

打开全域旅游的“广东图景”

本报记者 张建军

一场全域之旅,唤醒了沉睡于人们内心的山河大地。国家级、省级全域旅游示范区已经成为重要旅游目的地。仅以今年国庆假期为例,广东省共接待游客4438.6万人次,旅游收入236.8亿元。事实上,近10年来,广东省旅游业总收入、旅游外汇收入、入境过夜游客数量稳居全国第一。但旅游大省如何创建旅游强省?广东大力推动以乡村旅游为重点的全域旅游发展,不断增加品质旅游产品的有效供给,奏响了文旅融合发展新乐章。

颇具活力的共富增长点

绿鞭枝条上挂满了硕大紫红的火龙果,与玫瑰园里的玫瑰花争艳,满园的醉蝶花、鸡冠花、格桑花、海棠花、百日红更是争先恐后绽放,向游人展示出笑脸。记者日前来到广州市从化区西和村,与北方已是寒意袭人不同,岭南还似春天般温暖。

时近中午,村里各个景区游人如织,西和小院、花雨间等精品民宿已客满。“从化生态环境一流,适合近郊周末休闲度假,我们与亲朋隔三差五都会过来住上两天润润肺。”在广州越秀区居住的老广州市民陈永健笑称。

西和村以花卉产业为基础,大力发展乡村旅游先后荣获“中国美丽休闲乡村”“省级休闲农业与乡村旅游示范镇”等,并鼓励村民自主经营农家乐餐馆、商店、农副产品销售、民宿等,带动当地群众增收。

今年国庆节前,文化和旅游部会同国家发展改革委公布了第三批全国乡村旅游重点村和第一批全国乡村旅游重点(镇)乡名单,西和村入选第三批全国乡村旅游重点村,是广州市唯一入选的乡村。

近年来,都市人走向省内及大都市近郊休闲游成为新潮,一些融入了新元素、新体验的周边游和乡村游,尤其受到游客热捧。比如,国庆7天假期,仅广州全市乡村游接待游客就达570.2万人次,占接待游客总量的49.44%。

广东省文化和旅游厅党组书记、厅长汪一洋介绍,2017年5月,广东省第十二次党代会提出

“以乡村旅游为重点发展全域旅游”,广东依托绿水青山、田园风光、南粤古驿道、历史文物古迹、红色革命遗址、岭南特色乡土文化等独特的优势资源,把“粤美乡村”作为六大全域旅游品牌之一加以重点打造,推动产区变景区、田园变公园、劳作变体验、农房变客房,扩大乡村旅游综合消费,激发文旅消费潜力。

目前,广东已打造42个全国乡村旅游重点村镇、202个省级文化和旅游特色村、150条广东省乡村旅游精品线路、50个省级旅游风情小镇,并大力发展“乡村+文创”“乡村+演艺”“乡村+节庆”等模式,将文化资源、农业资源、生态资源转化为旅游资源,满足现代人回归田园乡居、感知乡愁记忆的美好生活需求。

“一业兴百业旺”,乡村游带“火”了乡村经济,成为农村居民共同富裕颇具活力的收入增长点,不少地方农家乐生意火爆。

星罗棋布的全域缤纷图

从金融街·巽寮湾五星级酒店群到双月湾色彩斑斓的“集装箱”主题酒店,一大批游客错峰出行,躲开了国庆假期这里的人潮,在南海边细白沙滩上沐浴阳光,悠然自得。这是秋冬之际,记者在广东省惠东县海滨所见的一幅美丽图景。

“今年国庆假期,我县滨海旅游、乡村旅游代表产品深受市民游客欢迎,周边游、自驾游、短途游也成为假期旅游主流,珠三角城市群及本地大量游客前来旅游。全县共接待游客81.48万人次,实现旅游收入40085万元。”惠东县文化广电旅游体育局副局长罗运锋介绍。

在广东省文化和旅游厅日前公布的第四批广东省全域旅游示范区名单中,惠东县是上榜的19个县(市、区、镇)之一。多年来,惠东将全域旅游作为构建山海统筹发展示范县、加快乡村振兴发展的重要抓手,推动经济社会高质量发展,旅游业已经成为惠东县主导产业。

2016年,广东启动全域旅游示范区建设以来,全省14个市县区列入国家全域旅游示范区创建单位,63个市县区列入省级全域旅游示范区创建单位。

从冬天暖和的温泉泡,到夏季清凉的漂流爽,近年来,广东省清远市清新区投入20多亿元,不断增加多样性、全季节性的旅游产品供给,强化乡村文化旅游提档升级,推广“餐饮+

精品住宿+深度体验”的乡村旅游2.0模式。

清新区目前已开发旅游景区(点)23个,其中国家4A级旅游景区3个,国家3A级旅游景区1个,旅游精品线路5条,红色旅游景点3个。

清远的清新区、英德市也在刚刚公布的第四批广东省全域旅游示范区名单之列,再加上此前几年已经创建成功的清城、佛冈、连山、连南、阳山5个县区,清远市辖的8个县(市、区)中已有7个广东省全域旅游示范区,是广东创建省级全域旅游示范区最多的地市。

借全域旅游创建契机,广东不断促进旅游业全区域、全要素、全产业链高质量发展,实现全域宜居宜业宜游,全域旅游的版图不断增添新地标。

目前,广东已成功创建5家国家全域旅游示范区和44家省级全域旅游示范区,并有42个村镇入选全国乡村旅游重点村镇,走出了独具特色的广东全域旅游发展之路。

精心打造的“四梁八柱”

在泥巴岛体验花式“鱼塘”玩泥,在渔鱼岛玩转全景式“渔”乐场……自从今年国庆假期试营业以来,江门鹤山古劳镇古劳水乡嗨翻了天。这里是华侨城集团打造的首个水乡童年游戏生态乐园。

古劳水乡又称围墩水乡,有700多年历史。明洪武年间古劳人兴建古劳围,古劳从滩涂泽国逐渐变成美丽的岭南水乡,历经几百年风华渐褪。

在10月1日才露出芳容的华侨城古劳水乡古劳圩滨水商业街,有水乡童年互动游戏,街头咏春会馆里有剧本杀,耳朵里展览馆传出古劳童谣……“水乡围墩上再现的700年水乡渔商盛景,把我带入了千塘渔家的乡趣生活。”陪着儿孙一家来的70多岁游客梁光道兴奋地说。

近年来,在全域旅游建设过程中,广东加大旅游产业融合开放力度,提升科技水平、文化内涵,着重对在地文化活化应用,增加创意产品、体验产品,发展融合新业态,古劳水乡就是一个最新缩影。

华侨城华南集团副总经理冯晖说:“华侨城古劳水乡提出‘新型城镇化+乡村振兴’创新融合发展模式,是华侨城集团在文旅业态及旅游发展模式上的又一次创新尝试。”而这也正是广东全域旅游向着以景区联动、产业联动、服务联动、要素联动等“旅游+”“+旅游”为模式的全域联动发展新探索。

2018年7月,广东省政府召开全省全域旅游工作现场会,印发《广东省促进全域旅游发展实施方案》,提出优化全域旅游大格局、塑造全域旅游大品牌、培育全域旅游大产业、打造公共服务新体系,广东全域旅游发展迈入新时代。

汪一洋表示,广东将继续以全域旅游为抓手,坚持以文塑旅、以旅彰文,培育“文旅+”“+文旅”新业态、新模式、新产品,全力打造高品质旅游景区等全域旅游的“四梁八柱”,奋力将文化和旅游业打造成为全省精神文明建设的重要支撑、物质文明建设的重要支柱,努力塑造与经济实力相匹配的文化优势,加快打造粤港澳大湾区世界级旅游目的地,建设更高水平的文化和旅游强省。

图① 广州从化吕田镇桂峰村秋景。

图② 广州黄埔中新知识城签下村举办乡村旅游嘉年华。

本报记者 张建军摄



“欢乐雪域娱滑通单人票要上架了,准备好了吗?倒数三、二、一,上架!”在刚刚过去的“双11”购物节,“湘江欢乐城”直播间人气火爆,产品线上渠道预售破百万,创造淡季销售新增长。

11月14日,手持提前购买的“娱滑通”,从娄底市自驾来的周莹格外兴奋,她和几位朋友身着滑雪服,在欢乐雪域各式冰上娱乐项目前合影留念,“现在是冬季,我们在悬浮于百米深坑之上的‘欢乐雪域’滑雪玩雪。今年夏天,我们在悬崖上的‘欢乐水寨’冲浪戏水,这样浪漫的游玩体验,湘江欢乐城都安排满了!”周莹在朋友圈分享照片并感叹:“银装素裹的北国雪境与冰蓝城堡错落相间,一秒穿越到北极童话小镇。”

位于湖南长沙湘江新区大王山度假旅游区的湘江欢乐城被称作“矿坑上的冰雪王国”。“这个标签是长沙市进行生态修复、城市修补的新尝试。从昔日寸草不生、千沟万壑的废弃百米深坑,变身成为悬浮于矿坑之上娱雪嬉水一体的‘欢乐奇迹’,湘江欢乐城是长沙老工业基地向绿地新城转化的代表作,也被视为国内生态修复的典型。”湖南湘江新区发展集团有限公司相关负责人说。

记者了解到,上世纪50年代以来,湘江之滨的长沙坪塘集聚了30余家建材化工企业,持续多年的开采,仅一家水泥厂就留下了深100多米、敞口面积18万平方米的不规则状矿坑,在湘江之滨划出一道巨大“伤疤”。

百米深坑上的欢乐奇迹

2007年12月,长沙成为国家探索“两型”城市建设的先锋之一,将目光投到了生态亟需修复的坪塘老工业基地。湘江新区经过大胆设想和科学论证,由湖南湘江新区发展集团有限公司投资建设运营,利用深坑“保温蓄水”特征,摒弃常见的填埋等处理方式,以生态修复的方式大胆将百米深的矿坑转化为室内“欢乐雪域”和室外“欢乐水寨”的两型主题乐园。“两型社会”的理念贯穿于项目的整个建设过程,利用本身独特的地形高差条件,在原坑内修建滑雪场,节约建设坡度结构的相关费用;欢乐雪域需要常年供冷,而欢乐水寨有全年热水需求,项目通过回收制冷机组冷凝热,用于加热欢乐水寨游乐用水,极大降低了欢乐水寨热水负荷,同时提高制冷机组效率,减少冷却水消耗,降低区域热岛强度,使项目热量基本达到平衡,节约运行成本。

2020年7月11日,湘江欢乐城正式开园迎客。湘江欢乐城借助长沙作为网红城市的优势,凭网红经济赋能文旅经营,与知名IP开展跨界联名,制造营销热点,官方抖音号爆款视频、网红直播加速引流,一跃成为新晋“网红”,吸引了各地众多游客前来“打卡”游玩。室外暖阳和煦,室内大雪纷飞,气温常年保持在零

下5摄氏度……从常德市驾车过来“尝鲜”的肖先生被眼前童话般的冰雪世界惊艳:“一直想来看看欢乐城是什么样子,周末特意带家人过来游玩,不仅可在深坑内观赏工业遗址实景,还能体验‘冰火两重天’的独特趣味,我已经开始期待明年夏天在上方‘屋顶’欢乐水寨游玩的乐趣了。”

随着湘江欢乐城的建成开园,朗豪、洲际、华谊等一线品牌入驻,越来越多主题鲜明的标杆性文旅项目在大王山片区拔地而起,一个以文旅、智慧、通航产业为特色的文旅融城核心圈雏形初显。

在新冠肺炎疫情的影响下,湘江欢乐城创新旅游营销模式,运用新媒体直播电商拓宽景区销售渠道,推进文旅企业传统电商向直播电商转型升级。今年9月开始,湘江欢乐城与周边景区联动,推出“金标绿码”“万圣节·不给糖就捣蛋”“抢go双11”“空中潮玩·直升机游览”等主题鲜明的景区产品,为整个景区聚拢人气,拉动淡季消费新需求。随着2022年冬奥会日益临近,景区响应国家发展冰雪运动的号召,正在策划“冰雪进校园”等品牌活动,推广冰雪运动,让游客在冰雪世界里充分感受冰雪运动的魅力。

近来很多人在朋友圈会看到这样的露营动态:或三五好友齐聚篝火,或独自漫步日出霞光,“户外美学”“精致露营”等关键词在社交平台逐渐走热。伴随许多“拎包入住”式的营地降低传统露营门槛,众多露营“小白”参与其中,使得这一曾经小众的旅游方式,开始进入大众视野,并成为当下旅游圈的新宠。

露营热情带动了相关产品在电商平台的搜索量和销量爆发式增长,也使得营地市场快速扩大。但不可否认这一新兴业态仍处于起步阶段,面临着许多挑战。绝大多数游客是一次性消费,营地建设缺陷导致体验感不佳,酒店民宿的差异化程度不高、市场定位不清晰等问题,都是露营经济成长过程中的烦恼,想实现可持续发展还需“步步为营”。

首先,找准市场定位、探索经营模式是亟待克服的难题。当前,露营经济仍然面临营地水平参差不齐、多数难以盈利的困境。从行业形态上来看,露营地其实是重资产行业,涉及拿地、建设、规划、报规、环评等环节,前期成本投入大,回报周期长。对于建设来说,很多营地建设之初都没有专门规划,建设者和经营者之间缺乏有效沟通,导致事后补建成本高;对于经营来说,当前露营项目单一,模仿者众而深耕细分市场者少,“赚一波热度”的快餐式消费显然不足以支撑营地的长久生存,惟有加强事前规划,才能避免追高成本。

其次,要研究细分市场,提供特色产品。露营经济不是一处美景、一顶帐篷、一次打卡的简单生意,而是一道集体育户外、休闲娱乐、住宿体验等各方面的综合考题。经营者要挖掘营地特色,宜山则山,宜水则水,在一次次实践中边摸索边改进,不断推陈出新,避免同质化运营,解决游客观光性强、参与感低的问题,逐步培育消费者的露营习惯,才能做成细水长流的买卖。

最后,露营经济要深耕美丽乡村,助力乡村振兴。露营区别于酒店民宿的最大特点在于“野趣”,是露营者对于真正亲近自然、感受和谐之美的追求。我国休闲农业和乡村旅游经济发展如火如荼,已有上千个特色突出的美丽休闲乡村,这些地方不仅符合露营者的消费心理,也具备相对完善的旅游设施,可以为露营经济提供更为广阔的舞台。如果露营经济深耕美丽乡村,必能打破目前乡村旅游单一的观光形式,开拓更为多元的地域旅游模式,起到相互促进、相互成就的作用。