

拓展二次消费 “情绪价值”拉满

——江苏多家景区探索突破“门票经济”实现多元化发展

□ 本报记者 邵子君

南京红山森林动物园因文创出圈而被网友调侃“门票40元，消费400元”，南京玄武湖景区游船项目营收屡创新高，无锡拈花湾景区华服旅拍愈发火热，苏州周庄古镇景区丰富玩法延长游客停留时间……近年来，江苏多个景区积极拓展“二次消费”，突破门票经济局限、实现多元化发展，从而进一步提升景区综合竞争力。

中国旅游报记者从江苏省文化和旅游厅了解到，今年前三季度，全省259家4A级及以上旅游景区“二次消费”同比增长10.3%，占到全部营收的55%。日前，江苏省文化和旅游厅等多部门联合印发的《江苏省旅游景区高质量发展行动方案（2024—2026年）》，也对文创商品开发、夜游项目培育、延长停留时间等与拓展“二次消费”相关的工作作出安排，提出到2026年，全省4A级及以上旅游景区非门票收入占比力争达60%以上。



玄武湖上的游船是一道风景线 景区 供图

文创持续“出圈”

“走进文创店的时候看到这些毛绒公仔，觉得很可爱，就买了一只熊猫、一只考拉，总共花了136元。”今年刚到南京读大学的“00后”张子轩回忆起初次去红山森林动物园的经历，对她购买的两只毛绒公仔仍然记忆犹新。张子轩告诉记者，她和她的朋友到景区游玩时，最舍得花钱的就是文创产品，其次就是购买漆扇、簪花等体验项目。

在社交平台上，许多网友分享过与张子轩相似的经历，并以“门票40，消费400”调侃红山森林动物园“会赚钱”。近年来，一跃成为现象级网红动物园的红山森林动物园流量持续攀升，园内的各类文创产

品也迅速“圈粉”。

比如，白脸僧面猴的挂件，5000件刚上架不久就销售一空，粉丝经常到官方微博留言催货；“水獭叼小鱼”玩偶，由于粉丝购买热情高涨，首批2000件上架3分钟就售罄，甚至被线上商城都挤到“瘫痪”。如今走在红山森林动物园内，随处可见戴着动物图案头巾或抱着动物毛绒公仔的年轻游客，园内还分布着流动的“文创小推车”，一出摊就被热情的游客团团围住。

精致的冰箱贴、可爱的毛绒公仔、神秘的文创盲盒……曾经门庭冷落的景区文创店现在常常顾客盈门。

在南京玄武湖景区，一只以玄武湖上的凤头白鸭为原型的毛绒公仔成了“爆款”，而究其成名之路，离不开景区对市场敏锐的洞察。

今年暮春，玄武湖翠虹堤水域的凤头白鸭因为头顶那一撮潮流的爆炸头，被戏称为“找Tony吹过头的鸭子”，吸引众多游客前来打卡。景区迅速着手开发相关文创，在7月就联合“赛炳坤”品牌工作室以此为灵感推出了“爆炸头鸭”系列文创。

紧接着，景区还为“爆炸头鸭”举行了网络征名活动，为其取了“好棒鸭”的名字，并推出多套换装服饰，延伸该款文创的消费链。

玄武湖公园管理处主任秦小斌坦言，玄武湖一直非常重视文创的开发，但这个工作确实有难度。去年开始，景区加大文创开发力度，结合玄武湖花季、候鸟、文化等元素，开发了一系列文创。截至今年11月，景区文创销售额已经达到450万元。

秦小斌认为，当今景区文创开发不能“闭门造车”，要根据景区热点迅速研发产品，同时，也要赋予文创内涵和活力，结合文创推出活动，甚至让文创成为引导游客来景区的要素。“比如我们前不久就推出了跟着‘好棒鸭’到玄武湖赏银杏的话题，很多游客都带着‘好棒鸭’来与景区的银杏合影。”

体验项目多元

在文创持续“出圈”的同时，江苏众多景区的体验项目也在不断提档升级，游船、演出、元宇宙等各类体验项目成为景区的重要营收渠道。

以玄武湖景区为例，今年1月到11月，景区累计接待游客1700万人次，其中，游船项目约接待185.7万人次，收入达6500万元，差不多每10个到玄武湖的游客中，就有1人坐过玄

武湖的游船。

“作为城市湖泊型景区，水上运动、水上游船等项目一直是玄武湖景区最受欢迎的项目，去年，水上项目营收占景区总营收的43%。”秦小斌告诉记者，从历史上看，好多南京人小时候都有到玄武湖坐游船的记忆，这是一个传统项目。而从当下来看，游船又符合了许多人的消费需求，相当于在



游客在周庄进行数字化游览体验 景区 供图

激发消费需求

高品质、多元化的体验项目不仅直接带动了景区的营收，而且延长了游客停留时间，无形中激发了更多的消费需求。

日前，周庄古镇景区又上新了“数字周庄”文旅元宇宙体验项目，元宇宙、VR、AR、AI数字人等技术被嵌入到景区的各个角落，解锁了水乡古镇的新玩法。打开“探秘周庄”小程序，扫描周庄古牌楼，屏幕中即可出现游客的虚拟分身并生成一张照片；沈万三化身“数字导游”，带领游客游览沈厅；夜游船行至对应打卡桥梁，游客举起手机对准打卡框，不同风格的水乡元宇宙就出现在屏幕里……

“本来以为两小时就能逛完，没想到硬是从下午一直玩到了晚上。”上海游客张瑛感慨，周庄古镇里的每一个景点都有很多看头，就比如沈厅，一般到这种古人故居就是看看老物件、看看文字介绍，但到了沈厅，戴上轻便的AR眼镜，就可以看到虚拟人物给自己当导游，开启一场虚实结合的旅行，中间还有一些数字互动体验游戏，可玩性很高。

高良平介绍，高品质的体验项目在吸引更多游客到访周庄的同时，也延长了游客停留时间，带动了景区全域消费，包括门票、餐饮、购物等，促进了当地旅游经济的增长。未来，周庄

古镇还将持续培育发展文旅新质生产力，加快培育文化、旅游、科技相融合的新业态、新产业、新场景。

场景化也是无锡拈花湾景区推动“二次消费”快速增长的良方。截至今年11月底，拈花湾除门票和住宿以外的商业消费达到1.8亿左右，体验产品、特色餐饮、交通接驳等收入持续增长。以景区的华服体验店为例，因为景区整体唐风宋韵的建筑风格非常出片，再加上近年来的旅拍热，景区的华服体验店从1家增长到3家，收入可观。

拈花湾景区副总经理陈聪介绍，景区目前有120多家商铺，在商铺经营方面，景区始终坚持做“场景化”的商

铺，以一种接近于“前厂后店”的形式，让游客可以看到，甚至体验到商品的制作工艺和文化内涵，从而愿意为之停留。“传统商铺，游客一看产品，不需要就不进店。现在，即便是一些游客以前没想过买的产品，当他们看到了制作流程、了解其中的文化，就可能产生消费冲动。”

在陈聪看来，文旅消费属于冲动型消费，游客更愿意为能给他们提供足够“情绪价值”的产品买单。“未来，拈花湾景区在商业板块上，会继续探索场景化的打造，同时全方位提升演艺等优势项目，为游客提供更多‘情绪价值’。”

雪场与长城同框

这个雪季，太原游客小曼想尝试滑雪，朋友向她推荐了广武滑雪场，刚到雪场附近，小曼就被这里的风景吸引了。她说：“广武滑雪场紧邻广武明长城国家文化公园，雪山、长城、雪场、高速公路同框，构成了一幅令人心旷神怡的画卷。即使不滑雪，仅为了欣赏这一美景，也值得一游。”

广武国际滑雪场是长城一号旅游公路沿线一座集滑雪、山地运动、康养等功能于一体的综合度假区，有初、中、高级雪道共16条，配备有8人高速脱挂吊箱缆车和6人吊椅缆车线路各一条，日接待能力达到6000人以上。自今年11月29日“开板”以来，滑雪场已接待游客近万人次。游客多来自内蒙古、陕西、上海等地。

近年来，朔州市山阴县不断推动长城国家文化公园配套工程建设，兴建环长城主题公园、广武国际滑雪场等，打造集旅游、滑雪、山地运动、文化康养于一体的旅游圈，构建起“长城+旅游”融合发展新格局。

山阴境内的广武长城，东临雁门关，西瞰宁武旧城，南通五台胜境，北达云冈石窟，全长近3万米，是国内长城的珍品，极具历史文化研究和旅游观光价值。

来自福建的游客李女士说：“我们那边很少能见到雪，今年北方的冰雪旅游很火爆。所以我和朋友结伴来山西，除了欣赏各种古建筑，我们还想感受一下冰雪运动的魅力，广武滑雪场规模很大，各项配套设施齐全，体验感很好。”

总经理吴涛介绍，广武滑雪场离高速路口仅5分钟车程，长城一号旅游公路从门口经过，朔州高铁站也即将通车，交通非常方便。在雪季，滑雪场还开通了太原、忻州、大同、朔州的免费直通车及滋润机场、山阴动车站到雪场的接送车，努力为患者提供便捷的服务。滑雪场距离雁门关景区仅8公里，周边还有应县木塔、云冈石窟等景区，雪友在滑雪之余还可游览古迹，滑雪之旅会非常精彩。

滑雪与休闲兼顾

“广武滑雪场绝对是一个被低估的宝藏滑雪场。”运城小伙范崇源说：“我11月底就来了，基本每天来滑。这里雪道多、宽，雪质也松软，滑起来非常享受。”因北京冬奥会爱上滑雪的他连续3年与雪友相约来这里滑雪。他们在旧广武村租了一间房，计划住一个月。不滑雪时会到周围古长城等景区去游览。

“广武滑雪场的初级区域为初学者提供了广阔的练习空间，尤其是金沙滩，宽度超过百米，非常适合初学者和希望提升技巧的新手。”范崇源说。

每周五、六、日，广武滑雪场开放夜场，从晚上六点至九点半，滑雪爱好者可以在灯光的映衬下尽情享受滑雪的乐趣。面向进阶滑雪者，广武滑雪场提供了大坡度的高级道，如望月道是山西省队的训练专用道，岱岳道、金沙滩和广武道是超宽雪道，雪友可挑战不同坡度。另外，全新设计

在古长城下畅滑

□ 王文华 本报记者 曹燕

建造的V-PARK地形公园，提升了雪友的体验感，进一步“点燃”大家的冰雪热情。

广武滑雪场内设有青年公寓，餐饮选择丰富，包括西式快餐和各种中式档口，可满足游客不同口味需求。这里还有按摩椅、自助售卖机和小酒馆，让滑雪爱好者在滑雪之余，也能享受到休闲和娱乐的乐趣。

值得一提的是，不少年轻的雪友说，“在广武滑雪场滑雪很出片。”夕阳下的岱岳道，古雁门关的遗址和现代风车相伴，滑雪爱好者可以在广阔的雪道上留下豪迈驰骋的大片。

带动周边发展

说起广武滑雪场对周边乡村经济的带动作用，吴涛介绍，滑雪场300多名工作人员大多是周边村庄的百姓，主要从事造雪、安保、保洁等工作。“户外工作辛苦，工资相对高些，能达到4000元左右。”他说。

长城脚下南寺村村民孙芬芬在雪场半山腰的咖啡厅工作，谈起这份工作，她一脸喜悦：“每月3000元，包吃包住，工作也轻松，挺好的。”

12月12日，2024年山西省残疾人特奥雪鞋走比赛在广武滑雪场落下帷幕。目前，广武滑雪场已成为山西省内青少年冰雪训练基地、山西消防员雪上救援训练基地、国际雪联高山滑雪赛区。去年，广武滑雪场还承办了第九届全国大众冰雪节系列比赛。

吴涛介绍，广武滑雪场正在筹划二期项目建设，将雪上、冰上、水上产品联动，丰富低空体验、酒店住宿等业态，实现滑雪场的四季运营，届时会解决约1500人就业。另外，滑雪场还将开设中小学冰雪体验课，引进大型国际、国内冰雪赛事，推动山西冰雪运动发展。

山阴县文化和旅游局副局长胡文华表示，山阴拥有丰富的长城、古建、生态等旅游资源，依托得天独厚的优势，广武滑雪场与周边明长城、雁门关、广武古城等历史古迹深度融合。通过整合文旅资源、冰雪资源，山阴县致力用一季的雪带动四季旅游的发展，让古长城美景与现代户外滑雪完美结合，焕发出新的生机和活力。



雪场与古长城同框 广武滑雪场 供图

聚焦欢乐冰雪旅游季