

城市休闲好去处建设的时代价值与发展趋势

□ 宋长海

党的二十大报告提出,要实现“人民生活更加幸福美好”、“城乡人居环境明显改善”、“增进民生福祉,提高人民生活品质”等美好生活目标,处处彰显了以人民为中心的发展思想。在“人民城市为人民”理念的引领下,各城市围绕化解“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”这一新时代社会主要矛盾开展积极探索,逐渐培育并已建成深受广大市民游客认可的众多城市休闲好去处,在满足人民美好生活需要和提升城市治理水平等方面发挥了重要作用。特别值得强调的是,文化和旅游部于2021年和2022年连续评选并认定了两批共354个“国家级旅游休闲街区”和“国家级夜间文化和旅游消费集聚区”,进一步提升了城市休闲好去处的建设水平,成为发挥文旅融合优势、推动扩大旅游休闲消费、助力构建新发展格局的重要举措。

一、时代价值

(一)化解社会主要矛盾的生动实践

根据国际经验,当一个国家或地区人均GDP达到3000~5000美元发展水平时,休闲消费就进入大众化阶段,居民生活方式、城市功能、产业结构和生态环境等方面相继形成休闲化特点。自2019年开始,我国已跨入人均GDP10000美元的新阶段,居民对美好生活的追求随之由数量型转向品质型,生活休闲化趋势愈发显现。对354个“国家级旅游休闲街区”和“国家级夜间文化和旅游消费集聚区”的抽样调查数据进行分析,可以发现文化创意类、餐饮类、购物类、文化体育类、休闲娱乐类、景观观光类等业态是城市休闲好去处的主流,其中文化创意类业态占比约25%,在一定程度上反映了“以文塑旅、以旅彰文”文旅融合发展理念在城市休闲好去处建设中的践行成效。城市休闲好去处正在以侧重体验性和交互性的多元化功能满足人民对品质型休闲生活的需求,可谓城市新空间化解新时代社会主要矛盾的生动实践与探索。

(二)践行高质量发展的具体行动

高质量发展的关键就是以新发展理念为指导,以供给侧结构性改革为突破,以扩大内需为抓手,增强供给体系对国内需求的适配性,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。城市休闲好去处建设坚持“人民城市为人民”发展理念,是城市践行高质量发展的具体行动。在功能定位上,立足本地居民休闲和外来游客旅游消费需求;在发展模式上,秉持微更新城市治理原则和思路;在空间布局上,谋求中心城市带动周边城市的协同发展效应;在业态配置上,注重对消费需求的适配性和引领性;在商业模式上,主动对接商业数字化转型和激发信息消费活力。由此可见,城市休闲好去处建设正在引领城市空间的新一轮变革和功能迭代。

(三)助力构建新发展格局的有效举措

党的二十大报告提出,要“加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。当前,居民生活休闲化和休闲消费本地化特征日益显著,休闲空间创新、休闲业态迭代、休闲设施优化和休闲环境改善将成为城市未来治理的重点、难点和亮点,也是促进文旅融合、提振文旅消费、打造文旅品牌、畅通国内大循环的重要举措。围绕本地居民休闲消费、兼顾外来游客旅游消费的城市休闲好去处建设,是城市文旅行业助力构建新发展格局的有效举措,在创新城市空间、优化休闲设施、提升休闲环境、引领休闲业态、激发休闲动能等方面将发挥重要作用。

二、发展趋势

(一)场景化

体验经济理论告诉我们,电商无法完全取代实体商业;同时也启迪我们,提供场景化的消费体验是城市休闲好去处建设和发展的必然趋势。所谓场景化的消费体验是指,通过打造有温度、有情怀、有文化的沉浸式消费体验场景,使产品、服务与消费体验产生情感共振,以实现增强消费黏性的目的。首先,从功能方面来看,城市休闲好去处除了实体门店可以满足消费

者购物、餐饮、娱乐等物质性需求之外,还提供满足消费者精神需求的多元化场景。因为,城市休闲好去处可以是景区,提供美丽的风景,比如天津的杨柳青古镇景区、上海的外滩;可以是地域文化的窗口,比如上海武康路的海派文化调性、成都宽窄巷子的巴蜀文化特质;还可以是夜生活的绚丽定位上,立足本地居民休闲和外来游客旅游消费需求;在生活数字化形成新供给,生活数字化满足新需求,治理数字化优化新环境,打造“物联、数联、智联”的城市数字底座,通过数字化转型、激发城市生命体“细胞”的活力。鉴于此,城市休闲好去处引领的沉浸式体验场景打造,既是市场需求牵引供给转型的时代之需,也是数智化时代线上线下双轮驱动引流的变革之需。

(二)在地化

在地化是指,在都市休闲、周边及近程旅游成为市场主引擎的形势下,城市休闲好去处的建设和发展须增强对在地需求的适配性,以满足现实需求并创造和引领潜在需求。首先,从需求角度来看,在居民生活休闲化和休闲消费本地化背景下,在地需求更具稳定性和持续性,以其刚性和韧性促进疫情后文旅行业的快速复苏。其次,从供给角度来看,城市休闲好去处既是展示城市形象的窗口,更应成为在地产品和服务交易的平台,特别是欠发达城市的休闲好去处的发展,应与在地产业转型、脱贫攻坚成果巩固、乡村振兴战略实施相结合,使其成为促进在地经济、社会和文化发展的新空间。最后,从特色角度来看,民族的才是世界的,在地的才是独特的,要充分挖掘独具地域特征的在地化元素,将其转化为在地化特色,并进一步培育成文化符号和知名品牌,助力把城市休闲好去处打造为城市IP,推动城

市发展。如,将福文化与城市名称完美结合的福州福文化主题街区,为市民游客提供“食福味、观福艺、品福茶、听福乐、购福礼、留福影”等丰富的福文化特色消费场景,为城市休闲好去处在地化发展提供了借鉴。

(三)无界化

物联网、云计算、大数据和人工智能等新技术已经并且正在持续影响生产生活方式和消费模式的变革。作为城市商业空间的重要组成部分,城市休闲好去处正在突破物理空间的限制,在功能和形式上全面向外扩展,呈现出无界化的发展趋势。首先,从功能角度来看,城市休闲好去处既服务于本地居民的日常购物、餐饮、娱乐、健身等需求,又兼顾外来游客的旅游消费需求,还承担着城市文脉延续和展示等使命,商文旅体娱融合成为必然。其次,从空间形态来看,城市休闲好去处既自成体系,又与周边生活区、商业区、公园、绿地等互联互通、浑然一体。可以预见,未来“休闲好去处+”和“+休闲好去处”的城市空间形态将愈发普遍。最后,从运营模式来看,传统的线下运营显然已无法满足城市休闲好去处发展的需要,线上线下融合运营不仅是电商时代的必然,也是应对新冠疫情等特殊社会公共事件的有效举措。

总之,城市休闲好去处建设具有重要的时代价值,在具体实践中还需注意以下几点。第一,必须坚持“人民城市人民建,人民城市为人民”的共建共治共享发展理念。第二,切忌大拆大建,要遵循城市发展的基本规律,保护和传承好城市文脉。第三,功能定位上应首先满足本地居民的休闲需求,本地居民满意才能保障客源市场的稳定性和持续性,进而才能维持高质量的供给以吸引外来游客。第四,业态配置上应加强对消费需求的适配性,力求实现需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。第五,环境营造上应实现场所向场景转化,在沉浸式消费体验场景中与消费者共创价值,打造城市休闲好去处品牌。

(作者单位:上海电子信息职业技术学院经济与管理学院)

对江西怀玉山与三清山联袂发展的思考

□ 曹建男 曹细嘉 熊志翔

怀玉山又称玉山、辉山、玉斗山,其中心地带位于江西省上饶市玉山县西北境,与三清山毗邻。怀玉山是全国爱国主义教育示范基地、国家森林公园,也是江南得天独厚的高山避暑胜地,建有清贫园、方志敏清贫事迹陈列馆、中国工农红军北上抗日先遣队纪念馆(碑)、怀玉山向日葵花观赏园等景点。

虽然有国字头的金字招牌,但怀玉山旅游发展却一直不温不火,优质的旅游资源并没有转化成促进经济发展的资产。客观上来讲,三清山遮蔽效应明显,“灯下黑”现象较严重;主题上来看,方志敏精神知名度高,怀玉山作为方志敏精神的“标志地”的地位还不够明确;总体上来说,发展思路摇摆不定,“聚焦度”明显不够。

笔者认为,怀玉山应携手三清山,共同开发怀玉山的红色资源,实现红绿结合,让游客既能饱览江南仙峰的美景,又能接受方志敏清贫精神的洗礼。两座姊妹山联袂发展,对促进上饶旅游业发展具有重要意义,具体建议如下。

一是加强产品与项目整合开发。

其一,用红色旅游演艺项目吸引人。红色是怀玉山区别于周边大型景区的最大特点,方志敏精神主要在怀玉山孕育形成。两座姊妹山可联袂打造红色旅游演艺项目,将方志敏率领北上抗日先遣队浴血奋战于怀玉山的悲壮事迹,通过演艺方式呈现给游客,让游客在怀玉山有景点可走,有故事可听,有表演可看,同时丰富三清山夜间旅游内容。其二,用红军历史故事感染人。怀玉山曾是红十军浴血奋战之地,留下了不少可歌可泣的感人故事。考虑到目前江西省尚无红十军相关纪念场所,建议在怀玉山云盖峰和玉琊峰分别建设红十军史馆和廉政教育主题馆,讲好红十军和方志敏清贫故事,将其纳入怀玉山爱国主义教育示范基地改造提升项目中,同时积极推进将怀玉山红色旅游建设项目纳入国家相关红色旅游规划和红色旅游经典景区名录,争取申报成为全国廉政教育基地。其三,用研学度假项目留住人。目前三清山主打生态型的山岳观

光旅游产品,人文和体验型旅游产品不足,怀玉山可充分彰显“朱子国学”的文化特质和“美丽江南高原”的休闲特质,打造文化旅游新亮点,主推以研学度假为定位的差异化旅游产品,开发森林度假项目,配套发展乡村旅游,力争打造成华东有品位、有内涵的研学度假胜地。

二是着力打造精品旅游线路。其一,将怀玉山纳入三清山一婺源一景德镇“最美之旅”线路,怀玉山旅游形象和口号方面可突出“怀玉清贫山”和“江南高原红”概念。其二,将怀玉山与横峰县、弋阳县方志敏革命遗址串联起来,推出方志敏红色精品旅游线路,主打廉政教育和红色旅游。其三,推出朱子研学旅游线路,将上饶市铅山县鹅湖书院、章岩寺,信州区信江书院,鹰潭市贵溪市象山书院,弋阳县南

岩寺,玉山县怀玉山等与朱熹讲学著书相关的历史文化资源整合起来,主打文化研学和国学体验旅游。

三是积极开展联合营销。其一,注重分层次营销。因地制宜,因“城”施策,按照“巩固中心城市、覆盖周边城市、开拓境外城市”的思路,根据不同城市的市场定位、文化需求,确定联合营销方式、营销内容以及营销强度。其二,强化节点位势营销。顺应现代人的出行节奏,在城市与城市之间的交通干线,如沪昆高铁和京福高铁沿线站点与重要城市机场新航线等节点,加大旅游宣传力度。在候车(机)大厅中设置与三清山并列的宣传海报,树立怀玉山是三清山“姊妹山”的旅游形象,打响“三清山下玉日游”的宣传口号。其三,加大高密度叠加营销。把握新媒体营销的趋势和特

点,充分利用新技术新手段形成多渠道高密度的叠加效应,实现营销网络的全媒体覆盖。同时积极参加省、市各层级的旅游推介活动。

四是构建协同管理机制。目前,怀玉山管委会(正科级)隶属玉山县人民政府,三清山管委会(正县级)直接隶属上饶市政府,行政级别位差和不相统属的关系容易导致整合开发、组合线路、联合营销等工作难以协同。因此,有必要从市级层面建立联合协调机制,促进旅游资源由分散开发向整体开发转型,着眼于更大区域范围的竞争和合作格局,强调整体性、协同性和系统性,构建产业互动、城乡互通、内涵互补、形式互助的“大三清山”旅游发展格局。

(作者单位:上饶师范学院,南昌大学,江西省旅游集团)

创新推动旅游业提质升级

□ 张洪昌 王健

随着国家相继出台的一揽子政策措施叠加发力,我国旅游业复苏势头明显。当前,要进一步加强产品创新、模式创新、业态创新和科技赋能,推动旅游业业态提质升级,加快促进旅游业全面复苏,为旅游业高质量发展提供重要支撑。

一、加强产品创新,提升旅游接待供给能力

一是持续推进高A级旅游景区(度假区)创建,聚焦拳头产品,打造一批具有较强市场竞争力和品牌知名度的精品景区。以高A级旅游景区(度假区)创建为引领,聚焦短板弱项,夯实配套设施和服务水平,提升目的地旅游品牌。二是做强酒店住宿业。在规模较大的城市布局高端酒店,提升酒店附加值和品质,推广酒店智能技术应用,以满足高端消费人群的需求。引进具备先进管理模式的连锁酒店,加速中端连锁酒店的市场渗透,加强规模化和平台化运营。提升乡村旅游游客的旅游消费需求,还承担着城市文脉延续和展示等使命,商文旅体娱融合成为必然。其次,从空间形态来看,城市休闲好去处既自成体系,又与周边生活区、商业区、公园、绿地等互联互通、浑然一体。可以预见,未来“休闲好去处+”和“+休闲好去处”的城市空间形态将愈发普遍。最后,从运营模式来看,传统的线下运营显然已无法满足城市休闲好去处发展的需要,线上线下融合运营不仅是电商时代的必然,也是应对新冠疫情等特殊社会公共事件的有效举措。

二、加强模式创新,推动旅游消费升级

一是发展夜游经济。依托城市商圈和旅游景区,打造夜游品牌,培育新兴文化旅游消费热点。通过多方合作,嫁接多方资源,优化行业生态,拓宽旅游业态触达消费者的渠道,提升消费转化能力。运用光影创新技术,设计策划沉浸式体验场景,丰富景区夜间游览内容,提升商业主题化与消费场景化运营能力。推出高质量的音乐喷泉、篝火晚会、实景演艺、特色民宿、房车体验、帐篷露营地、文创集市等夜游产品。二是深化文旅融合。依托自然资源禀赋和文化资源特色,打造独具地方特色的文旅融合发展模式。以非物质文化遗产保护传承和开发利用为重点,将传统文化与现代元素有机结合,突出文化场景再造和消费空间重塑,打造一批独具地方特色和市场潜力的文化旅游体验产品。三是开展产业链招商。推广“链长制”管理机制,实施项目固链、龙头企业引链、产品业态延链、数字强链、人才兴链、金融活链、品牌塑链。以重点项目为抓手,找准行业头部企业、上市公司,把最优质的资源嫁接到优强企业上。精准查找和弥补产业链的薄弱环节,聚焦旅游装备制造、接待服务配套、旅游商品等领域,打造旅游产业集群。

三、加强业态创新,拓展旅游产业链价值链

一是秉持创新发展理念。坚持业态创新思维,把握时代之脉,解决游客所需,创造良好的消费环境和市场氛围,推动旅游业态和产品创新发展。打造内容为王、体验性强的小型化、小众化、高端化、精品化旅游新业态,突出旅游供给的品质化、健康化、主题化、深度化、定制化、智能化、潮流化。二是加大旅游新业态开发。聚焦康体疗养、休闲度假、文化体验等旅游市场需求趋势,围绕家庭、亲子、户外、康养等细分客群,加强垂直领域的产品设计和体验升级。推出一批开发规模小、面向特定专业旅游

群体的精品项目,挖掘一批“小众秘境打卡地”。积极发展体育旅游,开展低空飞行、跳伞、蹦极、天坑秋千、攀岩、溯溪、洞穴探险、滑雪、皮划艇等户外运动,满足旅游消费升级下的个性化与深度体验需求。三是加大内容生产和场景再造。打破时间和空间限制,不断升级文化旅游消费体验,进一步扩展文化旅游消费场景。在各类科技手段赋能下,丰富游览内容,营造有序的旅游空间和消费场景,通过创造新空间、新模式、新体验,有效促进旅游业态升级。

四、加强科技赋能,完善旅游现代化服务体系

一是推进智慧旅游建设。依托5G、VR、人工智能、物联网、大数据等“新基建”,发展数字景区、数字博物馆等“非接触式”、沉浸式体验型旅游产品。专注于细分旅游市场内部、市场之间的一体化运营能力,利用数字化提升客户洞察、需求预测、集中采购、产品设计、精准营销等方面的能力,发挥智慧旅游的灵活、高效、低成本优势。二是加大旅游数字化平台建设推广。提升旅游服务平台的覆盖面和使用率,做好产品供给端和消费需求端的有效衔接。通过数字化应用和服务,实现平台效应,发挥大数据的集成、分析、沉淀、积累功能,帮助景区进行管理决策。及时更新和发布景区动态资讯,提供人性化、专业化的线上服务,实现线上为线下引流、线下回馈线上的闭环。加强新媒体营销力度,增强与游客的互动,实现旅游产品和服务的价值共创。三是提升旅游智能化管理水平。建立健全旅游信息化标准体系,依托游客大数据的采集分析,完善旅游预警机制,提升旅游管理科学化水平。加强旅游大数据治理和智慧监管,完善涉旅舆情和投诉处理综合协调机制,促进旅游管理的精准研判、科学决策和高效人性化服务。

(注:本文系贵州财经大学科研项目“基于演化博弈的文化旅游生态补偿机制研究”[2021KYQN08]的阶段性成果。)

(作者单位:贵州财经大学)



浙江大学
ZHEJIANG UNIVERSITY



THE HONG KONG
POLYTECHNIC UNIVERSITY
香港理工大学

合作办学

亚洲特色·全球视野

酒店及旅游管理博士 学位项目

Doctor of Hotel and Tourism Management (D.HTM)

香港理工大学酒店及旅游业管理学院
招生宣讲会暨校友春季论坛

时间: 4月15日
北京万达文华酒店

时间: 4月19日
成都海湾大酒店

详情咨询
联系人: 高老师
咨询电话: 0571-8827 3322
报名邮箱: mingao@zju.edu.cn



广告

声明

因我司(赣州瑞宏文化发展有限公司)在景区门头、设施设备及宣传标语中突出使用“江南宋城”“江南·宋城”等字样或标识,宋城演艺发展股份有限公司以商标侵权及不正当竞争为由将我公司诉至法院。

因我司的行为给宋城演艺发展股份有限公司造成了不良影响,我司在此刊登声明,表示歉意。

特此声明!

赣州瑞宏文化发展有限公司
2023年2月27日