

发挥山水优势 发展度假经济

本报记者 孙潜彬

有山有水且沿海沿边的辽宁正在打造富有文化底蕴、特色鲜明的度假区,唤起广大旅居者心中的“诗和远方”。

一日游、二日游,怎样拉长为深度游、度假游?关注热度怎样变成旅行深度?抓住文旅观光向度假升级的机遇,各地纷纷乘势发展“度假慢生活”业态。目前文旅部评定的国家级旅游度假区已达63家。

拥有37个省级旅游度假区的辽宁省,却没有一个国家级旅游度假区。有山有水且沿海沿边的辽宁下决心气力补短板,谋划后发赶超,近来开始向度假经济持续发力,打响“度假新潮流 旅居到辽宁”品牌。

枫叶之城迎客来

钢城本溪还有个美丽的别名——枫叶之都。国庆节后,漫山遍野的枫叶映红了湖水,染红了城市。要说比这还红的,是一众旅行达人在视频平台上对本溪红叶的热推、赞叹。

“山明水净夜来霜,数树深红出浅黄。”辽宁文旅厅厅长刘伟才引用刘禹锡的《秋词》形容本溪当下的枫红意境。他说,代表高质量旅游的度假经济方兴未艾,正像辽宁推出的旅游宣传口号——“山海有情天辽地宁”,辽宁正在打造富有文化底蕴、特色鲜明的度假区,唤起广大旅居者心中的“诗和远方”。

“没想到国庆节后游客仍然络绎不绝。”站在红叶满枝的枫树下,本溪市花溪沐枫雪温泉旅游度假区经理薛萌告诉记者。从度假酒店客房的获客率、续住率同比大幅攀升的数据中,她敏锐地感知到大众旅行消费偏好的悄然变化。人们不再热衷于快节奏转换景点、“抢C位”打卡拍照,开始慢下脚步细品风景,住下来放松心情。“泡温泉抬头就能赏枫叶,有很多外地游客一住下来就不想走。”薛萌说。

蓝天白云,枫叶似火。沿着本溪小草线公路,一路都是五彩“枫”景。就在层林尽染的山脚下,一个个室外温泉泡池散布在花溪沐枫雪温泉小镇里。泉水氤氲升腾的热气,远远地就能望见……国庆节后,驾驶房车的天津游客梁欢带着家人错峰出游,来到这里包下一栋小院,泡温泉、赏美景、品美食。“孩子喜欢玩水,老人喜欢泡温泉,我喜欢满山枫红。在这里住几天,一家人的愿望都能满足。”梁欢觉得自已找到了轻松、自在、舒适的旅行状态。

“春寻百花夏避暑,秋赏枫红冬戏雪”。本溪市市长吴世民认为,本溪一年四季皆可入画、适合度假。这里有辽宁最高的森林覆盖率,是名副其实的“辽东绿色生态屏障”“天然氧吧”;这里有全国唯一以城市命名的国家地质公园,拥有一处世界文化遗产、5A级景区1家、4A级景区12家、省级旅游度假区3个。本溪将不断丰富产品供给、彰显文化底蕴、提升管理服务水平,以花溪沐枫雪温泉旅游度假区为核心,创建国家级旅游度假区;同时以生态休闲康养为切入点,开发旅居度假核心产品,全力打造“全国知名生态休闲康养旅居旅游城市”,大力发展度假经济。

采访中,吴世民还“植入”一句城市广告——“本”色之城,“溪”望客来。



金秋十月,游客慢行山城本溪,看漫山红叶。

本报记者 孙潜彬摄

乐享乡村慢生活

“度假旅游的核心在生活,而不同于景观。”辽宁盘锦市文旅广电局副局长毕志明认为,人民对美好生活的向往,为度假产业发展提供了最为坚实的市场基础。

以盘锦为例,近年来这个中国最北海岸线“一地深度游”的游客越来越多。今年中秋国庆假期盘锦共接待游客379万人次,旅游综合收入19.6亿元。红海滩国家风景廊道、红海滩湿地温泉乐园、北旅田园等景区到处可见来自江苏、广东等远程客源地的自驾游车辆。

除了红海滩、苇海等著名景点,乡村度假游成为假期游客深度游盘锦的首选。在大洼区大堡子村租住精品主题民宿,体验稻作生活;在“菜根堂”摘几枚碱地柿子;在“国风堂”听一节国学课;在“稻中道”来一场骑行……日子浸在景观中,快乐慢生活,成为盘锦美丽乡村吸引常客的“最大卖点”。

盘锦乘势引流度假经济,文旅部门力推“盘锦全域深度游攻略”和“盘锦一日游至五日游”精品线路,助力引导传统观光景点游向节庆游、研学游、文化游等休闲度假模式转变,联动起全市商业、餐饮、娱乐、住宿等产业及旅游沿线乡村经济的发展。

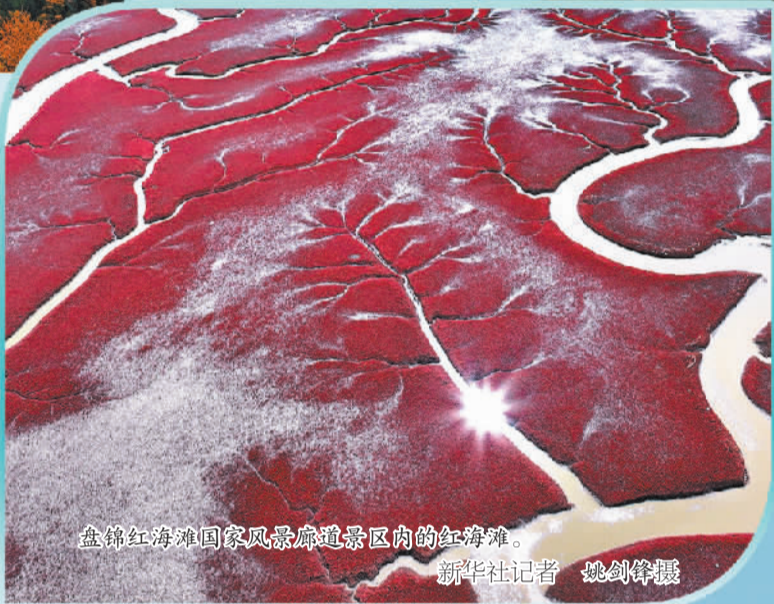
度假旅游的本质是在异地的高品质生活。怎样丰富度假的日子,让一天精彩不同、不腻歪?换上古装,走在国风集市上,鞍山市文旅广电局局长赵萍划出重点——花样。

今年的中秋国庆双节期间,鞍山策划推出了33项文旅体特色活动,如“无人机秀”“南果梨国风音乐节”“千山大典”“首届牛庄馅饼美食节”等活动,带火了旅游人气。此外,全市各文化场馆、文化综合体等举办了各具特色的展览。各大商场分别举办了音乐节、舞台剧、主题巡游等多个活动,为各年龄段游客提供了休闲好去处。鞍山市文旅广电局还精心组织文艺轻骑兵小分队深入景区、社区、乡村,开展了30多场文化惠民演出。多管齐下丰富假日文旅体市场产品供给,文旅赋能激发了消费新活力,增强了来鞍山度假游客的体验感和



图为秦溪五彩斑斓的枫叶景观。

本报记者 孙潜彬摄



盘锦红海滩国家风景廊道景区内的红海滩。

新华社记者 姚剑伟摄

参与度。

“我是从秦皇岛来鞍山旅游的,听说有大型无人机表演秀,特地多停留了一晚观看。既震撼又有特色,这场充满科技感的表演简直太棒了。”在观看完鞍山举办的大型无人机表演后,游客王双全接连参加了好几场活动。

中秋国庆假期,辽宁共接待游客5596.2万人次,按可比口径同比增长139.1%;实现旅游综合收入369.3亿元,按可比口径同比增长158.3%。

锻长补短兴产业

“越是工作紧张越是向往度假。”辽宁主营度假游的“4+2”露营主理人王逸楠说,自己在推销一种时尚的生活方式,通过度假游与其关联的全国会员客户有4万多名之多。节日之外,带薪年休假制度的实施,增加了人们外出旅游度假的时间选项。以度假形式开启“一地深度游”或“无景点出游”,因其较低的成本投入和较大的精神收获,逐渐成为旅游新风向。

同南方比,有冰雪魅力;同北方比,有海岸蜿蜒。山海辽宁,区位独特,文旅资源禀赋卓然,适合度假。在辽宁省文旅厅资源开发处处长再洪田看来,国际度假产业体系中“滨水+度假”“山地运动+度假”“健康疗养+度假”“乡村生活+度假”“特色产业+度假”“文化主题+度假”“邮轮+度假”等典型模式在辽宁应有尽有。

然而,建设富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区却不那么容易。辽宁大学文化和旅游标准化中心主任郭舒在发布的《辽

宁省旅游度假区发展报告

(2023)》中谈到,辽宁省级旅游度假区平均建设水平处于中档状态,住宿品质和整体度假资源与环境营造不足,人均消费不高。另外,度假区特色谋划不够,打“冰雪+温泉”牌的度假区遍布辽宁各市,相似度较高,差异化不明显。局部出现的低价竞争拉低了服务水平。

度假产业要为旅居者提供一段与常规生活不一样的品质生活,对生态环境、基础设施、公共服务、接待体系、活动内容、商业体系和人文环境等有着更高的要求。“度假区最重要的是口碑,不能搞短视的一锤子买卖。”薛萌总结经营度假酒店的心得。比如泡池里的温泉水,都是热泉自然冷却到适宜温度,绝不勾兑凉水,且每天都要及时更换。酒店成本高一些,换来游客满意却值得。

从观光到度假,吃住行、购娱、展演演成度假产业体系的骨干,度假经济已延展到美食、康养、音乐、戏剧、温泉、滑雪、登山、徒步、冲浪、潜水、骑行、露营以及各种赛事、集会等。怎样补短板锻长板?辽宁以文旅产业振兴发展大会为契机,出台一系列促进文旅产业高质量发展的相关政策。辽宁省副省长郭影云表示,辽宁将树起“四张目的地名片”:建设“六地”红色旅游新高地、中国北方生态旅居胜地、大众冰雪旅游最佳体验地、现代化旅游消费集散地。

别扫兴

近日,深圳市消费者委员会发布《消费者在扫码消费时对广告设置的体验消费调查报告》。《报告》指出,弹窗广告在扫码消费的情景中普遍存在,超九成消费者认为弹窗广告侵犯消费者合法权益,对这些广告表示不满意。

移动支付和扫码消费已深入大众日常生活,渗入餐饮、购物、旅游、汽车、超市等各行各业。从高档商场买东西到路边小摊吃饭,从汽车加油到菜场买菜,一个手机就可以搞定一切。然而,无孔不入的弹窗广告导致扫码消费流程变得繁琐、降低效率,广告内容也存在误导,令消费者苦不堪言。

“扫一扫”带来的便捷,却成了破坏消费体验的入口。有车一族或许都遇到过这样的烦心事:扫码缴纳停车费时,明明输入车牌号就可以付钱的小程序,却要跟页面中可能随时弹出的广告和“优惠活动”斗智斗勇。扫码消费中的弹窗广告推送不仅干扰了付款界面,直接影响支付的流畅进行,而且容易导致消费者的不满情绪并拖慢付费效率,弹窗广告出现过多过滥还会破坏消费者选购商品或服务的体验,降低继续消费的意愿。

“福利”背后暗藏隐忧,面临信息泄露和诈骗等风险。一些弹窗广告的关闭按键只是摆设,用户点击后非但不能关闭广告,反而会进入新的广告页面。一些“红包提现”等弹窗内容诱导消费者下载APP或充值,这些“中奖”链接也有可能携带病毒,点击后消费者的个人信息将被窃取,给人们的财产安全带来巨大隐患。但是,在手机扫码消费等新兴领域,弹窗广告泛滥的问题像牛皮癣一样难以根治。

规范网络弹窗广告发展,需要多方合力。违规广告显然损害到消费者的正当权益,必须强化跨部门、跨区域协同监管,加大力度整治消费市场乱象。要充分发挥整治违法广告联席会议机制作用,着力解决互联网弹窗广告“以罚代管、一罚了之”和“屡罚屡犯”等突出问题;加大对涉事主体的处罚力度,对于屡教不改、反复出现问题的企业,必要时可以采取强制措施;健全公众监督投诉渠道,让消费者也成为市场监管的重要一环。

自律而正向的弹窗,也不至于让消费者谈广告“色变”。扫码消费中,广告设置需尊重消费者的选择权与知情权,广告内容需符合相关法律法规的规定,不得误导或诱导消费。期待广告投放在广告的商业化属性和消费者的消费体验之间找到平衡点,科学规划弹窗广告的推送频次、表现形式和取消渠道等,不得以任何方式干扰消费者正常的支付流程,并持续优化广告内容,譬如可以提供与购买品类、地点相关的优惠信息等。

只有坚持为消费者营造安心、清朗的消费环境,才能避免扫码消费让人“扫兴而归”。经营者除了要落实信息内容管理的主体责任外,还应尊重消费者的合法权益并深耕消费者需求,用优质产品和贴心服务赢得消费者青睐,才是行业持续健康发展的必由之路。

在冰城品热茶

本报记者 马维维

以往提到茶叶,人们很少会将其与北国冰城哈尔滨联系在一起。哈尔滨并非茶叶产地,也缺少名优茶企,流通量与茶叶大省相比似乎也不值得一提。然而近年来,围绕茶叶打造的大发商圈却成了哈尔滨市道里区促进消费复苏的重要增长点。

前不久,哈尔滨的老字号品牌契斯恰科夫茶开启了全国巡展模式,先后亮相多场活动、展会,以其特有的口味特点、地域特色、品牌特性、文化内核等,吸引了众多展商、加盟商的关注。

契斯恰科夫茶的调饮特色,也获得了众多消费者的交口称赞,哈尔滨消费者孙莉莉就对其格外青睐。“很喜欢这种花草茶、花果茶的口感,还有这种俄罗斯茶饮改良的特有茶炉,一个茶炉能同时煮3种不同口味的茶叶,很有创意”。

中国茶叶流通协会副会长、黑龙江省茶业产业发展促进会会长周敏介绍,哈尔滨的契斯恰科夫茶可以追溯到20世纪初。

此次巡展的茶叶是在原有基础上,融合欧洲茶叶的特点与中国茶叶的特色,通过不同种类的茶叶调配,调配出适宜的口感。“可以说契斯恰科夫茶打破了黑龙江省无名茶的局面,成为对外交流的又一张名片。”周敏说。

契斯恰科夫茶的发展依托于哈尔滨市大发商圈的大发国际花鸟鱼茶都。该企业成立于1997年,先后吸引了北京张一元、福建福鼎品品香、云南滇红、陈升号老班章等国内著名茶企、品牌落户。“在本地就能放心买到各大茶产地的品牌茶,质优价廉。”哈尔滨市市民王冰说。

大发商圈地处哈尔滨市道里区新华街道。为了更好地服务商圈、树立品牌,2022年,新华街道组织辖区内的部分民营企业成立了大发商会,并在此基础上组建了大发商圈党建联盟,吸纳辖区金融、司法所、社区等行业部门党组织,为企业共建了“红色朋友圈”。在新华街道的推动下,党

建联盟多次召开助企对接会,邀请区人社、税务、商务、行政执法等部门和单位为企业宣讲政策、解决困难。“主要就是帮助商圈企业解决员工招聘、税收减免、创新消费场景、发展夜经济、解决资金短缺等问题,汇聚服务商圈的强大动能。”哈尔滨市道里区新华街工委书记宫剑虹说。

在大发国际花鸟鱼茶都的马路对面,就是大发商圈的另一家重点企业——哈尔滨博发茶城。福建人赖虎安2006年入驻博发茶城,是茶城的第一批商户。一间小店、卖些铁观音,是他最开始的打算。发展到现在,赖虎安已经有了两个大店面,售卖种类也涵盖了6大种类茶叶中的5种。“这个商圈商户集中、顾客能一站式购买,茶具、包装等应有尽有。在税务、市场监管等领域有不懂的地方,商场、街道都能给我们提供帮助,这对商户来说非常重要。”赖虎安说。

作为哈尔滨最早的茶叶经营市场,茶城每年都会同新华街道一起,共同为商户

和客商推出策划、推广、品鉴等服务,辐射北方重点茶叶消费市场,成为“南茶北销”的一个重要中转枢纽。“随着消费者对茶叶品质要求的提高,我们也在走品牌化、正规化、安全化、专业化道路,希望打造一个业内文化交流、生产成果展示、新品市场推介、产销信息对接的专业权威平台。”博发茶城副总经理丁钟海说。

今年,哈尔滨市道里区启动实施招商引投资竞赛年、项目建设落实年、消费复苏促进年和实体经济服务年活动。宫剑虹表示,“未来道里区将进一步打造集茶文化、茶旅游、茶体验、茶经营等于一体的茶旅融合产业链,把发展茶旅产业作为促进消费、推进经济发展的重要抓手”。



消费者感受现场炒茶。

(资料图片)