

观察

以花为媒 让“颜值”变“产值”

□ 厉新建 李亚雪

以花为风景、场景、主题,从不同层面,积极探索多元赏花模式,开阔发展思路、拓展发展空间、提升发展质量,让花的“颜值”更多地转化为地方经济发展的“产值”

随着天气回暖,春意渐浓,油菜花、樱花、桃花、杏花、玉兰花等花卉陆续迎来花期,各地出现游客赏花出游高峰。刚刚过去的清明假期,踏青赏花成为热门出游主题。飞猪旅行网数据显示,假期国风赏花热度同比增长近3倍。笔者认为,为更好地推动赏花经济发展,各地可以花为风景、场景、主题,从不同层面,积极探索多元赏花模式,开阔发展思路、拓展发展空间、提升发展质量,让花的“颜值”更多地转化为地方经济发展的“产值”。

一是以花为风景(景观)的发展模式。当前,赏花不应仅仅停留在“走马观花”式的欣赏,而应在更多欣赏方式上下功夫,在转变观花视角上寻找发展新机会。从空间尺度上看,可以探索水上游船观花、自行车骑行观花等方式,对于“花海”等需要高点位欣赏的大尺度景观,可以鼓励拓展登高看花、热气球看花、无人机拍摄视角看花等。从时间尺度上看,赏花不应仅仅局限于白天游览,也可以通过灯光设计点缀,展示花卉在夜晚的独特美感,让游客体验到“春江花月夜”等多元元素组合的别样风情。

对于旅游目的地而言,以花为主体的景观不仅可以是花本身所形成的“花市”景观,也可以是花装饰出来花桥、花房等“花饰”景观;不仅可以是大尺度、大面积、大规模的“花海”景观,也可以是小节点、大范围、系列化的花园锦簇氛围。

传统的、静态的观赏型花景往往缺乏过程参与性和通感体验性,如果

能在生活场景中植入非遗展示、节点性文化表演等体验活动,就可以让花的世界从静态变为动态,进而活跃起来、灵动起来,增强游客视觉、嗅觉、听觉、触觉、味觉的多感官体验。

二是以花为场景(背景)的发展模式。一方面,随着人们对摄影、美妆等需求的增加,赏花旅拍及其所衍生出来的相关服务,与旅游业态融合大有可为。通过将花与其他创意要素组合,可以打造网红拍摄点位,辅之以专业指导,让人人都能拍出大片、拍出艺术感、拍出美学范儿,进而集聚人气商气,推动赏花经济做大做强。

另一方面,应以花为媒,结合地方丰富的生态和文旅资源,因地制宜注入度假、生态、踏青、户外等休闲消费元素,用花营造消费环境,将花打造为消费场景,让花境成为提升其他业态消费附加值的背景。比如,花海花样跑等“花海+户外”模式,围炉煮茶、瑜伽体验、音乐演出等活动。这样,花就成了社交的背景与媒介,赏花经济也有了社交属性,花海的“颜值”就能转化为人海的“产值”。

三是以花为主题(文化)的发展模式。一方面,要加强解说系统建设。可以围绕解说手段多样化、内容趣味化、服务便利化、队伍多元化等环节进行解说服务系统优化,为游客提供花卉导赏服务,让其从“见花”到“识花”,从花的自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美,让形象的美转化为认知的美。还可以借助“赏花+研学”方式推动“花样年华来识花”,帮助青少年群体学习生态知识、园艺技

能和花卉文化,培养青少年群体的审美情趣和艺术鉴赏能力。

另一方面,要深入挖掘花文化。“人闲桂花落,夜静春山空”“花间一壶酒,独酌无相亲。举杯邀明月,对影成三人”……可结合与花有关的诗词歌赋、散文名篇、音乐、名画等艺术形式,开展“琴棋书画诗酒花”文化体验活动,将花主题贯穿“吃、住、行、游、购、娱”旅游全链条,打造花主题的民宿、花主题的餐厅等的“花花世界”。可以结合虚拟技术,打造各种以花为主题的数字化场景,营造一种沉浸式体验氛围。此外,还可以发挥“招蜂引蝶”效应,以花为核心吸引物导入流量,聚集供给,做好“节庆+”文章;制作赏花地图,推出追花路线,促进与非花景区景点的联动组合,通过景观联动、供给配套和全域发展来实现由花(卉)的“流量”到花(钱)的“留量”的转化,再转变为地方经济的增量和社会发展的质量。

四是以花为原料(衍生)的发展模式。在赏花之美、鉴花文化之外,让游客从看花到买花到吃花到画花,将花朵变换为花的衍生品和花造型商品,进一步拓展花的功能价值,培育花式生活方式。以花为原料的多样化商品能够为赏花增添更多的乐趣和文化氛围。可以将花跟餐饮食品、文创产品、手工艺品等日常用品结合形成新的花式产品,变“花卉市场”为“花样市集”,进一步拓宽旅游购物的发展空间,提升游客二次消费水平。

除了商品的买卖,也可让游客参与产品设计、制作的全过程,结合地

区非遗项目(如南京绒花、岭南押花)开展非遗体验、研发以鲜花为特色的菜品、举办以花为重要元素的文创产品比赛等创意性体验活动,让游客在别具一格的活动中收获愉悦和满足,进一步提升游客赏花的情绪价值和体验价值。

实现以上发展模式,需要从多方面入手。

首先,应从政策体系、发展理念、公共服务、产业融合、营销体系等多方面着力,协同打造独特的场景和空间,提升服务品质和环境品质,不断创新玩法,走可持续发展之路。

其次,从花期来看,短短一个月左右的时间并不能可持续地发展赏花经济,而打造“四季赏花”品牌则离不开系统性规划和长远思考。

最后,实现赏花经济的持续轮动可以大力发展花卉种养、花式体验、花样旅拍等业态,不断增加赏花附加值,推动赏花经济产业链向上下游延伸。例如,赏花经济不仅要当地看花的生意,也要做外地人看花的生意;可以围绕着花海和古装元素,大力发展旅拍业务。这样,就可以有力地推动花卉产业与其他产业联动发展,真正形成以花为媒、协同共生、做大做强赏花经济。

归根结底,真正把握住人们在赏花之外的休闲娱乐的诉求和消费趋势,才能把赏花经济做大做强做好做深,才能让赏花经济更加春意盎然、活力满满。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

价格亲民服务真诚才能打动游客

□ 关育兵

去哪儿平台数据显示,今年清明假期,天水、泉州在“麻辣烫”“簪花围”特色文旅标签的带动下,酒店预订量同比增幅分别达到12倍、3.3倍。清明节假日,天水、泉州近八成酒店售罄,仅剩部分钟点房。

一座城市要成为网红城市,需要各种因素的作用,尤其需要一些特色文旅标签,比如天水的麻辣烫、泉州的簪花围、淄博的烧烤、哈尔滨的冰雪等。然而,除了这些各具特色的标签,上述网红城市还有一个共同特质,那就是产品的高性价比。亲民的价格和优质的服务是天水、泉州和淄博等城市吸引游客的两个重要因素。天水麻辣烫人均30元左右的消费,让“甘味”麻辣烫变得更加“热辣滚烫”;从2016年至今,泉州蟠埔村“簪花+服饰”的体验费用始终维持在40元不变。清明假期,淄博烧烤持续火爆,其价目表更是震惊了许多网友。有网友甚至还发出信息求证:山东的朋友,墙上的价格,一元一串、两元一串,是真的吗?

这些城市亲民的消费价格,降低了游客的出游成本,激发了人们的消费热情。通过提供价格合理、旅游产品和服务,使得更多人能够轻松享受到旅游的乐趣,无形中也提升了城市的知名度和影响力,进而带动了整个旅游产业链的繁荣发展。

景区别做“一锤子买卖”

□ 吴学安

清明假期,各地迎来旅游高峰,旅游景区游人如织、盛况空前。然而,有一个现象值得关注,那就是有些游客踏入个别景区景点仅这一次,或者在景区内就餐等消费仅这一次,不愿意进行二次消费。从短期看,游客的“一次性消费”为景区贡献了一定利润,但从长期看,景区的业绩将面临增长乏力的困境。

尽管近年来旅游市场供给不断优化,但是个别景区提供的周边产品和服务却存在名不副实、价格偏高等问题。个别商家抓住游客“既然来了总要体验一下”“出门在外,贵就贵点吧”的心理,将更多精力用在短期增收而非提高产品和服务品质上。由此导致个别旅游产品和服务变成“一次性消费”,消费者表示“去过一次就不会再消费了”。

消费是景区健康持续发展的关键因素和重要评价内容,如果景区因为重游率较低等因素降低经营标准,那么势必影响景区的整体旅游体验感,这一定程度上造成个别景区发展动力不足、“一次性消费”盛

行,其根本原因还是运营管理能力有问题。

事实上,景区“一次性消费”是制约旅游消费增长、影响旅游业高质量发展的重要因素。而要走出“一锤子买卖”的怪圈,就必须从改善供给入手,这需要景区以游客需求为导向,在服务方面从数量到质量都要到位。只有服务让游客更满意,景区的口碑才会更好,如果景区门票和服务的性价比较高,游客就会意犹未尽,很可能、很愿意再次来消费。

去除景区“一次性消费”之患,提高旅游质量,还需要旅游管理部门及广大旅游消费者的共同努力。其中,一方面,要从健全旅游法律法规体系入手,持续优化旅游市场法治环境,维护旅游市场秩序,保护消费者合法权益,让旅游者放心消费;另一方面,要摆脱恶性竞争模式,增加景区信息透明度,改变外地旅游者与本地旅游经营者之间存在的信息不对称状况,让个别景区摆脱“一次性消费”的困局。

四川隆昌：“3·27车间”成为文旅新地标

在四川省内江隆昌市圣灯镇坐落着一座气矿遗址——毛泽东主席视察隆昌气矿纪念馆。该馆占地面积21866平方米,建筑面积2400平方米。槽黑车间办公室、炭黑厂跃进礼堂、炭黑工人洗澡堂……厂区内处处是历史的痕迹。目前,整个厂区已与周边的乡村图景融为一体,喧嚣亦归于平静,但它于游客而言,仍有强大持久的吸引力。

“隆昌气矿是我国第一个天然气工业矿区,所辖的圣灯山气田是我国最早进行天然气勘探开发的气田之一,是我国利用天然气生产炭黑的摇篮。1951年6月,这里诞生了我国第一批天然气槽法炭黑。1958年3月,毛泽东主席视察了隆昌气矿。”曾在隆昌气矿工作过的邓老先生回忆道,语气里充满着骄傲与自豪。

1996年4月,“毛泽东主席视察隆昌气矿纪念馆”在原隆昌气矿炭黑厂旧址上建成并正式开馆。2021年3月,“四川石油会战史馆”在气矿车间旧址上建成并开馆,生动还原四川石油会战大场景。纪念馆还结合文旅融合发展趋势,大力发展红色旅游、工业旅游、研学旅

游。采取“党校课堂+教育基地”方式,构建具有行业与地方特色的教育资源链,开发了《初心,从未改变》《石油人的初心和使命》《石油工业的红色基因》《学党史、感党恩、跟党走,走进“三二七”追寻红色记忆》等特色课程。在教学设计上,基地推出了现场参观体验、瞻仰纪念碑、听创业故事等教学环节;在课程挖掘上,开发了红歌传唱、互动教学、情景教学、音像教学等课程,让游客在“情景再现”中达到理论与现实的结合、思想与情感的融合、内容与形式的统一。

近年来,“3·27车间”先后被命名为四川省爱国主义教育基地、石油精神教育基地、全国关心下一代党史国史教育基地,被认定为四川省工业遗产、国家工业遗产,并列入四川省第二批革命文物名录、第三批中国工业遗产保护名录等。“3·27车间”打造了众多品牌,得到诸多关注,也接待了大量参观访问、研学旅游、文化交流的游客,自开馆以来已累计接待游客人数60余万人次,取得了良好的社会效益。

(蔡开虎)

酒店爆满不用愁 天水安排暖人心

因麻辣烫火出圈的天水市,清明假期旅游市场持续“热辣滚烫”。清明节假日,多名前往天水旅游的游客反映,遇到酒店爆满、找不到住的地方、打车难等窘境。于是,当地出手了。交警叔叔直接拦住本地车辆接送外地游客。还有网友发视频称,酒店爆满后,当地政府还暖心安排游客入住学生宿舍,解决住宿难题。

视觉中国 供图

