

边界继续扩大,业态更加理性 夜游趋于常态化后,风光依旧

◎ 通讯员 李莎莎



夜游投资更理性

随着城市更新脚步加快,夜游项目逐渐从景区走向了城镇,投资方向与方式也有所变化。

作为国内知名文旅夜游导演,罗力华认为,目前夜游项目趋于常态化,越来越多的景区都把它当作标配。而大规模的、动辄上亿的夜游项目越来越少,现在投入也会越来越趋于理性,看中投资回报周期。

大型科技企业也在改变。它们不仅仅提供夜游装备,而是将运营前置。

“我们在夜游中打造的到底是什么?我们认为夜游中的运营能力一定是商业综合的经营迭代,它绝不是景区门票思维。这就需要首先要把故事讲好,要通过技术讲好故事,让人有游览、停留的理由,通过夜游来带动消费。这就需要在工程以外,加入运营思维与能力,使得夜游项目可以实现真正的闭环。”励丰文化董事长袁波说。

根据不同的夜游形态,改造方案也有所不同。如景区以灯光秀与演艺为主;城市街区夜游以商业、非遗文化、住宿与餐饮为主;社区以市集、餐饮与文化展演为主;而乡村夜游以住宿、有组织的主题活动为主。

袁波强调,夜游活动一般有两个时间段,主要分为22点之前和22点到0点。他建议景区的夜游活动最好在22点以前结束,减少安全隐患。

目前来看,在建设过程中,“灯光秀”已不再受到城市的欢迎,现在流行的是“点亮天际线”,既不会造成光污染,也可以打造艺术效果,同时投资较小。

实际上,越来越多的城市越来越理性,管理者不再“贪大求全”,而企业也在考虑回收周期。

有业内人士透露,现在企业拿项目非常谨慎,对一些不给地方发债的地区,没有预算的地区,有可能“空欢喜”的项目会进行风控评估,能不做就不做。而政府对于投资过亿的项目的报批也开始严控了,“目前大家看的不是项目有多大,而是能不能落地”。

袁波也坦承,政府用基础设施投入或者旧城改造的钱去做夜游项目是一个好的方向。企业可以帮政府输入文化、商业和旅游的软性内容,空置的物业也可以成为演艺场馆,再腾出一部分公共空间做一些运营,就是很好的合作项目。“不过也要注意区位与文化积淀,过于偏远、游客游量不大、没有商业传统的地方在上码夜游项目时需谨慎。”

此外,城市夜游项目也面临着问题和挑战。如,夜游产品同质化、缺乏创新性等问题。专家建议:为进一步推动夜游经济的可持续发展,需要不断加强夜游IP的创意更新与持续共创,推动夜游产品的多元化发展。政府应加强夜游经济的政策支持,为夜游经济的发展提供更多的政策保障和资源支持。此外,还应加强夜游经济的社会参与,积极引导社会资本参与夜游经济的开发和运营,推动夜游经济的协同发展。

夜游3.0:更有烟火气

从早期的城市照明到光影秀,再到现在的沉浸式游乐,夜游一直在迭代升级。

“和初期以景区为主的夜游不同,现在的夜游场景更为丰富。形态主要有三个,一个是景区里的夜游项目;二是休闲街区类的,夜游已成为表现一个城市温度的重要指标;还有一种就是社区类的夜游,这可能是我们未来夜游市场投资的一个主体,投资体量虽然比较小,但形式灵活深受欢迎,且可以提升人民的幸福指数。”利亚德集团执行总裁、励丰文化董事长袁波总结了近年来夜游市场的新变化时表示。



过深入挖掘当地的历史文化、民俗风情等元素,将其与数字光影技术相结合,创造出独具特色的夜游产品。”

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院吴丽云副教授在对夜游市场的发展进行调研时也发现,景区夜游在转向更广阔的城市夜游,毕竟城市可以承载的夜经济内容也更加丰富,从夜间演艺、夜间游船、夜间餐饮、夜间光影、夜间节庆,到夜间购物等市场方面的热度依然延续。在有条件的城市(不限制夜市),充满生活烟火气的夜市街区是非常值得关注的形态,高性价比,烟火气以及文化的传承,夜市是夜经济非常有吸引力的内容。

吴丽云表示,城市夜间消费的消费空间更大,配套更完善,业态更丰富,带动性更强。景区以夜间游览、夜间演艺为主导的夜间消费依然重要,从城市夜间消费的角度,在气候、消费文化、政策、供给等多重力量的推动之下,城市夜消费的潜力释放依然大有可为。



的确,现在的夜游边界越来越广,也越来越有“烟火气”。

《2023中国夜间经济发展报告》显示,2023年1—8月,重点监测的363座城市夜间游客规模平均恢复到2019年的110%;景区夜游较2019年恢复程度为144.5%。同时报告也提出夜间经济的发展战略要从“夜游城市”转向“城市夜游”。

“夜游与数字光影技术的结合创新还是这两年的主流。不过,更多的客户需要有‘文化味儿’的夜游。现在的夜间消费已经是文化、艺术与科技的多重融合的产品了。”汉合天辰(厦门)科技有限公司总经理罗力华说,“在提升文旅夜游品质的过程中,需要注重文化融合与创意表达。通

不久前,第四届中国城市夜间经济发展峰会暨第二届中国(长沙)新消费城市峰会开幕,现场发布《中国城市夜经济活力指数报告》显示,2023年,中国夜游市场规模达1.57万亿元。

虽然市场依然上万亿元,但是这几年“夜游”的声浪明显小了。

多位业者及专家表示:夜游的消费习惯已被培育,所以夜游趋于常态化,越来越多的景区都把它当作标配。夜游也更加有序,各地的夜游或者夜间经济不断布局。“所以,可能不是声量不如以前,而是发展更加理性和有序”。

在回归理性后,这个市场还“性感”吗?在理性之下,政府与企业的投资与运营有哪些新变化?