

吉林召开专题会部署新雪季旅游工作

本报讯(记者 刘玉萍)吉林省新雪季工作专题部署会近日在长春召开。吉林省委常委、宣传部部长曹路宝出席并讲话。吉林省政府党组成员金育辉主持会议。

会议提出,做好新雪季工作是检验全年旅游工作成效的大考。省内各地各部门要全力做好新雪季各项工作,进一步提升吉林冰雪旅游的品牌影响力、发展硬实力、市场吸引力。要以强烈的责任感和紧迫感备战新雪季,推动形成多个城市协同发力、多种资源相互融通的工作格局。各地要结合资源优势不断丰富产品供给,东部山区要做好“雪”的文章,西部地区要设计更多“冰”上项目,丰

富冰雪旅游产品,打造差异化的冬季旅游体验。

会议提出,要积极研究增加客流运力,加强公路交通配套设施建设,提供高效便捷的交通服务;要全面提升旅游住宿服务水平,通过科学组织、有序安排,提高景区承载能力;要坚持市场化原则,把更多文化内容、文化符号纳入旅游线路、融入景区景点,不断丰富游客旅游体验;要利用各类互联网平台发布旅游攻略;要创新宣传方式,通过新媒体分级开展宣传营销,营造吉林文旅良好形象;要强化组织保障,落实安全责任,推动文旅深度融合,加强部门间协同联动,持续提升吉林冰雪品牌的影响力和美誉度。

第二艘国产大型邮轮命名为“爱达·花城号”

本报讯(陈熠熠)10月25日,爱达邮轮在广州发布旗下第二艘国产大型邮轮船名——“爱达·花城号”。“爱达·花城号”将于2026年底交付,依托广州南沙邮轮母港常态化运营国际航线。

“爱达·花城号”命名取自“花城”广州,寓意富有生机的流动花城。“爱达·花城号”秉承爱达邮轮“爱游无界”的理念,将中国岭南的优秀传统文化与海上丝绸之路元素融入设计和体验中,力求让每次航行成为难忘的文化探索之旅。

第五届长三角一体化古镇发展大会举办

本报讯(朱文文)第五届长三角一体化古镇发展大会近日在安徽省铜陵市郊区大通古镇举办。大会由安徽省文化和旅游厅、江苏省文化和旅游厅、浙江省文化广电和旅游局、上海市文化和旅游局、铜陵市政府联合主办。

据介绍,安徽将与沪苏浙文旅部门深化合作,围绕共同建好长江、大运河国家文化公园和打造长江国际黄金旅游带,合力推进《长三角古镇一体化高质量发展朱家角共识》落地落实,努力打造更多有深度有温度有热度的古镇旅游产品,让长三角更多

据悉,“爱达·花城号”目前已进入坞内总装搭载的加速期,相较于首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”,总吨位更大、长度更长,舱房数增至2130间,满载游客量可达5232人。舱内设计和布局得到优化,并新增多种套房房型,为游客提供更高品质的住宿体验。

爱达邮轮相关负责人介绍,“爱达·花城号”将持续深化“邮轮+文化”发展战略,为消费者提供多元化和个性化的高端邮轮度假体验,并不断探索文商旅融合的新机遇,打造全球邮轮产业的“中国范式”。

浙江评出“跟着微短剧去旅行”优秀作品

本报讯(陶李 章璇)10月24日,浙江省“跟着微短剧去旅行”优秀作品评选大赛颁奖典礼在杭州市余杭区举行。来自全国各地近500位影视机构负责人、视听艺术工作者参加。

颁奖典礼现场共揭晓大赛综合及单项奖25个。其中,作品《飞扬的青春》获大赛一等奖,作品《春风不改旧时波》《1818编辑部》《河姆渡的骨哨声》获大赛二等奖,《清明上河图我是画中人》《我有一座百宝屋》《带你去个好地方》等6部作品获三等奖,另有10部作品获得大赛优胜奖。大

赛还设立了优秀编剧、导演、制片人、男主角和女主角等单项奖项。

活动现场,浙江省网络视听协会为良渚芯云城影视基地授牌;Z视介、浙里文化圈、华数不止小剧场、淘宝逛逛4个平台同步启动浙江省“跟着微短剧去旅行”优秀作品展播。

据介绍,浙江省“跟着微短剧去旅行”优秀作品评选大赛共收到报名作品120部,题材涵盖浙江文旅资源、传统文化、非遗技艺等,充分展示了浙产微短剧的创作成果和文旅融合的魅力。

中国(郑州)旅游休闲娱乐产业博览会开幕

本报讯(记者 杨丽敏)10月24日,由中国游艺机游乐园协会主办的2024中国(郑州)旅游休闲娱乐产业博览会在河南郑州开幕。博览会旨在进一步促进文化旅游与休闲、娱乐、教育、科技、体育等领域深度融合,推动培育旅游、休闲、娱乐等新场景、新业态,提振服务消费活力。

本届展会吸引来自国内外文化、旅游、休闲、娱乐等产业供应链的数百家企业参展,展品涵盖数字科技、智慧旅游、文化创意、文旅装备、体娱

(上接第1版)

北京市民李先生说:“我对沙特阿拉伯的传统艺术了解不多,今天这场精彩的表演令我大开眼界,希望能有更多机会体验异域风情。”

高大的棕榈树、低矮的灌木丛、耐旱的多肉植物被巧妙组合,形成了独特的景观小品。在活动现场,游客可以挑选心仪的服饰,与热情好客的沙特工作人员一起拍照打卡。北京市民刘先生说:“这是我第一次近距离感受沙特文化。”

迪里耶的古韵韵味、埃尔奥拉的历史遗迹、古老的现代风情、新未来城的科技魅力、艾卜哈的自然风光,

通过充满特色的艺术装置和多媒体设备,沙特旅游节还原了众多沙特风设备,北京市民游客体验了一场穿越时空的沙特之旅。

“多媒体观展方式让我们近距离、沉浸式体验了沙特风情。”北京市民王女士已经开始计划和朋友来一场沙特之旅。

为吸引中国游客赴沙特旅游,沙特阿拉伯旅游局现场设置了签证咨询、航空服务、文旅资讯等展位,为游客提供便利化服务。

记者在现场感受到,旅游节为两国文旅交流搭建了平台,增进了两国民众的友谊,推动两国旅游合作不断深化。

提升“智”含量 竞逐新赛道

——2024“5G+智慧旅游”创新发展交流活动亮点纷呈

□ 本报记者 郝 宁

戴上VR头盔,跟随敦煌220窟“供养人”翟通穿越千年时光,感受盛世长安的繁华;利用VR设备模拟船只驾驶,穿梭于荷花和芦苇丛中欣赏白洋淀美景……近日,由河北省文化和旅游厅、中国移动通信集团有限公司政企事业部主办,中国移动通信集团河北有限公司、中国旅游报社承办的2024“5G+智慧旅游”创新发展交流活动在河北省雄安新区举办。来自全国各地的文化和旅游、信息通信等产学研领域700余位代表就5G、AI技术赋能智慧旅游,数字经济和旅游业深度融合等话题进行研讨交流。

以智上新 体验更精彩

近年来,一批以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游新产品、新业态为许多传统景点增添了新玩法、新看点。活动中,参会嘉宾围绕智慧旅游创新业态,提升监管效能的新产品、新模式作案例分享。

“君到苏州”是苏州市文化广电和旅游局打造的以游客为主要服务对象的一站式智慧文旅服务总平台。苏州市文化广电和旅游局二级调研员陆锋介绍,平台运用大数据、云计算、人工智能等数字技术,围绕游客全过程需求提供分时预约、产品购买、公共服务、信息发布及数据分析等服务内容。

智慧旅游沉浸式体验项目是近年来颇受关注的新热点,戏剧主题公园“只有红楼梦·戏剧幻城”就是其中代表之一。“只有红楼梦·戏剧幻城”相关运营公司负责人俞枫介绍,戏剧幻城融合新情景装置艺术与舞台沉浸技术,带给游客亦真亦假、如梦似幻的空

间体验,自去年开城以来已吸引上百万人次游客观演。

虚拟现实与AI全感技术在智慧文旅场景的应用实践也有许多亮点。星瀚互娱(深圳)文化科技有限公司总经理杨伟晨介绍了《唐朝诡事录·西行》国潮沉浸式剧场项目,借助虚拟现实技术、全感装置等将历史场景数字化重现,游客可以通过虚拟形象与剧中角色一同开启一场奇妙的冒险之旅。

本次活动还为包括唐山南湖(实景演艺+光影水舞秀)、恋乡·太行水镇《梦回太行》等在内的11个河北省智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目授牌,各试点项目运用增强现实、虚拟现实、人工智能等数字科技并融合文化创意等元素,形成了旅游新产品、消费新场景。

河北省文化和旅游厅党组书记、厅长张才说,河北省高度重视智慧文旅发展,将科技赋能作为推动文旅产业数字化、网络化、智能化发展的重要抓手,成功打造了一批智慧旅游沉浸式体验新空间、新场景。希望本次活动能深入推进数字技术等与文旅产业的深度融合,不断丰富智慧文旅新空间,打造智慧文旅新体验,培育智慧文旅新生态。

以智驱动 发展更高质

近年来,我国智慧文旅新业态蓬勃发展,智慧旅游的内涵、价值和技术手段与日俱新。活动中,参会代表围绕新时代智慧文旅产业发展现状等作交流分享,为明晰新时代智慧文旅发展路径提供借鉴。

中国文化产业协会副会长、北京京和文旅发展研究院院长范周介绍,

新时代文旅产业升级,“Z世代”成为文旅消费主力,文旅产业也从资源要素驱动向数据要素驱动转变。这对智能技术应用提出了更高要求,需要挖掘消费需求,进行精准营销,赋能文旅场景,培育壮大新业态、激发消费活力。

中国国家博物馆数据管理与分析中心主任李华颀介绍,智慧博物馆建设仍面临着藏品数字化效率低、数据构成分散割裂等问题。未来应健全体制机制,推动数据有序流转,扩大数据生成规模,丰富文旅产业高质量供给。

在此次活动的展览展示区域,中国移动通信集团有限公司研发的智慧旅游助手让人眼前一亮。展区负责人介绍,这一智慧旅游助手利用AI大模型技术,提供个性化线路规划、全方位问答等服务。

近年来,中国移动通信集团有限公司依托5G网络,助力文旅行业管理、服务、营销、体验加快革新,聚力推动文旅产业“以智领变”。活动现场,河北省文化和旅游厅和中国移动通信集团河北有限公司共同牵头组建的AI+数智文旅大数据创新中心正式成立。

中国移动通信集团有限公司政企事业部副总经理黄涛说,科技发展将为文旅行业带来颠覆式变革。中国移动将紧跟信息社会潮流,系统打造新型信息基础设施,创新构建新型信息服务体系,推进AI+计划,为科技强国、网络强国、数字中国贡献力量。

以智引领 前景更光明

活动中,参会专家代表以独到的见解和前瞻的视角就智慧旅游产业前景、未来发展等作交流分享。



近年来,安徽省芜湖市繁昌区依托繁昌慢谷旅游度假区生态和旅游资源,积极发展房车露营、休闲观光等产业,助力乡村全面振兴。图为近日游客乘坐小火车在繁昌区孙村镇中分村田园里观光游览。

视觉中国 供图

当旅游成为美好生活的标配

(上接第1版)“最近各业务线都很忙,经常加班,忙着促销和准备冬季旅游市场的接待工作。”谈到今年的滑雪产品销售,周卫红形容“好得不得了”。

“早在暑期,春秋旅游就开启了多轮滑雪主题产品的预售,产品类型也更加丰富,价格从几千元到上万元不等,开售不到2小时,销售额就突破了1000万元。销售速度与人次均创下历史新高。”

随着游戏《黑神话:悟空》的爆发,山西太平洋国际旅行社有限公司董事长王屹宏亲身感受了一把“泼天的流量”。“为了适应市场多元需求,我们在产品开发上下了大功夫。目前,我们在各平台销售的山西旅游产品有200多种,覆盖从大车大团到小车小团再到定制游等多个类型。”王屹宏举例说,“拿面向线下客群的落地成团产品‘爱上山西’来说,客单价平均1100元左右,节假日价格会有一定上浮,国庆假期前两天就接待了400多位游客。面向年轻客群的拼小团产品,客单价在4000元至5000元,卖得也很好。现在私家团、定制团、拼小团产品越来越多,6座车、9座车、16座车供给很紧张。”

“众信旅游做出多轮调整,着力丰富产品层次。以新疆的产品为例,以前可能只有南疆北疆一条线,各旅行社的行程大同小异。如今,仅众信旅游推出的新疆目的地产品就包括了南疆深度游、北疆深度游、《我的阿勒泰》同款行程、南北疆全景等,并分为了不

同的主题类型,比如最近比较火的赏秋线路,会安排游客住在白哈巴、禾木、喀纳斯等景区内的酒店,更好感受美景。”曹建说。

“我们在产品上做了分层,在保持原有的大团和高性价比中型团产品基础上,探索推出了不少深度游产品。”途牛度假产品一组负责人范东晓介绍,“今年暑期,我们就针对云南这一目的地,在常规行程之外推出了野生菌采摘游、团团爆满”。

记者了解到,中旅旅行也对跟团游产品进行了细致分级,细分为星耀、星睿、星尚、星悦、星惠5个等级,以便于向不同用户展示产品标准。携程也在尝试发掘新的市场增长点,推出了“展演+旅行”等旅游产品,覆盖演唱会、音乐节、展览、赛事等场景。

持续创新 做优供给

谈到当前旅游市场出现的变化时,业者们一致认为,随着经济社会发展和人民生活水平的不断提高,旅游日益成为一种“刚需”。有业者说:“在旅游日益成为美好生活标配的背景之下,旅游消费需求正进一步细分。如何更好贴近消费者、匹配多元需求,已成为旅游企业的战略重点。”

“游客出行这件事,已经由‘去哪儿’发展为‘玩什么’‘怎么玩’,从大车大团发展为小车小团、自由行。”马蜂窝目的地研究院院长孙云蕾说,“这是旅游市场发展达到一定水平后,出现的必然结果。”

对此,6人游定制旅行CEO贾建强也表达了相似看法:“作为一种生活方式,旅游已经成为大家丰富经历、获得精神愉悦的重要途径。”

“将优质文旅产品供给与文旅消费需求结构升级相结合。”谈到如何应对市场变化,有业者认为,“扩大优质文旅产品供给是文旅行业的主线,也是旅行社企业发展的方向。持续创新、做优供给是长久之道。”

“途牛将继续把服务质量作为生命线,打造差异化、个性化的深度游产品,满足消费者的多元化需求,实现高质量发展发展。”范东晓说。

“退休人群是旅行社的重要客群,旅行社要以优质产品、良好口碑实现游客的‘复购’,这才是良性健康的发展模式。”在曹建看来,需求和供给是一个动态平衡的过程,传统旅行社要努力让自己变年轻,贴近新的需求。

在供给创新方面,马蜂窝把重点放在了发掘目的地新玩法上。“我们挖掘了一批目的地玩法‘主理人’,熊宇就是我们贵州的主理人之一。”孙云蕾介绍,“‘主理人’代表了全新一代的目的地产品供给力量,向游客宣传这个目的地怎么玩才有深度、更有趣。我们现在做的事情就是将这些个性化的供给规模化。”

熊宇告诉记者,她更愿意将趣游吧定位成一家目的地管理公司。“以前,旅行社和供应商属于采购关系,而我们现在和供应商属于共创关系,大

岳阳市举行旅游发展大会

本报讯(郑波 记者 高慧)10月25日至26日,由湖南省岳阳市委、岳阳市政府主办的第三届岳阳市旅游发展大会在岳阳市汨罗市举办。

据介绍,岳阳将以美丽岳阳建设为引领,抢抓举办湖南省第四届旅游发展大会契机,用好用活本次办会成果,大力探索“两个融合”路径,持续唱响“洞庭天下水 岳阳天下楼”品牌,奋力打造湖南旅游增长极和国际知名旅游目的地,努力让大美岳阳底蕴更深、底色更靓、底气更足。

本届大会以“洞庭天下水 岳阳天下楼”“汨罗龙舟 划向世界”为主题,除了开幕式,还举办第四届国际龙舟联合会世界杯开幕式、“汨罗故事街”开街等主体活动,以及2024“岳阳楼日”、第二届中国狂欢节——楚韵华章·狂欢盛宴等岳阳市及各县市区策划参与的多项活动。

家一起做二次创新。”熊宇说,“比如我们会一起在民宿共创一个下午茶品牌、更新一个打卡点,共同完成旅游体验的升级。”

适应需求分层正成为一种必然。用业者的话说,拿一套产品、一张菜单来面对所有消费者已经不合时宜了,对产品进行细化分层是必然选择。企业的市场战略浓缩成一句话就是“服务存量客户的消费升级,拓展满足新的消费需求”。

在需求更多元且细分之后,如何更有效率地满足需求,人工智能成为必然选择。采访中,多位业者向记者透露,将在人工智能方面加大研究应用,依靠工具提高服务效率,满足各消费层级的需求。

“旅游产品的价值在于满足游客的情绪价值,不同的游客有不同的幸福感,这就要求产品进一步细分,这样的细分仅靠人工很难实现,所以春秋旅游在AI方面加大投入,希望通过技术手段实现产品的进一步细分。”周卫红说。

据了解,2023年携程将近三成的净营收投入研发。“携程将持续利用AI等技术,为用户提供个性化的搜索和推荐,为用户提供智能化的行程规划、出行参考,提高决策效率。”携程相关负责人介绍。

还有业者说,市场对分层的产品给予了积极回馈,供需双向互动、相互赋能,这给大家继续探索下去的信心。