

观察

扩大特色优质产品供给 更好激发文旅消费动能

□ 熊海峰 黄靖奇

当前,文旅市场竞争日趋激烈,消费者对高性价比、更具体验感的需求正在倒逼供给端加速创新。《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的出台,有利于形成“政策引导+市场驱动”的双轮并进模式,构建起“需求牵引供给,供给创造需求”的良性循环

近日,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》(以下简称《若干措施》),提出6个方面18项具体措施,其中在“扩大特色优质产品供给”方面提出,丰富文化娱乐产品,推出特色旅游产品,开发时尚国潮产品。

当前,我国文旅产业蓬勃发展,消费者对文旅产品的需求发生了显著变化。年轻人不再满足于传统单一的观光型旅游产品,而是更加关注旅游活动中的体验感和情感共鸣,希望获得一次愉悦身心、情感共振、文化体验独特的深度旅游。

人们期待旅游目的地能够提供完善便捷的公共服务,同时提供更多具有主题性、参与感、感染力的特色优质文旅产品。即使那些早已声名远播、并不缺流量的标志性景区,游客也希望景区的旅游产品能够与时俱进、不断迭代升级,让游客感受到景区的创意巧思与诚挚用心。

文旅产业本质是内容产业,特色优质的产品是产业繁荣发展的根本。旅游市场并不缺少消费需求,而是缺少能够激发强烈消费欲望的优质产品。当前,各地文旅部门和市场经营主体都在想方设法推动产品创新,非遗旅游、文娛旅游、冰雪旅游、智慧旅游等领域亮点纷呈,希望给人们的旅游带来更多的快乐与享受。

然而,受主观因素或客观条件影响,一些地方的文旅产品供给仍然不

甚理想。虽然当地景观和历史文化资源丰富,但是不少地方仍然处于原始、静态的展示状态,既缺少文化内涵的深度挖掘,又缺少运营模式的灵活创新。特别是一些景区的旅游纪念品同质化严重,难以激发人们的购买欲望。《若干措施》提出“扩大特色优质产品供给”的系列措施可谓有的放矢、对症下药,切中要害。

一是要大力丰富文化娱乐产品。旅游业六要素中,“娱”是重要且潜能无限的内容,是具有文化主题性、精神愉悦性和体验沉浸性的旅游方式和消费行为。随着旅游的文化性、内涵性、沉浸性与融合性等发展趋势不断增强,加快构建灵活高效的供给体系,创新打造丰富优质的文化娱乐产品,是更好满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求的迫切要求。

首先,要强化前端创意策划,深度挖掘传统文化内核与当代社会思潮的契合点,找到文化娱乐内容的鲜明主题与创意切入点。

其次,要结合现代科技和消费需求,创新文娱项目的表达和体验形式,如打造旅游演艺、游戏游艺、特色游乐项目等。

此外,还需多维度创新落地场景,不仅要优化营业性演出审批流程,确保大型剧场演出的数量与质量,还应通过认定和评选“名特优新”个体工商户,利用其小而专、小而美的特点以及运营灵活性,打造小型主题影

厅、戏剧酒吧、非遗工坊等多样化的文旅消费场景。

二是要大力推出特色旅游产品。旅游的魅力在于差异化,生命力在于特色化。当部分常规旅游产品因同质化而受到“吐槽”的时候,一些基于地方特色文化或资源开发出的独特产品却受到市场的热捧,如哈尔滨的冰雪文化旅游、山西的古建筑文化旅游、贵州的“村超”赛事旅游、泉州的簪花体验旅游、贺兰山东麓的葡萄酒主题旅游等,持续火爆出圈。

在当前消费偏好日趋多元化的时代,城市或景区应避免试图取悦所有的消费者。我国国内旅游市场规模不断扩大,消费潜力巨大,每个特色赛道只要做得出色,就能够形成足够大的产业规模。无论是温泉、旅拍、房车、邮轮、游轮、游艇、乡村民宿,还是低空飞行、潜水、山地运动、定制高端旅游等,都值得有特色资源的地区深入探索和开发。特别是可以面向银发群体,打造温泉、疗养、怀旧、慢游、专列等特色旅游产品,进一步激活老年群体庞大的消费潜力。

三是要大力开发时尚国潮产品。国潮的兴起源于文化自信,文化自信来源于国家日益强大的综合实力。将具有优良品质的国货与源于传统文化的时尚相结合,让年轻消费群体产生了强烈的情感共鸣和价值认同,彰显“民族范儿”和时尚感的国潮产品成为不少年轻人的消

费新选择。

推动时尚国潮产品的繁荣发展,重点在于根据市场消费偏好,构建“文化挖掘—创意转化—多维营销”供给体系。其中,在研发环节,要建立文化数据资源库,深挖文化内涵与精神价值,提炼标志性要素与符号。

在创意转化阶段,要科学评估特色元素的文化价值、美学价值与市场价值,将之运用到服装、箱包、珠宝、美妆、玩具等领域之中。例如,提取传统文化的经典符号,通过设计师与非遗传人合作,开发出兼具美感和实用性的生活用品。

在营销环节,要充分利用智能媒体、社交媒体、虚拟体验空间和线下体验工坊等多种形式,推动时尚国潮产品“出圈”,打造更多具有市场知名度和美誉度的国货“潮牌”“潮品”。

文旅产品作为文旅消费的核心载体,是满足游客多样化、个性化、品质化需求的关键所在。当前,文旅市场竞争日趋激烈,消费者对高性价比、更具体验感的需求正在倒逼供给端加速创新。《若干措施》的出台,有利于形成“政策引导+市场驱动”的双轮并进模式,构建起“需求牵引供给,供给创造需求”的良性循环,进而把今年春节假期文旅市场的“开门红”转化为全年的“满堂彩”,为文旅经济高质量发展注入持久的强劲动力。

(作者单位:中国传媒大学文化产业管理学院)

接棒“年味经济” 发力“春日经济”

□ 张国栋

面对可预见的客流,如何让生态“颜值”转化为经济“产值”,成为各地发展“春日经济”的必答题

初春时节,人们错峰出游、踏春赏花的热情与日俱增,不仅带动了餐饮、住宿等领域的消费增长,也推动着户外用品生产企业全力运转,“春日经济”正在不断释放新活力。

春光美、游人醉。眼下,春回大地,万物复苏,伴随着气温攀升,接棒“年味经济”,发展“春日经济”正当其时。可以看到的是,春日经济已不限于赏花、尝春菜,而是延伸到多个领域,“春日经济+文旅”“春日经济+消费”“春日经济+乡村”等成为产业发展的助推器。

热力十足的“春日经济”、热潮涌动的消费市场,是中国经济持续向好、人民幸福满怀的生动诠释。要切实抓住这个风口,发挥其对促消费、扩内需的拉动作用,深入探索“春日经济+”,把春天的“颜值”留住,变成相关产业的“产值”。换言之,面对可预见的客流,如何让生态“颜值”转化为经济“产值”,成了各地发展“春日经济”的必答题。

一方面,应注意到人们春季出游已经不再满足于观赏和拍照,而是越来越追求更为丰富多彩的休闲体验。创新产品业态,不仅是满足群众特色化、多层次、分众化旅游需求的务实之举,也是助推文化和旅游产业高质量发展的长远之策。因

此,各地不妨因地制宜打造特色“花海”、精心设计旅游线路,将赏花踏青与都市休闲、文博艺术、乡村度假、山地运动、特色美食等结合,通过景点的联动、场景的创新、品类的丰富,延长旅游的消费链条和消费热度。

另一方面,应着力提升“春日经济”的底色,从更丰富多元的消费场景入手探索“春日经济+”。例如,可以利用“春日经济”中的首发效应和户外健康的场景性,更多关注老年人出游市场。通过“春日经济”,迎接会展经济和户外体育经济、康养经济的先机,创造出更多的新产品。同时,注意走差异化和特色化道路,提升产品竞争优势,避免同质化,推动“春日经济”美丽乡村、富村民,成为持续绽放出绚丽光彩的“美丽经济”。

总之,发展“春日经济”,需各地精心安排、付诸努力。无论是传统景点,还是新晋网红,抑或是仍待走红的小众城市,都需要修炼内功、做好服务,这样才能让“回头客”变成“回头客”,不断延长旅游的产业链。

主动把握消费规律,顺势而为、乘势而上,才能不断擦亮“春日经济”的底色,让文旅产业高质量发展的成色更足。

AI让旅游越来越“好玩”

□ 孙维国

AI正在以其强大的数据分析和智能化能力,为人们开启一个更加便捷化、个性化的旅游新境界

“世界那么大,我想去看看。”如今,以个性化和沉浸式体验为核心的深度游备受年轻人追捧。近年来,随着人工智能技术的发展,越来越多的旅游达人开始尝试使用AI工具规划深度旅游线路。

随着科技的日新月异,AI已经渗透到社会各个领域,尤其在旅游行业,AI的应用不仅可以优化旅游规划的效率,也能够深度游和个性化服务方面创造前所未有的机遇。人们出游前往要进行各项的资料搜索、线路安排、攻略制定。如今,AI正在以其强大的数据分析和智能化能力,为人们开启一个更加便捷化、个性化的旅游新境界。

AI赋能的旅游规划不仅可以节省大量的时间和精力,也能够让旅游体验变得更加个性化和精准。以“AI规划旅游线路”为例,传统的旅游方式通常依赖于旅游者的经验积累与周围人的推荐。然而,这些方式常常忽视了个体需求和兴趣的多样性。

借助AI技术的力量,旅游者可以通过数据信息处理与深度学习算法,快速获取适合自己的旅游线路。比如,某些AI平台能够根据用户的兴趣偏好、预算范围、旅游时长等因素,量身定制出独一无二的旅游线路,从景点安排到餐饮推荐再到住宿预订,无一不精准到位。

AI的真正潜力不仅仅停留在简

单的线路推荐上。随着智慧旅游的不断发展,AI正逐步改变着旅游的每一个环节,尤其是在深度旅游和乡村旅游方面,AI的应用展现出巨大的价值。深度旅游强调的是与目的地的文化、历史、自然等元素的深度接触,AI正是通过整合旅游目的地的海量数据,为游客提供更加深入、全面的旅游建议。

与此同时,乡村旅游也因AI的应用而焕发新生。通过AI定制的乡村旅游线路,能够帮助游客避开人流密集的热门景点,让人们在深度体验当地自然风光和民俗文化的同时,享受到乡村的宁静与美好。

尽管AI在旅游领域的应用带来了前所未有的便利与体验提升,但是我們也需要理性看待AI的局限性。比如,某些目的地的门票价格波动、景区人流量的变化等动态信息,AI目前还难以做到完全准确实时的预测。更重要的是,旅游体验并非仅仅依赖于线路和景点的选择,个体的情感需求、旅游过程中的即时决策以及人与人之间的互动等因素,依然是AI无法完全代替的部分。

AI赋能能让旅行越来越“好玩”。AI在旅游行业的应用将为人们的生活带来前所未有的创新与变革,不仅仅是让旅游更加便利、高效,也可以为旅游者提供更加多样化、个性化的选择,推动旅游业朝着智慧化、定制化方向发展。

来论

小剧场成为文旅融合新亮点

□ 左崇年

小剧场的发展不仅丰富了旅游的内涵,也带动了周边产业的协同发展,形成了一条完整的产业链。周边地区的“吃住行游购娱”业态会因为小剧场而焕发出新的活力

据《工人日报》报道,近年来,江苏省通过出台指导意见,推出编创人才培养、艺术基金资助措施等,推动提升全省小剧场建设水平。江苏全省小剧场遍地开花,以其独特的艺术魅力和灵活多样的表现形式,为市民和游客提供了丰富多彩的文化体验。

如今,“为一场演出奔赴一座城”不再是一句口号,而是众多游客的旅游选择。小剧场演出以其多元、灵活、互动性强等特点在全国各地悄然绽放光彩。小剧场正以其独特的魅力成为文旅深度融合发展的新亮点。

小剧场是地域文化的生动展示窗口。在这里,地域文化以更加鲜活的

姿态呈现在游客面前。小剧场推出的特色演出不仅可以让观众感受地域文化的独特魅力,也能够增强人们的认同感和归属感,就像一根无形的纽带,将外地游客与当地文化紧密相连。

小剧场的发展不仅丰富了旅游的内涵,也带动了周边产业的协同发展,形成了一条完整的产业链。周边地区的“吃住行游购娱”业态会因为小剧场而焕发出新的活力。以杭州的商场小剧场为例,这些小剧场通常位于商场内部,与周边的餐饮、零售等业态相互融合。观众在观看演出之余,可以在商场内品尝美食、购买纪念品,为商场带来了可观的客流量和

销售额。同时,小剧场也为当地的住宿、交通等行业带来了新的发展机遇,促进了相关产业的繁荣。

诚然,尽管小剧场在文旅深度融合中展现出巨大的发展潜力,但是其发展过程也面临诸多挑战,这些问题如不及时解决,将制约其进一步发展。例如,在演出场景方面,一些小剧场存在场景固化、缺乏新意等问题。许多小剧场表演场景局限于传统舞台,空间利用不够灵活,现代舞台技术运用不足,先锋小剧场相对稀缺,无法完全满足观众的多样化需求。在一些地方的小剧场中,舞台布局多年未变、缺乏创新,观众在观看

演出时难以获得新鲜感和惊喜感。

面对这些挑战,我们需要多方协同,共同寻找破局之道,推动小剧场与旅游深度融合发展。政府应加大政策支持和资金投入,为小剧场发展营造良好的政策环境。例如,可以设立专项扶持资金,用于小剧场建设、剧目创作和人才培养,鼓励社会力量参与小剧场建设;对新建小剧场给予资金补贴,对优秀剧目创作给予奖励,进而有效激发社会各界参与小剧场建设的积极性。

同时,小剧场自身也需要不断创新,提升演出质量和吸引力。一方面,要创新演出形式和内容,运用现代舞台技术,打造沉浸式、互动式演出,更好满足观众的多样化需求;另一方面,也要加强品牌建设,打造具有地方特色和市场竞争力的小剧场品牌;通过举办戏剧节、邀请知名剧团演出等方式,提升自身知名度和影响力;此外,还要与更多的产业跨界融合,打造更加丰富的文旅消费场景,成为传承和弘扬地域文化的重要平台,让更多的人了解和爱上其承载的地方特色文化。

酒店长租市场升温 年轻化成主流趋势

近年来,“长租”市场越来越被酒店住宿行业重视,一二线城市的强劲租赁需求,带来了巨大的发展空间。一些地方的酒店和写字楼改造成长租公寓,长租房市场逐渐升温。长租公寓租客群体年轻化成为主流趋势。业内人士表示,一些地方酒店纷纷寻找业务增长点,积极拓展长租业务,更好满足了市场需求。

视觉中国 供图



声音

“实现文物保护与居民生活的和谐共存,显然不能靠‘一刀切’限制,而应找到文化与生活的平衡点”

——近日,湖南怀化的李先生因自家住宅被认定为明末清初古建筑而陷入两难境地。住宅成文物,本是文化传承的幸事,却因居住与保护的矛盾,成了许多人的“心头病”。对此,《工人日报》近日发表评论指出,文物保护应注重“以人为本”,在保护文化传承的同时,兼顾居民的生活需求。例如,可以通过科学规划和设计,在保留文物建筑外观和历史风貌的前提下,对其内部进行现代化改造,以满足居住需求。此前,有些地方探索文物民居所有者自己开放营业的模式,收入用于修缮维护或改善生活,这种思路也值得研究借鉴。此

外,文物保护是全社会的共同使命,通过宣传教育,让更多人认识到文物保护的重要性,形成全社会共同参与的良好氛围。

“作为知名景区,面对降雪等特殊天气,理应有成熟的应对预案”

——近日,安徽黄山景区迎来降雪,登山台阶湿滑,一些游客因站不稳从山道滑下。对此,“新京报评论”微信公众号近日发表评论指出,从报道看,涉事景区的反应显然“慢了半拍”。此事暴露的一系列问题表明,景区管理不能只靠“事后救火”,应急响应也不能陷入“走一步看一步”的被动状态。因此,涉事景区除了发布登山安全提醒外,提前预判好天气情况并关闭有积雪的步道,或清理相应步道的积雪,收入用于修缮维护或改善生活,这种思路也值得研究借鉴。此

(本版编辑 龚立仁 整理)