

无人机外卖给景区商业生态带来什么

□ 本报记者 曹燕

游客在景区点外卖,已不再是新鲜事。关键在于,游客去哪里取餐。往往是外卖小哥无法进入景区,游客要去检票口取餐,或者注明是哪个出口处。而今年以来,多家景区上线了无人机外卖,无人机直接把景区外的商品配送到景区内——想象力又向前走了一大步,这本身对游客而言也是非常新奇的体验。游客在景区点的外卖,不仅有美食,还有旅途中急需的物品,这也是游客对旅游目的地本地生活探索的重要切面。游客在景区点外卖,会不会带动景区商业生态的改变呢?

黑科技体验

“很多游客喜欢体验在景区点无人机外卖的科技感和仪式感,觉得是很新奇的‘空中来客’,拍照的游客很多。特别是来自中西部地区的游客,可能在日常生活中很少看到无人机的应用。”深圳世界之窗市场部宣传室经理唐万才说,无人机外卖有固定的航线,从毗邻世界之窗景区的益田假日广场起飞,配送时间仅需5—10分钟。因此,在深圳世界之窗景区经常可以看到这样的风景——不少游客举着手机对准缓缓降落的无人机拍摄。

无人机外卖直达游客,不再是快闪类的品牌活动,而是景区旅游消费的日常。唐万才介绍,去年10月,深圳世界之窗与锦绣中华两家景区和美团无人机合作了快闪活动,现场效果不错,不少游客反馈说:“之前在新闻中看到,在一些重大节庆时刻,深圳会有无人机灯光秀表演点亮夜空,但是不知道在景区已经可以体验无人机送外卖了。”“无人机外卖吃什么不重要,重要的是体验了一把黑科技。”

今年,无人机外卖在深圳世界之窗、深圳欢乐谷、锦绣中华、东部华侨城、深圳人才公园景区实现了常态化运营。游客不出景区,即可品尝到美味佳肴。

在景区点外卖,并不稀奇。00后游客小弥说:“我去一些城市里的景区玩,经常会点外卖,可选择项多,性价比更高。但因为外卖小哥无法进入景区,我需要到检票口取餐,或者在订单备注里注明是哪个出口,结果经常会弄错,毕竟我和外卖小哥都不太熟悉景区的方位。”

无人机外卖将游客的体验感拉满。据美团无人机商业战略相关负责人介绍:“以前游客在深圳人才公园下单外卖,存在收货地址难定位的问题。‘第4个路灯’‘第6棵大树’等定位很常见,外卖员在公园内想准确找到这些位置需要很长时间,这让用户体验难以得到保障。”使用无人机配送后,游客只需要走到公园内的空



深圳世界之窗景区无人机外卖取餐点 管乐 摄

投柜取餐即可,不仅省去了大量的沟通时间,配送时间也能较过往压缩近一半。

有益的补充

采访过程中,有游客也提到了一些景区餐饮本身存在的问题。“又贵又难吃,可能觉得是一锤子买卖。”“在景区消费,如果让我花120%的价格享受100%的服务,我肯定接受,但是花120%的价格让我享受50%的服务,我不会接受。”因此,不少游客宁愿点景区外餐馆的外卖,再走到景区检票口取餐。

一位景区从业者坦言:“大部分景区餐饮是景区营收锦上添花的部分,多年来也经常被游客诟病。现在即使是远离城市的山水型景区,因为附近有城镇,越来越多的游客也开始点外卖,而且不限于餐饮,这对提升游客体验感也有益处。另外,外卖对景区餐饮的提升也是个契机,为什么游客愿意点外卖,是景区应该好好反思的问题。”

当外卖服务可以直达景区内,是否会对景区商业生态造成影响?据唐万才介绍,深圳世界之窗空投柜是在微缩景观尼亚加拉瀑布前,这个点位于园区中心附近,商业配套不多。

另外,他提到:“我们会把控外卖的品类,和景区商业形成有益的补充。无人机外卖满足了游客多元化、个性化的需求,我自己也经常下单。”值得一提的是,由于配送时间压缩,也有利于食物的保鲜。

不只是餐饮,在深圳世界之窗,外

卖品类中还加入了湿巾、隔汗巾、防蚊贴等家庭出游常用品——这也是景区对旅游消费需求的洞察。作为深圳的文旅符号之一,深圳世界之窗的主力客群之一是亲子客群。“我们之前就观察到,很多年轻的父母带着孩子来景区,他们的需求非常具体细微,我们也希望通过加入更多的外卖品类,提升游客的体验感。”唐万才说。

事实也的确如此,随着国内旅游消费快速升温,景区内消费需求呈现出多元化、智能化等新特点。如今外卖服务日益完善,人们对于这项服务的依赖程度与日俱增,除日常居家必不可少外,即便是旅游在外,很多人也会在景区、民宿等附近通过外卖采购母婴产品、洗漱用品、手机数据线等必需品。

营销的利器

景区也有引入外卖的现实需求。今年夏天,吉林长白山景区引入无人机外卖,起飞点位于长白山万达国际度假区太阳广场,用户在距起飞点约1公里远的度假区露营地或酒店下单,几分钟即可收到餐品。长白山景区管委会一位工作人员提到,引入无人机外卖,有利于景区的生态保护。据了解,无人机空投点布置有餐饮处和垃圾投放处,这样的设计本身也是展示景区践行文明旅游成效的窗口。

一个景区如果引入了无人机外卖,本身就会成为宣传营销的亮点,并带动相关旅游产品的销售。据介绍,今年暑期,长白山景区上线了7折起

的无人机配送的单人外卖套餐以及度假区的相关玩乐项目。这项服务一时引得不少游客前来“尝鲜”,也提升了景区品牌知名度。

因为体验感的新鲜,游客纷纷自发在社交平台上传景区无人机外卖。唐万才介绍,今年因为无人机外卖,深圳世界之窗登上了好几次热搜,引发传播热度。

当然,目前景区引入无人机外卖还不多见。据美团无人机商业战略相关负责人介绍,无人机外卖还处于市场发展初期,作为低空经济,航线需要多个部门审核通过。另外,景区及所处城市的支持也很重要,深圳在2023年政府工作报告中明确提出建设低空经济中心。

但外卖本身已经成为景区业态重要的补充。据报道,去年国庆假期,外卖成了不少人“空箱旅行”的神器。不仅是食物外卖,数据显示,去年国庆假期送往景区露营地的外卖订单量同比增长超过两位数。此外,露营相关商品销量同比去年增长215%,便携式烧烤炉、驱蚊液、野餐垫、折叠桌椅、钓鱼竿等成为销量最高的商品,烧烤架、飞盘等销量同比去年增长10倍以上。

北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋提到,伴随着各类消费业态升级,人们出游的灵活度和探索欲越来越强,休闲度假和本地生活需求正在走向融合,游客通过挖掘本地平台的丰富供给,可以获取丰富的旅行体验。景区外卖,正是体验当地生活滋味的一个入口。

店铺,还免费提供培训,如果游客评价高、产品卖得好,还有额外奖励呢。”28岁的大河村村民李敏结束务工,回村和母亲开了一家小吃店,每天忙得不亦乐乎。据介绍,在旅游旺季,大河村日接待游客突破5000人次,年接待旅游人数突破50万人次,被评为全国乡村旅游重点村、山西旅游示范村等。

在城会药茶山庄,全国各地的戏曲爱好者慕名而来,听戏曲、唱大戏、品药茶,在太行山村落中诗意栖居。游客吕旺林说:“城会药茶山庄的空气非常新鲜、气候凉爽,是康养旅游的好地方。”

在大景区的带动下,壶关县拥有大峡谷镇1个全国乡村旅游重点镇,大河村、南坪头坞村2个全国乡村旅游重点村,还有4个省级乡村旅游示范村。今年,壶关县峡谷风情游线路入选文化和旅游部推出的“乡村四时好风光”全国乡村旅游精品线路。

张宏方表示,壶关县将立足得天独厚的自然人文禀赋,坚持文旅和康养深度融合,积极引进大型文旅项目,全面整合优质文旅资源,不断推动“一城、三区、三廊、十大文旅康养小镇、百个乡村旅游示范点”迸发新活力。

为打造民宿集群,形成产业链条,2022年,壶关县制定出台了《推动旅游高质量发展加快民宿品牌建设十条意见》,相关奖补政策的兑现,大大激发了市场活力。目前,壶关县各村镇在景区周边、太行一号旅游路沿线培育了宋雅未央、拾光小院等一批“小而特、精而美”的精品民宿,全县各类民宿(农家乐)达到300余家,床位数达到1万余张。

以旅游带动农业、发展民宿,实现了农房变客房,产品变商品,让村民在家门口吃上了旅游饭,走上了致富路,为乡村旅游注入了活力。

刚刚过去的超长假期,泰山景区迎来客流高峰。早在9月16日21:06,泰山景区内年累计接待进山游客突破700万人次,同比增长268%,比2019年同期增长133%,再次刷新年度进山游客量最高纪录。

近年来,泰山景区牢固树立“游客需求就是景区服务追求”理念,开展旅游环境优化提升活动,实施经营服务业态、经营服务行为、旅游环境、全山服务意识四大类15项整治提升,通过提升旅游服务质量,打造旅游品质亮点,努力打造旅游高山、文化高山、精神高山,建设彰显泰安优势特色的世界级旅游景区。

服务智能

“欢迎光临!”验身份证、通过闸机,自助检票秒进景区,这已经是泰山景区进山口常见的一幕。今年暑期,泰山景区构建的以假日智能指挥、防火智能调度、旅游智慧服务为核心的智慧泰山综合管理体系“上岗”运行,有序应对了高客流量带来的考验。泰山景区在主要入口部署智能闸机,游客预约购票后无须取票换票即可自助检票,在几秒内快速入园。为方便游客,泰山还实行3天内可凭门票多次入园游览等措施,不仅帮助景区进行精准化的票务管理,还能为游客节省来回检票的时间。

为了让游客能体验到“一部手机在手,畅游泰山无忧”,泰山还建成了全国首个“无证明智慧景区”,学生游客在网上购票进行学籍信息认证后,即可在线购买学生优惠票,到景区现场不再需要人工核验学生证。免取票、多次免费进出、免“证明”……泰山景区综合部副部长宋磊介绍,泰山的网络售票率超过90%,科技不仅带来了便捷,提升了游客体验,也帮助景区提升了管理效率。

泰山是一个24小时开放的景区,为了更及时全面地掌握客流总量与分布情况、保障游客的安全与景区秩序,泰山智慧旅游研究院专门研发了景区客流热力图指挥系统。该系统不仅能实时统计景区各景点游客量,还能在三维云平台上生成景区客流热力图,直观清晰地展现客流分布情况。这一指挥系统为超前指挥提供了决策指引和准确信息,有效保障景区成功应对五一、十一等节假日的高峰客流考验。

智慧旅游的发展也将泰山奇观带到游客眼前。泰山日出、云海玉盘、晚霞夕照、黄河金带,泰山四大奇观美不胜收,但也难得一见。“云海泰山”产品将美景定格。

泰山景区还应用了延时摄影技术,实时拍摄景区图像,快速合成延时视频,短短的十几秒,就能呈现出历时一两个小时泰山日出过程。“游客不仅在10余秒内感受到泰山之耀的景色变化,还能获得与现场驻足观看不一样的感受,比如延时视频中,泰山原本的云海移动,会变得更为明显,呈现出更大气磅礴的云海翻腾景象。”宋磊介绍,目前,泰山景区实现了8处高清直播点位的网络延时慢直播,包含泰山旭日、云海、奇云、雾凇、落日等极具特色的景观。

体验多元

3D裸眼效果沉浸式领略泰山的人文文化和春夏秋冬的奇幻美景,山川、河流、四季、云海日出等场景美轮美奂……在刚刚建成试营业的幻境泰山沉浸式体验馆里,游客被深深震撼。幻境泰山互动沉浸空间,营造了沉浸式、交互式体验场景和“元宇宙”体验空间。

泰山景区文旅部副部长苗青介绍,“幻境泰山”主题数字沉浸式体验馆将发挥“增容扩效”的功能,拓展延伸至非遗、青少年公益课堂等方面,打造景区的数字会客厅。

对数字藏品的探索,也是泰山景区将景区资产进行线上转化的努力。泰山作为世界文化与自然双遗产,景区的石刻、古树名木以及历代帝王封禅在泰山上所留下的古迹,都具有高知名度。景区已与多个平台合作,将泰山的拱北石做成形象化的

走好通往『顶流』之路

——泰山景区刷新年度进山游客量背后

□ 李晶媛 宋其刚

线上拱北石,进行线上限量销售,受到游客欢迎。

泰山国际登山节是全国知名节庆品牌活动之一,更是泰安一张靓丽的城市名片。自1987年首次举办以来,已经走过36年。以“登泰山 观天下”为主题的第37届泰山国际登山节近日在泰安举办。戏曲、舞蹈、剧目展演展示活动,提升了文化“份量”,增强了登山节的“厚度”;演唱会、音乐会、丰收节、品桃节、美食节等丰富多彩的文旅活动,汇聚了节庆人气。游客纷纷评价:“泰山十分生动。”

“温暖”升级

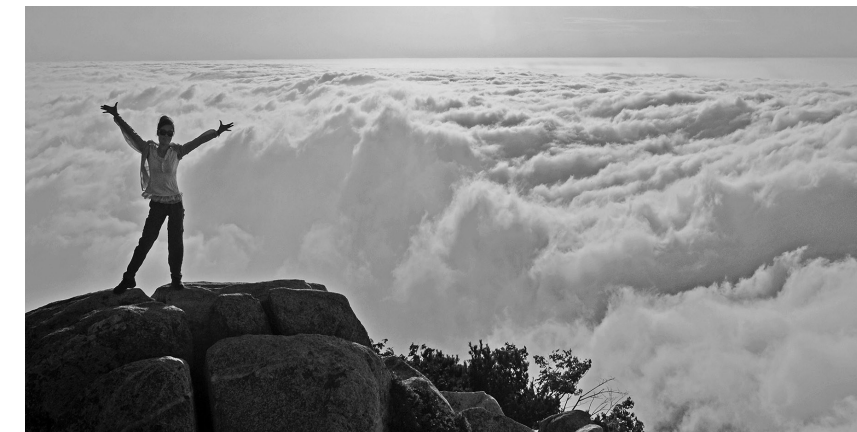
夜幕降临,泰山山顶气温骤降,冷风嗖嗖,保暖、防风、防水的防寒服成为夜登泰山游客的必备。“我每年都爬泰山去看日出,以前在山顶上只能租到年代感比较久远的黄大衣,这次爬泰山,让人耳目一新的是黄大衣不见了,在商店里的到处是美观轻便的羽绒服,这种防寒服穿起来既防风又保暖,行动还方便。”泰山学院大三学生王睿雪说。

今年以来,泰山景区通过公开招标的方式,推出了具有泰山文化元素的保暖、美观、抗污、便携式御寒服,首批2000件供游客租用。御寒服面料整体耐磨、保暖、防风、防水,易维护易打理。内里充丝绵内胆,加帽款式、衣长过膝,展开可做被褥。为确保游客穿得放心、舒心,御寒服归还后统一集中进行紫外线消杀,每3个月进行一次专业清洗。游客还可通过泰山景区线上小程序,对御寒服进行预订,选择租用时间和衣服数量,到达指定点位后领取御寒服。

“为最大程度方便游客租退御寒服,景区内暂定设置12处御寒服租退点位,由泰山旅游集团对12处经营点位进行统一经营管理,联合管理局、泰山景区执法局、泰山景区公安局、泰山景区市场监管局多方协作,营造高品质旅游环境,提升泰山旅游品质,让游客穿得更温暖更放心。”泰山风景名胜区管理委员会副主任李峰说。

近年来,泰山景区还邀请知名专家团队完成登山安全照明论证设计,策划地方政府专项债券项目,助力文物三防、古树保护、厕所改造、景区亮化等基础设施整体提升;多措并举固放心消费“泰山模式”创建成果,打造“天衡计量 信如泰山”诚信计量示范一条街等。

泰山风景名胜区管理委员会党组书记利群表示,下一步景区将瞄准创建世界级旅游景区目标,依托泰山品牌IP,做好“泰山+”的文章,坚持高质量发展,规范经营服务秩序,不断提高精细化管理、旅游服务智慧化水平,全力营造舒心安心游览环境。围绕山岳景区的高质量发展及智慧型景区建设,借鉴新做法、新经验,完善新思路、新理念,谋划新举措、新发展。



游客登泰山观日出 本报记者 陈晨 摄

山西壶关大力发展生态康养旅游——

太行深处 激荡着幸福产业的回响

□ 王文华

“美丽的风光和独特的文化给我留下了深刻的印象,我一定会再次踏上壶关的土地,也会到更多地方探索中国的美景,体验不同的文化。”不久前,参加“五洲国际青年太行研学”活动的首都医科大学阿尔巴尼亚籍留学生艾琳说。

巍巍太行,逶迤连绵。壶关地处太行山东南段,八百里太行独特的地理地貌造就了八泉峡、青龙峡、红豆峡等200多处景观景点,赋予壶关发展生态康养旅游产业的资源优势。壶关旅游产业正在逐步发展壮大,激荡着幸福的回响。

融合业态发展

近年来,壶关县以太行山大峡谷八泉峡景区为核心,培育新业态,推出新产品、创造新体验,相继打造了太行山大峡谷写生文化基地、淇水山水康养度假庄园、欢乐太行谷文旅综合体等重点项目。

立足资源优势,2022年,聚合影视拍摄、写生创作、文教产业等多元文化产业板块的淇水文化产业园项目落户太行山大峡谷,项目集酒店、画室、大讲堂、3D影院等设施于一体,吸引了各年龄段人群来此进行艺术交流、开展研学活动。今年7月初,由著名画家王西京担任院长的荆浩画院在太行山大峡谷红豆峡景区成立,并与多家艺术院校签订合作协议,打造太行山国际写生基地。

壶关县还依托赛事节庆,创新融

合发展业态,今年先后成功举办了第八届美丽中国深呼吸小城夏季文化节、八泉文化节、欢乐太行谷音乐节、第二届“太行陶”国际陶瓷艺术文化节等活动。灿烂文化和壮美山水创新融合,为壶关旅游增添新内涵,带动商务游、研学游、生态游等“旅游+”融合业态蓬勃发展。

在7月举行的第八届美丽中国·深呼吸小城(壶关)夏季旅游文化节暨首届太行山山地旅游大会上,京冀晋豫19个市78个县成立太行山山地旅游联盟,推出乡土文化和乡村振兴路线、地质地貌和生物多样性研学路线,全面展现了壶关的生态康养资源优势。

壶关县委书记张宏方在打造省级文旅康养集聚区推进会上提出,要进一步集聚产业要素,壮大市场主体,丰富产品业态,做深产品供给层次,做长产业发展链条,做优文旅康养品牌,把壶关打造成为全省文旅康养集聚区的示范标杆。

形成规模效应

壶关县以太行山大峡谷八泉峡等龙头景区带动、小景点联动,串点连线扩面,打造核心景区、度假区,形成规模发展效应。今年1—9月份,壶关县A级旅游景区共接待游客400.43万人次,比2019年同期增长78.18%。

壶关县太行山大峡谷旅游开发管理中心主任秦志岩介绍,八泉峡景区先后打造了“天空之城观光电梯”“高峡平湖游船观光”“全国最长拐弯索

道”等一批观光项目,形成了“地上看,水中游,天上观,云中行”的立体旅游环线,今年前7个月接待游客87.55万人次,实现了经营收入1.6亿元。

欢乐太行谷景区今年成功入选山西省首批文旅康养示范区。欢乐太行谷总经理张梦楠介绍,景区通过丰富文旅康养产业链,积极打造健康与养老、旅游、互联网、食品等融合发展新板块。如今,在龙头景区的带动下,全县培育出“红色”“绿色”“古色”景区景点200余处,推出了一批乡村旅游精品线路,形成了点线面一体化发展格局。

壶关县修建了116.87公里的太行一号旅游公路,修通太行山大峡谷旅游循环路环线,串联起全县所有核心景区(点),还在“太行一号”旅游公路沿线,布局建设以民俗、避暑、温泉、森林、乡村、中医药等为主题的文旅康养基地。

壶关县文化和旅游局局长郭志毅介绍,目前,壶关县正深入实施A级景区提档升级工程,到2025年,全县将培育20家标准化文旅康养示范企业,10个文旅康养多产业融合的乡村旅游示范村,力争把文旅康养产业培育成为惠及民生的幸福产业。

旅游兴村富民

“一业兴,百业旺。”曾经少为人知的大河村,不仅迎来了游客,也迎回外出务工的游子。

“今年,村里在景区旁开了小吃街,号召自主创业。不仅给大家提供