

无人机配送进景区“主题公园之都”深圳持续创新

从传统旅游资源竞争力的角度来看,能成为著名旅游目的地城市,或者具有名山大川等自然资源,或者具备悠久的历史积淀。深圳建市仅40余年,却在全国众多的旅游城市中,走出了一条深圳特色的创新之路,常年与北京、西安等历史文化名城一起入选假期热门国内旅游目的地。2023年五一期间,深圳共接待游客518.22万人次,实现旅游收入38.85亿元,同比分别增长107.80%、114.05%。按可比口径,旅游接待人次、旅游收入与2019年同期相比增长16.36%、10.85%,创五年新高。

不仅如此,深圳近年来还受到了海外旅行者的追捧,据世界旅游联盟发布的《2019中国入境旅游数据分析报告》显示,2018年,深圳市的关注度涨幅位居全国之首。2019年,深圳被国际旅行杂志《孤独星球》列为全球十大最佳旅行目的地城市,也被列为全球十大旅游城市之一。

从一个无人知晓的小渔村,到从主题公园起步,深圳创新求变,一步步迈向国际热门旅游目的地,这个过程所展现的,也是这座充满活力的城市所散发出的独特魅力。

持续创新

从微缩景观到无人机满负荷配送

在一片惊叹声中,一架美团无人

机降落在智能空投柜上。等在一旁的女游客快步上前,输入取货码后,取走了自己订购的两杯奶茶。这是今年五一发生在5A级景区深圳世界之窗的一幕。无人机被深圳世界之窗用作



美团无人机在深圳世界之窗进行配送 管乐/摄

“空中配送员”。

深圳世界之窗的无人机配送航线是在五一假期前夕开设,由美团无人机负责常态化运营,用户只需按照过往点外卖的习惯,选择带有无人机标识的商品,即可享受无人机配送服务。

美团无人机相关负责人表示,这条飞入景区的无人机配送航线每天满负荷运转可配送近300单商品,其起点设在景区外约1公里的购物中心益田假日广场,最快5分钟即可将商品送抵景区内。在今年五一假期,无

人机每天都在满负荷运转,商品既包括奶茶、寿司等餐饮,也包括止痒膏、湿纸巾等用品。而在此之前,外卖配送服务无法进入景区内部,游客点外卖要步行10余分钟到景区门口取货。方便快捷是无人机配送对游客的最大吸引力,也满足了当下被市场热捧的“空箱旅行”新需求。

主题公园是深圳主要旅游产品,也是深圳旅游市场兴起的缩影和标志。深圳三大主题公园——锦绣中华民俗村、欢乐谷、世界之窗,均诞生于20世纪90年代前后,带动了全国主题公园

的建设热潮。

不过,随着中国加入WTO,出境旅游越来越便捷,与此同时,国内有不少城市的主题公园因游客急剧减少,最终被迫关闭。中国主题公园研究院等机构联合发布的《2021中国主题公园竞争力评价报告》显示,截至2019年底,中国有339座主题公园,能实现盈利的仅占一半左右。

然而,中国主题公园研究院等机构发布的《2022中国主题公园竞争力评价报告》也显示,在游客量排名前二十的主题公园中,深圳占三席,其中深圳世界之窗名列第四。今年五一,世界之窗游客量突破20万人次。作为一家即将迎来“而立之年”的主题公园,面对新生代主题公园IP的冲击,仍能保持超强的竞争力和游客粘性,创新是其不二法门。深圳世界之窗平均每两年都会开发一个新的娱乐和服务项目,今年五一开启的无人机配送仅是众多创新中的一个。

服务升级 让一日游转向深度休闲游

2022年,深圳发布的《深圳市旅游业发展“十四五”规划》明确,深圳将全面提升旅游综合竞争力,创建国家全域旅游示范区,建设具有全球影响力的世界级旅游目的地。2022年深圳市政府

工作报告也再次明确打造“世界级旅游目的地城市”的目标。

深圳全市开放的3A级及以上旅游景区近20家,但5A级景区仍以主题公园为主。在打造世界级旅游目的地的过程中,深圳要不断提升自身作为旅游城市的吸引力,就需不断创新,改善服务体验,将主题公园景点性一日游转变为深度休闲体验游,让游客想来玩、留得住、还想来。

游客在主题乐园的消费是一种综合消费,由门票以及餐饮、购物、车辆租赁等“二次消费”共同构成。在国外,门票消费仅占主题公园收益总额的50%左右,而国内很多主题公园仍以景点的方式运营,门票收益占80%以上。中山大学旅游学院副教授梁增贤曾表示,高度依赖门票收入容易产生门票经济依赖,导致国内主题公园整体盈利水平较低。同时,门票收益占比过高也反映出国内主题公园普遍在“二次消费”商品品类供给上存在改善空间。

今年五一,深圳世界之窗让无人机配送进景区,或许将提供一个可行的创新性解题思路。美团无人机相关负责人表示,随着无人机在景区场景中落地运营模式的进一步成熟,更多品类的餐饮、零售商品等将通过无人机进入更多景区。

四川甘孜丹巴:小民宿撬动大经济

近年来,四川省甘孜藏族自治州丹巴县以“古碉·藏寨·美人谷——中国最美丽乡村”为核心品牌,以“一县三区创建”为工作契机,以全域旅游和乡村振兴为抓手,大力发展乡村旅游,特别是民宿产业,乡村民宿不断转型升级,乡村文化旅游的内涵不断提升,市场认知度日渐提升,高端深度体验游客不断增加,旅游业已经成为县域经济支柱产业、乡村振兴希望产业、群众致富阳光产业。

党政合力 齐抓共管

丹巴县高度重视乡村旅游的发展,把乡村旅游作为头等大事来抓来办,从人力、物力和财力给予了大力支持和倾斜,并建立了党政一把手任双组长的文旅融合工作领导小组;每年安排不少于500万元旅游专项发展资金,重点用于乡村旅游和民宿经济发展;制定了《丹巴县民宿国际旅游目的地总体规划暨重点村落特色民宿发展规划》,不断修订完善《丹巴县民宿提档升级管理办法》,对全县民

宿行业作出科学规划和具体指导,并对甲居、中路等重点民宿接待点位编制了详规,同时出台了《关于进一步加强农村宅基地审批和传统民居建筑风貌保护工作的意见》和《关于加强村寨民居传统建筑风貌保护工作的通知》,最大限度地保护了民宿的形和文化的魂,做到形神兼具。

内活外联 完善设施

丹巴县始终把旅游交通作为基础建设的重中之重,近年来累计投资或向上争取投资达5亿多元,实施完成了景区道路、景区步道游道改造,逐步实施了甲居大环线旅游公路、党岭景区旅游公路、莫斯卡景区旅游公路建设,总里程100多公里,内活外联的交通环境日益提升。组织实施了一批游客中心、观景平台、步道游、旅游厕所等旅游基础设施建设,进一步完善乡村旅游标识标牌建设。设施的不断完善和环境的日益提升,为丹巴县发展乡村旅游和民宿经济奠定了坚实的基础。

品牌创建 提质增效

围绕“政府引导、群众主体、市场主导、提质增效”的发展思路,丹巴县通过加水、加绿、加文化、加设施、加人才等举措,大力开展旅游品牌创建工作,先后获评“四川省乡村旅游强县”“天府旅游名县候选县”,创成国

家4A级旅游景区1个、国家3A级旅游景区2个,甲居镇甲居二村、墨尔多山镇基卡依村先后被评为全国乡村旅游重点村,创建丹巴美人谷省级旅游度假区,甲居镇成为首批天府旅游名镇,拥有中国乡村遗产酒店1家,省级乡村酒店四星级17家、省级乡村酒店三星级12家,县级星级挂牌户共计88家。

不拘一格 聚人聚财

发展乡村旅游和民宿经济,需要“环境、资金、设施、观念、人才”五大基本要素,从长远看,关键在于本土人才的培育和聚集。为此,丹巴县把本土有识之士、企业家参与和大学生返乡创业作为聚人聚财的重中之重。

德吉毕业于川北医学院,2016年底,她回到丹巴县开办了民宿德吉康瓦。喜悦秘境民宿是由一幢藏式民居改造,房屋内部装饰体现出浓浓的传统文化,外部则与周边的农房、田园和古碉整合在一起,陈志便是这座民宿的经营者。他在西藏拉萨工作多年后,一次偶然到丹巴旅游,看见丹巴美丽的田园风光,毅然留在这里创业。

德吉康瓦、喜悦秘境只是丹巴民宿产业的一个缩影。截至目前,丹巴县共邀请20多名丹巴籍公职人员或企业家回乡对当地村民进行思想统一、理念创新和产业引导等工作,累



丹巴县藏寨民居 杨永刚/摄

计动员大学生返乡创业发展乡村民宿25户,对外招商引资发展30户。大学生返乡创业和招商引资企业为丹巴群众发展乡村旅游和民宿接待带来了创新的理念和先进的管理,同时也带来了更大的市场,这些立足长远和根本的务实举措有力促进了乡村旅游和民宿业的快速发展。

此外,丹巴还成立了民宿联盟协会,采用规范标准、分散经营、统一管理、集中营销的运行模式,实现抱团发展。目前,在甲居镇成立的美人谷“甲居民宿分联盟”就有50户民宿加入其中。

丹巴县通过大力发展民宿产业,使之成为继承发扬丹巴文化的有效

载体,推动文化和旅游深度融合,助推全县旅游业发展。“农村就是景区,农业就是景点,农民就是旅游从业人员”的理念在丹巴已经深入人心,“全域旅游走村入寨、乡村接待四面开花、民宿经济如火如荼”的产业格局已经形成,营造了“村村寨寨发展旅游、家家户户参与民宿”的良好氛围。

2022年,丹巴全县接待游客301万人次,实现旅游综合收入33亿元,旅游从业人员1800多人,全县群众因旅受益达70%以上,旅游直接从业人员增收达3万元以上,高档民宿、示范户年收入突破200万元,初步形成了“旅游惠民”的全域增收产业体系。

(降初泽郎)

四川万源:旅游厕所智慧升级 公共服务更有温度

融入文化元素、彰显环保理念、凸显智慧管理、体现贴心服务……时值草长莺飞的大好时节,四川省万源市再度迎来旅游热潮,各大旅游景区和乡村景点吸引着四面八方游客。旅途中,该市的旅游厕所覆盖率和卫生环境也引得不少游客称赞。

小小厕所,方寸之地,系着民生,连着文明。自2021年以来,万源市将发展全域旅游、创建天府旅游名县工作作为“一把手”工程,常抓不懈、持之以恒推进“厕所革命”。目前,该市

旅游厕所数量大幅增长,规划和布局更加合理,旅游厕所电子地图基本实现全覆盖,人性化程度明显提高,旅游厕所体现出美观性、人性化、环保实用等特点,整体面貌焕然一新。

因地制宜 建筑设计景观化

在推进“厕所革命”过程中,万源市因地制宜,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谐,成为景区的“景中景”。

森林木屋厕所、绿色生态厕所、石头房子厕所……走进万源市各大风景旅游区,一座座新建、改(扩)建的旅游厕所外

观十分精美,成为一道别样的风景线,大幅提升了各地游客来万源旅游的满意度和舒适度。

“万源的旅游厕所不仅整洁干净,就连各项设施也跟大城市没有差别。”谷雨节气后的一个周末,张女士带着家人从陕西紫阳自驾来万源市茶文化公园游玩时由衷地感叹。

“万源市拥有得天独厚的文化和旅游资源,不能因旅游厕所的数量和功能缺失影响全市的旅游形象和品牌。”万源市城市发展中心主任廖国盘说,自创建“天府旅游名县”工作启动以来,全市就把旅游厕所建设作为改善公共服务设施、提升旅游形象的文明工程和民生工程,有力提升了旅游服务品质。

按照“建一厕添一景”的思路和要求,万源市根据辖区内原有的旅游厕所实际情况进行规划设计与改造提升,通过资金整合,在全市旅游景区、旅游交通沿线、旅游集散地,充分考虑游客需求,提升改造旅游厕所。截至目前,全市建成旅游达标厕所30余座。

“每个旅游景区都具有独特的自然和人文特色。”万源市旅游景区管理中心主任杨广君介绍,景区内的旅游厕所都是根据当地资源特色建造,不仅实现了与周边景观和谐一致,也成为吸引游客的独特建筑景观,成为

万源景区中的“景中景”。

贴心暖心 服务周到人性化

增设第三卫生间、完善无障碍设施配备,让服务更贴心;配置移动厕所、安排专人应对旅游高峰期,让服务更暖心;围绕环保、健康等要求定时消杀,让服务更放心……万源市众多景区将旅游厕所作为提升景区形象的重要抓手,用心用情做好服务工作,优化游客的旅游体验。

万源市太平记忆民国风情街是城区内的一处人气景点,日常往来游客较多。当地在原有厕所的基础上进行扩容改建,规划面积从原来的10余平方米增加至60余平方米,实现旅游厕所空间布局更加合理。

“我们修建了公共卫生间,男厕所4个蹲位,女厕所6个蹲位,达到男女厕位2:3要求,进一步解决了女性游客如厕难的问题。在第三卫生间,我们设置了安全杆、婴儿多功能台及应急呼叫器。此外,我们还在旅游厕所中增设了自动喷香机,定时自动喷香,消除异味。在卫生间的公共休息区,还摆放有休息座椅、直饮水机及便民设施。”万源市正建建筑工程有限公司副总经理李清华介绍,太平记忆民国风情街的旅游厕所建有管理用房,另外配备了家庭卫生间和无障碍通道,能够有效解决游客的如厕需要。

走进国家级自然遗产地、国家地质公园、国家4A级旅游景区八台山,石木结构外墙风格的旅游厕所与景区的地貌景观融为一体,成为一道新的风景线。厕所内部空间,除了第三卫生间外,烘手机、洗手液和废弃物收集容器等也一应俱全,提升了游客如厕体验。

智慧升级 管理创新智能化

“我在手机上就能看到哪里有厕所,距离多远,节省了很多时间,太方便了,这让我可以更惬意地欣赏龙潭河的美景。”在“大巴山第一漂”万源市龙潭河景区游玩的杨女士说。

通过旅游厕所人性化、智慧化打造上下功夫,万源市有力推动了旅游厕所从量到质的转变。“厕所革命”与智慧旅游相结合,实现了节能化、智能化和除臭化,并设计了第三卫生间、残疾人专用卫生间、供暖系统、烘干机等,处处彰显着人性化、智慧化的设计和服务理念。

通过旅游厕所所改造及服务提升工程,万源市实现了硬件设施、软件服务的双提升。全市不断健全旅游厕所长效保洁维护机制,实行“一人一厕、专人专管”模式;探索“互联网+”模式,实现旅游厕所信息全上网,游客点开手机地图就能随时随地寻找附近旅游厕所;不断完善儿童坐便

器、低位洗手盆等。“软硬兼施”带给游客更舒适的如厕体验。

2023年,万源市新采购4座智慧厕所,设置在龙潭河、茶垭高速公路出口、红军公园、八台山景区。同时,按照旅游景区厕所标准,改造现有厕所内部空间布局,增加家庭卫生间、储物间等功能性用房,卫生器具改装智慧感应系统。截至目前,万源市已完成对《旅游厕所管理系统》内的厕所打点并上传百度地图平台,标注率100%。

“万源市不少景区都积极探索了旅游厕所的智能化,如引进电子地图标注,解决游客找厕所难题;采用高科技进行污水废气处理,做到绿色低碳;收集客流情况,优化提高旅游厕所使用效率等。”万源市文化体育和旅游局局长樊成介绍,全市各景区持续推进旅游厕所智能化,利用互联网技术手段实现动态管理,实时收集旅游厕所卫生状况、游客反馈等指标数据,不断提升科学管理水平,提升景区吸引力。

随着“天府旅游名县”创建工作的深入推进,万源市不断扩大旅游厕所建设数量,提升厕所建设等级,提高厕所管理维护能力,督促旅游景区提升厕所管理服务水平,有效助推了创建工作和旅游业发展。

(马发海 张瑛)



龙潭河风景区下码头旅游厕所 冯梓榕/摄