水世界以中东异域风情为主题,郑和宝船酒店主题聚焦大航海时代。目前度假区二期工程正在推进的欢乐堡欢乐世界、博物馆群、动物王国乐园和室内滑雪场,也融入海丝文化元素,着力打造集娱乐、教育功能于一体的综合度假产品。

础上,积极开发增量,积极开拓省外市场,不断做大做强景区,带动景区周边餐饮、住宿、农家乐等高质量发展。

福建省旅游协会景区分会轮值会长、太姥山管委会副主任喻声炎表示,景区分会今年将进一步强化服务理念,发挥行业协会平台优势和会员单位资源优势,服务政府、服务会员,围绕“闽山闽水物华新”“1号滨海风景线”等主题,积极举办“品牌景区进高校、进社区、进商场”等系列活动,开展全省景区征文(视频)及讲解员岗位技能大赛,推动景区将传统旅游产品与现代信息科技相结合,进一步提升游客的体验感,加速景区复苏回暖。

斗”。杨丽娜介绍,未来将继续丰富东北人民革命军第二军奶头山抗日游击根据地纪念馆陈列物,继续增设红色教育课程,让更多人了解那段峥嵘岁月。

奶头山村历史悠久,村民皆为朝鲜族人,生活方式与着装风格别具一格,具有鲜明的朝鲜族特色。穿上五颜六色的朝鲜族服饰边走边玩、感受民俗民风、品尝特色餐饮、住传统朝鲜族民宿成为游客的心头好。

经过几年发展,奶头山村以“民俗文化+红色文化+冰雪文化+林下参文化”推动产业发展,并与保护少数民族村寨文化紧密结合,还通过文化和旅游体验项目、林下经济种植项目、非遗传承项目等,促进一、二、三产深度融合,为奶头山村旅游持续发展注入了新活力。

对于进一步做好奶头山村的四季运营,杨丽娜早有打算。“接下来,我们将拓宽奶头山村乡村旅游产业链,建设温泉度假酒店,创新打造冬季冰雪项目,持续与各大媒体平台合作宣传,同时加大林下经济的投入。以旅游引领,实现农业创新、科技赋能、三产联动,从而实现从产品到产业的发展壮大。”

全国旅游厕所革命优秀案例

湖北宜昌三峡大瀑布景区:

让游客享受“星级服务”

□ 曹燕

踉蹌碎玉破苍穹,璀璨虹桥挂悬空——这是对宜昌三峡大瀑布景区美景的描述,融合金钉子(地质学概念)、寒武石林、山、瀑、湖、地下河、溶洞、悬棺等多种景观的三峡大瀑布景区,幽深峡谷与盈盈碧水辉映共生,大自然的鬼斧神工在这里绘就出一幅旖旎画卷。

去年,三峡大瀑布景区成功创建5A级景区。景区相关负责人介绍:“我们坚持生态优先的原则,打造精品为颜值添色,提供超值服务为气质加分。其中,旅游厕所建设是景区创建工作中的重要一环,直接关系到游客的切身体验和对景区的好感度。”

景区游客中心停车场厕所占地总面积200平方米,女厕所共有26个厕位,男厕所共有16个厕位,男女厕位比例达到2:3要求。北京爱贝空间科技有限公司总经理侯亚杰说:“男女厕位比的配置不是小事,它考量的是景区的人文关怀。”

为解决高峰时段游客如厕难,三峡大瀑布景区采取临时举措:每到五一、十一、暑假期间,增设移动流动公厕,且全部为中性厕所,“男厕所少、女厕所排队长”的现象得以缓解。

在三峡大瀑布景区,男士卫生间分别设置了适合儿童和成人的小便器。厕所内配备新风系统,祛除异味,实时改善空气质量。洗手池配备冷热水系统,增强游客舒适度,提升游客体验。厕所内设置了家庭卫生间,为特殊人群提供便利,并设有紧急报警器。

三峡大瀑布景区还不断探索旅游厕所的智能化管理。景区通过互

陕西西安大唐芙蓉园:

旅游厕所也有唐文化

□ 曹燕

这个春节,西安大唐芙蓉园灯会吸引了众多市民游客参观游览。如梦如幻的花灯世界、水波斑斓的迷人风光,营造出火树银花不夜天、流光溢彩长安城的繁盛景象。

作为全方位展示盛唐风貌的大型皇家园林式文化主题公园,大唐芙蓉园随处都是唐文化的痕迹,紫云楼、仕女馆、御宴宫、杏园、芳林苑、凤鸣九天剧院、唐市等许多仿古建筑是游客喜爱的打卡点,旅游厕所御园屏也融入整体园区的古典氛围,颜值颇高。

来自成都的游客李先生一边拍照记录一边夸:“大唐芙蓉园真的是把唐文化展现得淋漓尽致,御园屏真像古代皇家如厕的地方。”

在推进厕所革命过程中,各地景区因地制宜,结合当地生态特色、文化内涵、景区主题等创新旅游厕所设计,尽量做到与周围环境和諧,成为景区的风景线。御园屏正是其中的代表。

古典造园技术与传统文脉交相呼应形成的符号性元素,让旅游厕所除了具备服务游客的功能外,更成为景区局部景观的亮点。清华大学无锡应用技术研究院生态设计与技术研发中心主任武洲提到,厕所革命优秀案例体现出通过设计思维介入旅游厕所革命的强大活力。这些旅游

联网+智能公厕管控系统平台,对旅游厕所服务所涉及的人、物、事进行全过程实时远程可视化监控管理。其中包括实时监控厕所内空气质量指标,根据厕所内气味指标自动启动或关闭除臭机;实时显示空余厕位;配备智能免费厕纸供应系统,游客可通过扫码免费领纸。

游客扫码过后1秒即可出纸,长度大约60厘米,可以多次扫码多次出纸,减少了用纸浪费。通过互联网实时监控和预警,同一部手机连续扫码超过5次者将不予出纸,从而有效避免浪费。

旅游厕所要想维护好,重在制度化、管理。三峡大瀑布景区实行厕所“所长”制,在景区制定了“六个一”管理制度,即“一厕一人、一厕一档、一天一考核”,同时将标准化制度“服务公约、质量要求、服务规范和保洁标准”上墙公示。

留言簿上,游客纷纷评价:“三峡大瀑布景区越来越美了。”美在细节,旅游厕所建筑和自然山水充分融合,让厕所充满了地域文化的韵味,精心设置的花架、鲜花、绿植、对联等构成内部别样的风景,形成了三峡大瀑布景区旅游厕所独有的温馨和洁净。

值得一提的是,三峡大瀑布景区在旅游厕所的墙壁上悬挂了景区优美的自然风光图片和地质小知识,让游客在“方便”时也能领略到景区的美丽风景和地质奇观。

美在服务,三峡大瀑布景区全体员工牢记星级服务理念,在管理好旅游厕所的同时,还充当讲解员,让游客享受“星级服务”。

厕所不仅让我们看到了其作为公共服务空间的价值,更重要的是让我们感受到了景区积极作为,提升文化底蕴与管理水准的持续努力。

小厕所,大民生。颜值与文化内涵让大唐芙蓉园旅游厕所别具一格,服务的温度更体现出景区的用心。大唐芙蓉园景区工程技术部设施设备主管张彦臣介绍,景区共改建旅游厕所9座,均达到男女厕位2:3要求,进一步解决女性游客如厕难的问题,并在第三卫生间设置了安全杆、婴儿多功能台及应急呼叫器。

为方便带婴儿出游的家庭,大唐芙蓉园旅游厕所内有婴儿护理台、儿童专用安全座椅等专用设施,不仅方便父母为婴儿更换尿片,还可将孩子放在安全座椅上,自己轻松如厕。另外,景区还增加了儿童专用坐便器、小便斗、洗手盆等。

如厕空间是游客在旅途中重要的休息驿站。在御园屏的公共休息区摆放着休息座椅、电视、自助售卖机、直饮水机等服务设施,而且,厕所中增设了自动喷香机,定时自动喷香,消除异味,让环境始终保持清新。

旅游厕所管理,贵在坚持。据介绍,大唐芙蓉园每天晚上闭园前召开交流会,及时总结交流在环境卫生、设施设备和安全措施等方面的问题,认真对待游客诉求。



大唐芙蓉园旅游厕所“御园屏” 本报记者 陈晨 摄

“长白山第一村”成网红打卡村

□ 蒲钰 本报记者 刘玉萍

拉爬犁、抽冰嘎、滑雪圈、雪地香蕉船……冰天雪地中,奶头山村游人如织,游客在丰富的冰雪体验项目中往来穿梭,大人孩子都玩得亦乐乎,呈现出一片热火朝天的景象。

奶头山村位于延边朝鲜族自治州安图县,被称为“长白山第一村”,这几年的热度越来越高,既是自然村,也是长白山第一村景区,春节期间共接待游客1.5万余人次。村里朝鲜族的传统大炕、榻榻米、套房等各类民宿25间,每天都满房,部分项目需要游客提前预约才能体验,受欢迎程度可见一斑。

2022—2023年雪季,奶头山村推出了霍比特雪屋雪地火锅、冰雪乐园、冬捕冰钓等玩冰戏雪产品,还有红色剧本杀、参观奶头山抗日游击根据地纪念馆等红色旅游项目,吸引了各地游客前来打卡。

游客李女士说,长时间在快节奏的都市工作和生活,就想找一个亲近

自然的地方放松。奶头山村推出的霍比特雪屋雪地火锅、冰雪乐园、冬捕冰钓等玩冰戏雪产品都很有意思。“暑假带孩子来参加过重走抗联路等红色文化体验活动,那时候就想着寒假一定要再来一次,玩玩这里的冰雪。”

一年四季,奶头山村都有很多游客前来打卡。安图铭睿朝鲜族民俗旅游服务有限公司总经理杨丽娜说:“奶头山村具有五大优势,即地理优势、长白山流量优势、文化优势、林下参种植优势以及红色文化优势,无论哪个季节来,体验内容都很丰富。”

这个小村庄如何成为火爆的旅游村?还要从几年前说起。

杨丽娜回忆,当年,她和同事多次到奶头山村实地考察,和村民们同吃同住。村民的淳朴善良和村庄的资源优势打动了考察组一行。“2017年,我们决定投资运营奶头山村,发展乡村农文旅事业。”

做好运营,是带“火”奶头山村的

关键。杨丽娜介绍,自奶头山村开展旅游产业以来,公司积极开发朝鲜族民俗文化乡村体验游,开办民俗演绎餐厅,建设红色旅游基地、高山花园、冰雪乐园等,修缮村民房屋25座并装修成民宿,成功打造“长白山第一村”品牌,并与全国各地300多家旅行社签订合作协议,同时与各大OTA平台合作推广,通过各类项目形成区域性乡村旅游链条,将奶头山村打造成集春季赏花、夏季避暑、秋季观景、冬季滑雪于一体的四季旅游度假景区。

据介绍,奶头山抗日游击根据地在中国抗战史上留下了光辉的一页。奶头山村内有抗联营地战斗指挥部遗址、抗联小路等红色遗存,近年又建设了东北人民革命军第二军奶头山抗日游击根据地纪念馆。

红色文化是奶头山村的宝贵财富,红色旅游体验也成为这里的一个特色,游客可以重走抗联路,穿上抗联服饰,扛起“步枪”,身临其境地“战