

郊野度假露营 亲近自然的多样化文旅体验模式

自然风光宜人舒适,古镇风雅远近闻名,运河湿地星罗遍布,现代都市活力绽放,如今,丰富的都市周边旅游资源,成为了郊野度假和露营的极佳去处。带上几顶帐篷,约上三两好友,带上装备,露营结伴,来到都市中典藏着的自然风光地带,而这样的郊野度假露营模式越来越受到市民尤其是年轻群体的欢迎。

绿色理念 度假生活体验模式

近年来,乡村旅游、生态旅游持续发力,郊野度假大幅增长,露营产业快速发展。对于城市周边景区名胜、自然公园等成为市民热门露营地。与传统的旅游模式相比,郊野度假露营更强调户外和体验,例如徒步旅行、露营等,吸引了喜爱这方面活动的游客。

不同地区给予了游客不一样的体验,而多样化的体验为游客提供了更丰富和个性化的选择。在郊野度假露营中,游客可以根据自己的喜好和需求选择不同类型的露营地。而结合了本地文旅景区的郊野度假露营,借助其本身的设施和运维,不仅衍生了其独有的文化形态,相比较于野外露营更加的安全。

此外相比传统的旅游模式,郊野度假露营更强调简约生活,减少对环境的影响。通过郊野度假露营运营方的安

排,游客通常以亲子、聚会、团建的形式,采用更加环保的出行方式,并倡导游客尽量减少使用一次性塑料制品,提供可重复利用的餐具和容器。此外,还有一些提供郊野度假露营服务的地点采取了生态建设和环境保护措施,减少因旅游活动中产生的环境影响,为本地生态环境的保护做出了贡献。

产业提升 带动度假露营产业发展



郊野度假露营活动不仅能够提升本地文旅生活质量,亦能推动相关产业链发展。近日,杭州临平开展了首届郊野度假露营季活动。活动通过沉浸式露营体验展、露营派对、郊野度假体验之旅、郊野度假春季分享会等活动,充分展现了“典藏江南 美好临平”的独特魅力、以及临平丰富的郊野度假露营资源。

据悉,在活动开幕式上达成了包括房车露营联盟、露营装备制造企业、乡村

旅游运营公司等在内的合作签约。房车和露营装备品牌。各品牌通过沉浸式、场景化的露营体验,结合杭州临平本地的梅花文化,带来了闲适惬意的露营时光和欢乐美好的户外生活,吸引到众多游客前往。

小到睡袋、野餐用具,大到帐篷、房车设备,随着郊野度假露营的兴起,对于露营装备的需求也随之增加。由于郊野度假露营的特殊性,对于专业户外装备的需求也随之增加。受到这样的需求的影响,其能够带动户外装备产业链发展,户外装备制造不断进行产品创新和升级,以满足游客对于舒适、便利和安全的需求。同时各个品牌之间的竞争,也能够促进了行业内部的技术创新和产品优化,提高露营产品质量水平。

多样互动 促进不同地域交流互动

郊野度假露营作为一种文旅模式,注重结合各个地域之间的文化交流和社交体验,这一特征为游客提供了独特的本地化体验。在杭州临平开展了首届郊野度假露营季活动中,不乏来自安徽、江苏等长三角地区的游客来到超山风景区度假、露营、赏梅。一位来自安徽的游客表示,来之前做了功课,听说超山景区有一片大草地,所以还特地准备了风筝和



家人一起享受度假时光。

此外,别样的露营度假主题还吸引了多姿多彩的活动,游客们的团建、排舞,还有新人拍摄婚纱,都特地来打卡本地特色自然风光,享受别样的度假生活。现在,在长三角文旅高质量一体化发展的大背景下,长三角地区的各地的游客都能便捷的去往其他地区,以度假的模式体验当地的文旅故事。同时其他地区的游客也能够来到本地体验郊野度假露营。

“即是主人,又是宾客。”郊野度假露营模式无形中鼓励着人们之间的社交互动。在露营的过程中,游客们能够与本地居民一起体验生活、共同烹饪、分享故事,这种集体生活的方式促进了同伴间的交流和社交。通过分享,游客们不仅增进了彼此之间的情感联系,还丰富了自己的社交圈子,结识了来自不同地域和文化背景的朋友,为大家带来了愉快而难忘的旅行体验。(记者 葛家藤)

建立“数字大陆交流圈” 搭建四省云端好货集散中心 衢州东方集团:老牌“航母”领航文旅数字化建设



2023年是浙江衢州东方集团股份有限公司(以下简称衢州东方集团)奋力前行、辛勤耕耘后收获累累硕果的一年。不仅连续19年荣获衢州市政府特别奖,比上年排序前进了7位,晋升到社会贡献奖二等奖,同时还入选“2023年度全省重点商贸流通企业”、“浙江省旅游协会2021-2022年度文旅先进集体”、“2022年度浙菜最具品牌影响力企业”。集团旗下的江山、龙游东方文岚饭店更一举夺得“三金”,即金鼎级特色文化主题饭店、金树叶级绿色旅游饭店、金桂级品质饭店。值得关注的是,由同程旅行和衢州东方集团于2022年合资成立的浙江富享数智科技有限公司(以下简称富享数智)入选“2022年浙江省新零售示范企业”。这意味着衢州东方这艘老牌商贸

服务业“航母”上新装备了一架具有极大市场穿透力和突击能力、善于云端作战的“无人机”。

富享数智:打破政企“信息孤岛”云端管理更睿智

走进衢州东方集团富享数智数字展厅,大厅墙上四块智慧大脑全景视窗让人眼前一亮。四块智慧视窗按照功能定位划分为文旅大数据中心、富享数智大数据中心、零售服务业数字化看板、会员数字化看板。

文旅大数据中心大屏着重监测衢州全域旅游流量,实时展现当下全市文旅接待客流人次、文旅消费订单量、文旅消费金额,以及商圈客流TOP5榜单。富享数智大数据中心对衢州东方集团固定周期内的总销售额进行归集分析。零售服务业数字化看板属于衢州东方集团内部财务数据管理系统。会员数字化看板体现会员画像,如会员活跃度、销售占比、会员数字化成效、消费峰值、各卖场门店客流数据等。

通过四个大屏,衢州全市进出人流量、文旅消费营收,以及衢州东方集团的营业流水、交易金额等财务数据一目了然。海量的动态数据、多维分析给政府主管单位进行监测预警提供有效数据保障,助力文旅部门精准掌握城市流量,洞悉商业动向、掌控热点舆论。

正如衢州东方集团党委书记、董事长潘廉耻所言,当下企业与政府间“信息

孤岛”现象依然存在,富享数智整合了交通车站、广场商圈、酒店商超等多源数据,实时交互融合、归集分析,有利于打破异业间信息壁垒,加强政企间数字化管理。

衢州东方集团已全面完成商品、员工、会员和管理四项线上化。ERP、CRM、业财一体化、数电发票平台、OA审批改造升级、酒店自助入住、超市自助收银、门店自动要货、自助售货机及PA机器人等数字化建设为衢州东方集团再造了一副数字“钢骨”,做到了“零时差、零距离”的云上办公模式,企业减事员工增效增资,有效提升衢州东方集团这艘巨型航母编队的统合综效。

“檬兔生活”构建全产业链消费生态圈

2022年富享数智自主开发和运营的本地生活平台“檬兔生活”呱呱落地。这个诞生在衢州本土、服务于衢州市民的本地生活平台,一面世就交出了闪亮的成绩单。一年时间,上线6000余个sku,衔接东方营销支付体系,打通商业、文旅、餐饮、母婴等服务多元化业态,完成线上线下数字化生态链接。同步完成本地88万会员的线上化,承接外部同程旅行2.5亿会员落地衢州的本地一站式生活服务。2022年GMV达到1.06亿,2023年完成2.18亿GMV。

“檬兔生活”是“本地电商+本地出行+本地生活”一站式服务综合体,是浙

江文旅数字化改革的典型案例。依托衢州东方集团优质资源,“檬兔生活”不仅只有“吃喝玩乐”,其包容性更大,更像“盒马+银泰喵街+美团”的衢州版。把目前最流行的线上百货业、酒店服务、餐饮娱乐、农特产、净菜、度假景点等都囊括在一个小程序平台内,此外开设了职工疗休养、工会福利、福利金等政企板块,通过建立民生数字化便捷消费体系,方便公务员出行、提升百姓生活便利性和幸福指数。

衢州东方集团副总裁潘广宙表示,2023年是集团数字化建设第三年,在数字技术和实体经营深度融合上更进一步,集团“数字大陆交流圈”已然成型。特别是“檬兔生活”,已经形成“线上线下、到店到家”的全产业链消费生态圈,东方的数字化得到了很多同行的肯定与赞誉,舟山凯虹集团就直接采用了东方的数字化软件。今年是衢州东方集团成立30周年,将以衢州为起点,立足于四省边际,通过数字化升级赋能传统商贸服务业,成为四省边际数字化样板企业及四省边际好货集散中心的推动者。

衢江边上,衢州东方集团供应链总部大楼已经结顶。新总部将聚焦产业招商引资,重点发挥数字、文旅、物流等产业协同联盟作用,促进总部企业间资源共享、互融共通,协同发展。以东方集团航母巨轮乘风破浪之势,助力衢州占据四省边际“数字经济桥头堡”的战略高地,成为四省边际共同富裕示范区数字生活新服务的样板。(记者 章琳)