

低空旅游如何起飞？

□ 本报记者 曹燕



热气球观光游览 甘肃张掖七彩丹霞景区 供图

近年来，一些景区不断解锁低空旅游新玩法，将通航和娱乐有机结合，游客在空中立体浏览美景，感受刺激和惊喜。近日发布的《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》中也提到，鼓励低空飞行等新业态发展。

俯瞰壮美山河

碧空万里，阳光照在甘肃张掖七彩丹霞之上，山谷中缤纷绚烂的热气球缓缓升起，与层次丰富、五彩斑斓的丹霞地貌相映成趣，低空盘旋的直升机游览将七彩丹霞的磅礴之美尽收眼底。

在日前举办的第四届张掖七彩丹霞热气球嘉年华上，热气球和丹霞的结合给游客带来了一场视觉盛宴。精彩的滑翔伞特技飞行表演中，飞行员们驾驶着滑翔伞，在蓝天白云与彩色丘陵间自由翱翔，时而俯冲，时而盘旋，赢得游客阵阵欢呼。

位于天山腹地夏特古道的木扎尔特冰川是新疆最美的冰川之一，但冰川、冰缝、冰塔、冰山，以及汹涌的木扎尔特冰河让游客望而却步。“只有坐直升机才可以看到如此壮美迤逦的冰川，是一次非常难忘的体验。”北京游客李先生感叹。当游客乘坐直升机游览，夏特古道上的雪峰、峡谷、冰川、河流之美一览无余。

这个暑假，北京延庆八达岭机场也迎来了不少来体验低空旅游的客人。从高空俯瞰，八达岭长城宛如一条巨龙蜿蜒于山峦之间，非常震撼。而在山东日照万平口景区，海风轻拂，直升机游览串联起万平口、世帆赛基地、灯塔风景区等海滨风景线。

根据民航局发布的《通用航空经营许可管理规定》，空中游览是指使用民用航空器在以起降点为中心、半径40千米的空域内载运游客进行观赏、游览的飞行活动。

一些业者提到，现有通用机场对5A级旅游景区的覆盖率偏低，仅占到30%左右，更多的是依靠临时起降点。福建省通用航空行业协会理事刘嘉芳提到，滑翔伞、热气球、直升机观光等都属于低空旅游的范畴。“滑翔伞、跳伞属于专业户外领域，对游客来说有门槛。现阶段景区开展空中游览大部分是直升机观光。”刘嘉芳说。

小众市场很“卷”

采访过程中，多位业者提到，目前国内开展低空旅游较成熟的是海南，这和海南推动低空空域管理改革、旅游度假属性强、远距离游客多、客单价高均有关。

近年来，海南飞行审批（备案）程序不断简化，方便通用航空器快捷机动飞行，解决“上天难”问题。据报道，早在2010年，海南就开始推动低空经济，是全国首批低空空域管理改革的试点地区，在全国率先建设了覆盖全省的低空空域空管服务保障示范区和首个军民航双认证的通航飞行服务站。海南省旅游和文化广电体育厅称，纳入海南省航空运动协会低空涉旅项目统计的12家企业，2023年接待游客约2.8万人次，年度总产值约9000万元。

低空旅游对气候条件要求较高，所在地点的可飞天数应比较多。以三亚为例，气候适宜，除台风季节之外基本可飞。

在三亚乘坐直升机从空中俯瞰整个蜈支洲岛，礁石、帆船、蓝色渐变的大海尽收眼底，短暂几分钟带来的视觉盛宴直击人心。

“海南低空旅游市场已经开始‘卷’起来了。”一位业者提到，在三亚做低空旅游的通航公司较多，密度较高。“低空旅游的热度和旅游目的地

的淡旺季有关。”这位业者说，夏季来临后，地处热带边缘的海南变得愈发炙热，每年6-9月是三亚传统的旅游淡季，低空旅游需求随之下降。“目前低空旅游还是一个小众产品，是景区拓展二次消费的路径。有的游客会体验尝鲜，但它不是一个主流产品。”

“卷”也体现在价格上，目前海南低空旅游的价格大概是100元1分钟。记者注意到，海南低空旅游多依靠社交平台引流。在社交平台上，海棠湾单人空中游览8分钟698元、15分钟1298元。也有旅客选购100元-300元左右的低价位项目，但有游客反馈，飞一个小圈，持续一两分钟，几乎没有体验感可言。

刘嘉芳说：“通用飞机采购成本、飞机保险、飞机维护、人员费用、营销推广费用及管理费用等是目前我国空域游览成本居高不下的主要原因。”他举例，一些项目喜欢用“高大上”的直升机，比如AW139、S76、AW109等，贵的一架超过1亿元，仅一年的综合保险费就需要一百万元。便宜的直升机也要2000多万元。

采访中，不少业者提到，一些通用航空公司的运营并不乐观，因此，它们不仅开展低空旅游业务，也会开展应急救援、农林喷洒等多元业务“养活”自己。

完善产业链条

“景区开展低空旅游一定要找准自身特色及看点。”刘嘉芳提到，森林、建筑、湖泊、高山等景观可侧重螺旋观光，俯瞰山脉、河流、海滨等可侧重沿线路游览，突出当地景观特色和生态环境优势。开展低空旅游对景区的要求也很高。部分山岳型景区雾气较大，难以常态化开展游览业务。另外，最常见的空中游览“杀手”就是雾霾。

景区开展低空旅游，充分挖掘当地文化内涵也很重要。有专家认为，结合当地历史人文、地形地貌等资源打造低空旅游主题品牌，可以突出文化属性，增强体验的层次。

张掖七彩丹霞景区相关负责人介绍，自2016年起，景区开始打造“七彩丹霞——中国彩虹山”“中国最佳低空旅游目的地”低空旅游品牌，目前已开发直升机观光、热气球系留飞、动力伞飞翔等8款产品。飞行器种类多、游客自主选择性强、项目运营规模大，景区在短短几年间成为国内外知名的低空旅游体验目的地。不少游客选择在晴朗天气等一场日出、赏一次落日。

“开展低空旅游时，需要与低空旅游相配套的酒店、餐饮、休闲娱乐等设施，避免出现游客‘招不来、留不住’的问题。”新疆天一航空有限公司董事长孙颖斌直言。

在新疆，北起伊犁哈萨克自治州昭苏县夏特牧场，南至阿克苏地区温宿县破城子，全长120公里的夏特古道是新疆三大徒步线路之一，而其中的木扎尔特冰川又让人叹为观止，天一航空在此设置了营地，直升机游览冰川之余，可以住下来细细体验自然之美。

孙颖斌也坦言：“依托通用航空器发展低空旅游成本巨大，旅游产品价格也偏高，低空旅游只是这个产业面向大众的突破口，最终目的是利用旅游这个大众化的突破口来培育市场，挖掘商机，完善整个通用航空产业链。”

在孙颖斌的设想中，以低空旅游为突破点，低空旅游营地可打造集低空游、科普教育、跳伞体验、飞行员培训、徒步穿越、露营住宿、应急救援等于一体的全方位服务，满足游客的个性化需求。

迎风起飞，需要诸多要素支撑。正如一些业者提到，低空旅游属于新兴业态，面临审批、监管、安全、运营等难点，产品相对单一，现阶段发展较慢。但新生事物的发展势不可挡，在旅游日趋个性化的今天，低空旅游的未来值得期待。



直升机游览木扎尔特冰川 孙颖斌 供图

出游即出片 沉浸式体验吉林

□ 蒲钰 本报记者 刘玉萍

“无旅拍，不旅行”，不知道从什么时候开始，旅拍已成为旅行中不可或缺的一部分。赴一座心仪的城市，选一处优美的景色，找一个完美的角度，用相机定格美好一瞬……“看画”到“入画”，出游即出片，正成为吉林旅游的新风尚。

“入乡随俗”带火民俗游

由飞檐翘角、黛瓦白墙的朝鲜族风格的建筑群组成的中国朝鲜族民俗园是延边知名的网红打卡地，古朴传统的建筑、浓厚的文化氛围以及生动的朝鲜族生活场景使园区内旅拍和民俗体验项目受到游客欢迎。总是能看到头戴渔夫帽、浑身“挂”满相机和配件的专业摄影师，与身着朝鲜族民族服饰、妆容精致的游客成对出现。

中国朝鲜族民俗园的旅拍主题鲜明。身着淡雅的朝鲜族服装，配以明艳动人的妆容，在民俗园内，大多数游客都会进行变装，然后在不同主题的朝鲜族生活场景中拍照。“三步一公主，两步一带刀侍卫”的画面成为园区一道靓丽的风景。中国朝鲜族民俗园副总经理韩成杰介绍，园区现在直接接待游客在2万人次左右，体验服装人群占比在70%以上。

“抬头、微笑……”园区内，湖北游客苏欣正在摄影师的指导下拍照。她说：“朝鲜族的传统服饰很漂亮，园区里的场景很丰富，穿着这身衣服在这里一边拍照一边吃喝玩乐，体验感很好。”为苏欣拍照的摄影师提到，近年来，延吉成为炙手可热的网红城市，中国朝鲜族民俗园几乎没有淡季，一年四季都有很多游客来旅拍。暑期最好提前预约，不然需要排队。

当夜幕降临，延吉网红弹幕墙流光溢彩。来自全国各地的游客在网红弹幕墙前举起一杯印有“延吉”字样的咖啡，留下特别的纪念。

游客在社交平台上分享的美图，也成为延吉吸引游客的闪亮名片。“我就是看到了朋友在中国朝鲜族民俗园拍的照片，被‘种草’了，立刻向她要了攻略和家人来拍照打卡，回去我也会把这里推荐给其他朋友。”苏欣说。

特色旅拍解锁新体验

手捧鲜花、身着婚纱，在长白山天池旁将幸福时刻定格。近几年，长白山凭借独特的风光和美好的寓意吸引很多情侣前去拍摄婚纱照。

“长白山有‘长相守、到白头、山为证’的美好寓意，我们决定在这里拍摄

婚纱照。拍照之余还可以看看沿途美景，体验感比一般婚纱照更丰富。”曾在长白山拍摄过婚纱照的刘女士说。

让长白山旅拍闻名的不仅是天池、瀑布、林海雪原等天然的婚纱照“背景板”，还有《盗墓笔记》热门IP。随着旅拍的兴起，游客的需求更加多样化，尤其注重体验和内涵，许多《盗墓笔记》的书迷来此“寻找”张起灵，感受“青铜门”所在地的魅力，《盗墓笔记》主题旅拍应运而生。

当挥起的折扇变成“黑金古刀”，重重向地面刺去，《盗墓笔记》的即视感扑面而来，让很多书迷十分惊喜。“我很喜欢小说《盗墓笔记》，虽然知道里面的情节是虚构的，但仍希望小哥张起灵能真的从青铜门里走出来，正是因为如此，我更加想去长白山，然后带上自己的‘装备’拍几张酷酷的照片。”书迷梁振说。

跟着影视剧去旅拍

风景为影视点缀，影视为城市文旅赋能。近几年，电影、电视剧的镜头频繁聚焦吉林大地，优美的风光、独特的地标、充满年代感的场景等都为影视剧加分。影视剧播出后，取景地热

度攀升，成为更有内涵的消费场景，吸引众多影迷慕名前来打卡。

剧中看的是人世间，来长春拍的是烟火人间。电视剧《人世间》在长春伪满皇宫博物院、净月潭国家森林公园等多地取景，其中54路有轨电车成为游客旅拍打卡的“团宠”，也被称为“旅拍专列”。

旗袍、披肩、夜上海式妆造，在颇具年代感的54路有轨电车上，来自吉林市的游客刘闯路正在优雅地拍照。她说：“剧里早期的时代背景与我的童年时光重合，恰好取景地就在身边，所以我精心打扮一定要来这里打卡。很感谢长春能将这些具有沧桑感和年代感的场景保留并进行创新，让游客的沉浸式体验有了载体。”

伪满皇宫博物院是剧中取景地之一，这里既有中国传统建筑风格的带廊瓦房，也有欧式建筑风格的楼宇，整体风格古今并陈、中外杂糅。《人世间》热播后，本就受游客青睐的伪满皇宫博物院更火了。来自山西的郭秀梅正在为她的母亲拍照，她说：“我母亲是长春人，也是《人世间》的忠实粉丝，电视剧播出后，就期待回老家到剧中那些熟悉的地方逛逛，还要拍照给她看。”

8月10日七夕夜，一场兼具音乐影视艺术和传统文化底蕴的七夕晚会在江西新余仙女湖七夕文化旅游度假区上演。度假区星瀚广场大屏同步直播的晚会也吸引了不少游客驻足，B站up主、水上集体婚礼的夫妻、青年情侣更是受邀走进仙女湖观看这场晚会，将欢乐与感动融入七夕的夜色。

突出浪漫氛围

一走进仙女湖，入口处的爱情码头文创乐园，犹如一片浪漫的海洋，园内的蹦床、旋转木马、彩虹滑道、仙女之心摩天轮等游乐设施，无一不是粉色。

“这里的氛围太浪漫了。”大学生小曼笑着说，“让人忍不住想谈场美好的恋爱。”工作人员介绍，该文创乐园由原来的水上码头融入爱情元素改造而来，很受年轻人欢迎，已成为度假区新晋网红打卡地，乐园的爱情信物邮局内，梳子、明信片、小夜灯、仙女摆件、伞扇套装等特色文创产品，还可以让游客将一份仙女湖记忆带回家。

“仙女湖是典型的湖泊型景区，这一类景区在全国数量众多，想要脱颖而出并不容易。”仙女湖区旅游局相关负责人提到，2019年，在充分认识自身资源禀赋与旅游发展趋势的基础上，仙女湖开始转换发展思路，探索由单一湖岛观光旅游向湖内湖外休闲度假旅游转型。

今年五一假期，仙女湖羽仙岛、七夕岛、爱情岛浪漫三岛全新上线，沁庐度假酒店、七夕老街等重点项目，让游客的体验感不断提升。

七夕文化是仙女湖产品的聚焦点。近年来，度假区一直在挖掘和仙女、爱情相关的七夕文化内涵上做文章，讲好“七仙女的故事”，打造特色文化名片。以七夕文化为主题，度假区打造了仙湖问天、穿针乞巧、兰夜斗巧、喜蛛应巧、仙女寻踪、兰夜画屏、星河汉月、七彩星愿、天河夜话、碧荷仙影、金风玉露等一系列传统经典与现代时尚有机交融的七夕文化主题景观，已成为年轻人邂逅爱情的打卡地。

环湖打通联动

经过多年持续深耕，仙女湖七夕文化旅游度假区浓厚的浪漫气息不断吸引着全国各地游客，七夕文化名片越擦越亮。如果在社交平台上搜索“江西仙女湖旅游攻略”，关键词多是“七仙女”“爱情”“新中式”等。

今年的“七夕鹊桥会，爱在仙女湖”爱情主题公益互动活动上，单身的朋友们怀着对爱情的憧憬，在仙女湖畔，许下美好的心愿，期待着属于自己的那份情缘。活动中，精彩纷呈的表演让人目不暇接。浪漫情歌、真情告白，还有那扣人心弦的爱情故事，无不让人为之陶醉。去年年底举行的仙女湖马拉松上，赛事主题是“为爱奔跑”，吸引了很多年轻人参与。在凤凰湾智慧跑道、荧光骑行绿道、凤凰湾森林越野赛道及龙王岛登山步道上，你会运动的乐趣，体验晨间瑜伽、有机稻田种植等。

“我来过几次仙女湖，每次都来都有变化，仙女湖变得越来越好玩了。”南昌市民刘先生这样说。

紧邻仙女湖的仙女谷，有茶园、茶博园、中草药园三大园区，集旅游观光、休闲康养、文化科普、生产加工于一体。在东山湖营地，欢声笑语不断，草地上的一群年轻游客，有的半躺在帐篷下的摇椅上举杯畅聊，有的忙起了自助烧烤……

七夕之夜，点燃仙女湖浪漫的不止七夕晚会。当晚20时，“仙女湖七夕水上情歌会”总决赛作为2024中国仙女湖七夕文化旅游节的重磅大戏也闪亮登场。来自五湖四海的游客来到仙女湖听情歌，品美食，万朵玫瑰赠天下有情人，度过了一个难忘而美好的七夕逍遥之夜。

在2024年“浪漫七夕节，相约仙女湖”活动中，仙女湖风景名胜管理委会首次联动度假区内的20余家景区、酒店、民宿、餐饮、休闲娱乐商户，在抖音本地生活平台面向全国消费者发放100万元仙女湖七夕文旅消费券。而以“浪漫七夕节，相约仙女湖”为主题，仙女湖已连续举办了21届中国（仙女湖）七夕文化旅游节。

下一步，仙女湖还将以市场为导向，继续创新办好仙女湖七夕文化旅游节等节庆活动，营造更多旅游消费场景，促进文旅消费，提升旅游综合效益，努力把“流量”变成“留量”，实现仙女湖旅游“叫好”又“叫座”。

聚焦七夕文化
演绎新中式浪漫

□ 本报记者 邓敏敏

“未来，整个仙女湖及环湖周边，将打造成为集浪漫打卡、森林康养、运动休闲、亲子研学、湖鲜美食为一体的山水复合型旅游度假区。”仙女湖七夕文化旅游度假区相关负责人介绍，34公里长的环湖旅游带打通联动，让美丽的仙女湖既“引客”更“留客”。

吸引年轻一代

今年的仙女湖七夕晚会将时下流行的仙侠文化与仙女湖七夕文化叙事相融合，用地方文旅场景赋能节日晚会，创造独有的中式浪漫。晚会以古装剧集《古相思曲》为基础，延伸构建故事主线，通过五个篇章，讲述《古相思曲》男、女主角在仙女湖仙境展开的一段全新定情之旅，并由此串联起《仙剑奇侠传》《轩辕剑之天之痕》《凡人修仙传》等各代际经典的“影漫游”仙侠IP。

仙女湖独特的山水风光成为晚会的重要组成部分。主舞台设置在仙女湖湖面之上，以山水为幕，打造全实景自然景观舞台，借由电影拍摄方法和科技感知视听，向游客展现一场集自然景观、仙侠文化、人工智能和拓展现实特技于一体的盛会，让不少游客大呼过瘾。

“我们希望能吸引更多年轻人参与到仙女湖的七夕文化盛事之中。”仙女湖区委委员、管委会副主任李春艳介绍，仙女湖七夕晚会打造仙侠夜，将年轻一代喜爱的仙侠IP流量与线下实体文旅产业融合，在传承七夕文化的同时，让更多年轻人了解仙女湖、走进仙女湖。

七夕之夜，点燃仙女湖浪漫的不止七夕晚会。当晚20时，“仙女湖七夕水上情歌会”总决赛作为2024中国仙女湖七夕文化旅游节的重磅大戏也闪亮登场。来自五湖四海的游客来到仙女湖听情歌，品美食，万朵玫瑰赠天下有情人，度过了一个难忘而美好的七夕逍遥之夜。

在2024年“浪漫七夕节，相约仙女湖”活动中，仙女湖风景名胜管理委会首次联动度假区内的20余家景区、酒店、民宿、餐饮、休闲娱乐商户，在抖音本地生活平台面向全国消费者发放100万元仙女湖七夕文旅消费券。而以“浪漫七夕节，相约仙女湖”为主题，仙女湖已连续举办了21届中国（仙女湖）七夕文化旅游节。

下一步，仙女湖还将以市场为导向，继续创新办好仙女湖七夕文化旅游节等节庆活动，营造更多旅游消费场景，促进文旅消费，提升旅游综合效益，努力把“流量”变成“留量”，实现仙女湖旅游“叫好”又“叫座”。



江西新余仙女湖 望秋叹 摄