

气象游走出“概念”,拥抱市场



痕迹似乎来源于2022年的北京冬奥会开幕式,作为古老农业大国的人文经验,已是非遗的“二十四节气”被用现代科技惊艳诠释了中国气象之美,而赛场上“百米级、分钟级”的精准气象预报服务,展现出“钦天监”在现代的可亲和专精。冬奥会结束后,2022年4月,国务院印发《气象高质量发展纲要(2022-2035年)》,明确提出提高气象服务经济高质量发展水平,实施“气象+”赋能行动。“气象游”这一概念被正式摆上台面,同期,中国气象局设立软科学研究重点项目《全国旅游气象服务发展规划研究》,明确地想将气象资源转为吸引力,并通过旅游业这一“万金油”成为实实在在的经济动力和业态方向之一。

“理所当然”成为“卖点”

刚过去的2023年12月19日,第二届中国气象旅游产业发展大会在河南三门峡举办,来自全国27个省(区、市)的文旅、气象部门及相关研究机构的300多名专家学者参会。会上,《中国气象旅游发展报告(2023)》正式发布,浙江杭州等10地获评2023年度“气象旅游发展十佳城市”。同时,《气候康养旅居适宜度指数评价标准》亦正式发布,安徽黟县成为首个气候康养旅居示范区。中国气象旅游经济研究院院长黄萍介绍,气候康养旅居适宜度评价指标体系由气候康养、康养旅游、康养旅居3个一级指标和舒适度、风度和、光照度、健康度、清新度、宜居度、宜游度、满意度8个二级指标及40个三级指标共同构成,适用于对依托气象景观、气候条件、生态环境、人文气象等资源开展气候康养、康养旅居、康养旅游的一定区域的评价。

如果将地市拟人化,杭州和黄山等一票参选“人”也许从来不用担心会在任何与旅游相关的国家级评选中拿不到奖。“气象”几乎是这些参选人手里的历史复合型优秀资源,比如杭州的西游十景本身就是景区四季的气象记录,其中著名的气象景观“雷峰夕照”自南宋以来就是翘楚,2013年更入选了世界11大落日美景;比如黄山金顶不仅指山上的最高峰集群,在登顶途中的种种气象变迁和与之相应的人文印迹是它的核心魅力所在,甚至鼎鼎有名的“光明顶”上,直接建有一个光明顶气象台。

融合了气象、旅游、历史和人文的正面元素,一个个“好地方”都有着当地旅游业发达的“理所当然”。气象于旅游是客观存在的依附关系,自然气象美景和舒适的气候环境无疑是一个地方旅游业赖以存在和发展的重要基础。

一个良性现象是,旅游对于气象的高敏感协同性在当下,呈现出旅游活动、旅游经济对旅游目的地特殊气象追逐的上升曲线。“近期

秋高气爽,硕果盈枝,观秋花、赏秋叶、登高徒步、秋季采摘等成为游客热门出游主题。除了观秋叶、赏秋花之外,露营和围炉煮茶又重新回到了游客视野……”驴妈妈旅游网在2023年整一年除了出台重要节假日的出行报告之余,相应于每个季节的到来均发布了相关的平台搜索、预订等情况报告,除了这篇赏秋游总结外,春季赏花、夏季避暑、冬季冰雪等需求的快速兴起都成了在线旅游第一时间从网络交易动态中能第一时间能收集到的具体成交量。天气景观是最富变化性、最具魔幻特征、最让游客可遇不可求的一种自然奇观:黄山的云海日出、蓬莱的海市蜃楼、吉林的雾凇、青海的“天空之境”、福建平潭的“蓝眼泪”、四川甘孜的流星雨等,气象奇观日益成为旅游摄影、露营、骑行、自驾游的核心吸引物。奇创旅游集团董事长兼总裁、景域驴妈妈集团董事长马磊表示,大众旅游市场呈现出消费主体多元化、消费产品多样化、消费体验品质化、消费空间全域化、消费时间全时化等新特征,在各个季节的主题细分旅游产品上,气象与旅游开始走向“全方位、全过程、全要素”的深度融合和双向赋能。交通出行天气、旅游目的地天气、赏景物候期、特色天气景观出现时间和区域等信息及突发灾害性天气预报预警等气象服务,各种新功能、新用途都应该创新体制机制和管理运营模式,产生整合协同效益。

杭州市文旅局在小程序总入口“发现杭州”加入杭州短期天气预报和旅游气象数据接口,两部门共同发布气象景观、花卉观赏等级预报产品,为游客提供温暖贴心的旅游气象服务。在去年“五一”前,杭州市气象局便利用智慧旅游气象业务建设的成果,通过“杭州天气”微信公众号、“杭州天气导游”微信小程序等新媒体渠道提前7天向公众滚动发布宝石流霞、



雷峰夕照等西湖气象特色景观每天3小时间隔的精细化观赏等级预报,提醒来杭游客在最合适的时段亲眼目睹西湖最美的气象景观。本地市民则更青睐乡村旅游,杭州市智慧旅游气象业务产品也向公众推荐了杭州境内近30个露营点的详细信息,为游客提供精细化的天气实况信息、短临提醒和露营适宜度指数产品。

气象资源在过去是本地性旅游资源,现在的确可作为战略性旅游资源来布局。能被旅游业利用、创造价值的气象资源能直接转化为新型旅游生产力。在传统观光旅游时代,天气景观资源的开发利用价值辨识度高,如今随着我国休闲度假、康养旅游、避暑避寒、冰雪旅游等需求的快速兴起,日照、降水、风等适宜性气候环境资源,不仅是旅游目的地优良生态环境孕育的基础,而且是推动旅游目的地旅游产业结构转型升级的战略性资源,对创新区域旅游产业发展、吸引优质旅游人才等具有突出资源价值。

大方向始于落脚点



由此可见,我国“气象游”融合发展在理论上可以成为气象资源开发利用和气象服务创新最活跃的领域之一,避暑旅游、避寒旅游、天然氧吧、气象公园、气候康养旅游、冰雪旅游等已成为旅游发展热点。“康养”作为第二届中国气象旅游产业发展大会的亮点,网络热门气象旅游典型案例分别选出中国天然氧吧旅游、气候康养(避暑、避寒、宜居)、冰雪旅游、气象景观、气象研学旅行营地、气象景观观赏酒店共6大类50个气象旅游典型案例。据悉,本次投票推荐活动访问量超240万,总票数超208万,得到了社会公众的高度关注和积极参与。

现在尚属于概念落地的初期,气象学的科研气质很容易让大部分产品设计者走研学之路:2023年5月31日,包括广东茂名、安徽黄山、陕西商洛和安康蒋家坪景区在内的我国首批“气象旅游研学营地”正式挂牌成立,旨在为了到了暑假,让孩子们假期之行又多一个新选择。相较于传统教学从书本上获取知识的方式来说,气象研学旅行让学生亲身进入由气象要素作用所产生的氛围和场景,在行走中感知气象知识,在体验中培养对气象的兴趣。但考量综合效益来看,仅仅依靠一种游客群体的输送形式对于发展方向会带来“难开头”,南开大学现代旅游业发展省部共建协同创新中心的研究者石培华认为,研学适用于大多数的旅游产品,若走这条路,则在开始就表现出“气象游”本身已存在缺乏系统顶层设计和统筹规划。此外,对气象和旅游融合发展的内在逻辑、机制路径、基本规律等现阶段仍缺乏系统研究;现有各类相关的品牌创建规模还比较小、整体影响力还不足;总体上各类气象和气候资源的旅游化利用还不足,多数气象旅游资源开发还处于浅层次开发状态;最后,社会投融资缺乏政策引导,尚未形成融合产业体系。

相较于学界的谨慎态度,不少地方政府已经先开始了实践。浙江丽水的气象部门向旅游靠拢的第一步靠的一只“虫”:每到3月底4月初,丽水九龙湿地公园的萤火虫组成了绚丽夺目的“荧光海”,吸引八方游客竞相前往。该地区气象部门积极配合守望萤火虫研究中心主任、中国第一个萤火虫博士付新华,“通过综合分析气象要素、月相光线强度和萤火虫观赏

期群落规模变化等因素,通过特定算法核算出具体指数,进而判断其对萤火虫活动的影响。赏萤指数5颗星,说明天气、温度、月相适宜,萤火虫数量多且分布密集,非常适合赏萤。”丽水市气象局工作人员介绍,每年3月至4月,丽水发布九龙湿地公园的赏萤指数,7月至9月,发布各县(市、区)的指数。

丽水拥有独特的山水生态资源和优良的气候条件,是全国首批气象公园建设试点地区之一。为了充分挖掘和转化气象资源的旅游价值,合力推进大花园建设,丽水市全域旅游中心、市气象局、市农业农村局、九县(市、区)等多部门联动,通过数据共享等方式,搭建大花园指数平台,开辟了四季花语、萤火之光、日出云海3个专区,定期发布大花园指数,数字化引导市民和游客全域精准游。

观萤指数的背后是已显规模和实操性的“丽水大花园指数”,这套由丽水赏花指数、瞬时赏萤指数和天象指数三项共建的一套完整气象游指数已具有规模和实操性。目前,丽水大花园指数H5小程序平台,推出四季花语、萤火之光、日出云海、你拍我和等特色板块,为市民和游客出行提供更加贴心、科学的指南,提升丽水全域旅游发展的吸引力和美誉度。监测的复杂数据经过专业测算,最终汇总成一项特定数值,为市民和游客出行提供了科学准确的指南。“以前去云和梯田拍云海日出,要靠经验和运气,不确定因素很多,常常容易扑空。现在有了云海概率指数,准确多了,也方便多了。”丽水摄影师兰勇发说,云海概率指数对摄影爱好者有很大的参考价值。

记者
刘青

