

第六届“中国服务”·旅游产品创新大会用七大创意案例解“时代之问” 古城古街如何摆脱“千城一面” 谁是推动文旅升级“灵丹妙药”

◎ 记者 章一琳 通讯员 王华婷 供图 中国旅游协会

在积极发展新质生产力、大力推动消费升级的背景下,旅游业在蓬勃发展的同时也出现众多新矛盾与旧问题的对立。如市场新需求与产品老化的矛盾、年轻群体深度体验需求和旅游规划“千人一面”不匹配的困局,地方政府重视大项目招商和企业倾向于轻资产投运的矛盾。时代在变,形势在变,消费者在变,是前进还是守旧,是转型还是停摆,是回应需求创新破局还是急功近利复制黏贴?

11月8日,第六届“中国服务”·旅游产品创新大会暨2024“中国服务”·旅游产品创新展在横店召开。大会从全国170多个案例中向旅游行业推介七个旅游产品创意案例,通过主旨演讲、圆桌论坛和专家点评等多个环节深度解答了旅游创新的“时代之问”。



▲第七届“中国服务”·旅游产品创意案例征集活动启动仪式

第一问 如何运用文旅项目创新性盘活存量资产和低效运营资产?

盘活存量资产是当下旅游目的地城市急需突破的重要难点、堵点。不少旅游城市都存市场冷热不均,产业强弱并存的困局。

大会上,唐山宴创始人、凯歌儿集团董事长邱凯以“唯一不变的是一直在变”为题,分享了通过转变运营模式,让闲置商场“脱胎换骨”成为城市文旅新名片的成功经验。博涛文化科技股份有限公司联合创始人魏海滨以“巨型艺术装置如何衍生城市级IP和爆款文旅项目”为题,详细解答了废弃工厂“起死回生”的成功运营手法。云上院子创始人、焦作市旅游民宿协会会长彭志华以“重构废墟的设计师”为题,以实实在在打造民宿项目、引进艺术资源为空心村注入关键性文旅体验产品,让无人问津的乡村重新燃起烟火气。

唐山宴坐落于河北省唐山文化广场,又名唐山饮食文化博物馆,是由唐山文旅集团和凯歌儿集团联合投资,由凯歌儿集团策划、设计、运营的重点文化旅游项目。其前身是一个停摆多年的商场,2018年改建开业后,成为一个坐拥4万平方米,集特色餐饮、民俗传承、文化展示、休闲观光、研学实践于一体的、全国最早的文旅商综合体示范项目,也是京津冀最具人气的旅游休闲目的地。

唐山宴成功之处在于其首创“馆店

结合”理念,采用文旅商融合发展新模式,挖掘唐山地方文化和非遗项目,让这里既是活态博物馆、也是可消费体验店。

其以“五街两巷一条河”为布局,仿古建筑、亭台楼阁、小桥流水,营造出古唐山古香古色的小镇氛围,让游客仿佛时光倒流,回到过去的燃情时光。并引入、恢复多个老字号和非遗项目。如在美食街就拥有150余种唐山特色小吃和20多种非遗美食。同时将冀东文艺三枝花——皮影戏、评剧、乐亭大鼓等非遗文化元素融入消费场景,形成一个“餐饮+演艺+文化”的新消费场景。



▲建昌古城

凭借沉浸式、全景化文旅商消费新场景,唐山宴从闲置商场华丽蜕变成城市会客厅,年均接待国内外游客500余万人次,最高单日接待5万人次,让唐山这座工业老城焕新出彩,以新面貌走入游客的视野里。

第二个案例是大连熊洞街,其是博涛文化利用大连冰山集团旧厂房改造而成的创新型文旅商综合体。也是全国罕见的以机械巨兽为核心IP的城市乐园。

其采用“尖叫美学”为创意设计核心的巨型仿生艺术装置——高科技机械巨熊—熊北北,一经诞生就为大连熊洞街创造了飓风般的巨大流量。“奇迹感”的体量、复杂的”神兽“体态、活灵活现的萌人神态,极强的视觉冲击和惊奇的互动体验,极快地击中旅游者心灵,引发大量消费者主动传播。开业两年时间内,“巨熊熊北北”全网粉丝量超过500万,相关视频播放量超过8亿,被央视等官方媒体报道多次,很多游客冲着和“熊北北”相约而奔赴大连。“熊北北”从一个项目IP发展成为城市IP,已经成为大连旅游引流留客的重要抓手。

先用“熊北北”产生宣传流量,再用熊洞街接住流量,完成消费变现。博涛文化果断放弃了观光时代大门票旅游经济,以旅游属性为主导、商业消费做配套,建立创新型消费驱动的免费开放式街区。用“强IP性+强创意性”的方式,打造“场景—产品—体验—消费”营销模式,为游客创造体验式、沉浸式、社交型、综合型的文旅消费场所。在不到1万平方米的场地内,博涛文化采用开放式LOFT空间结构和朋克未来感设计风

格,营造出包容自由的空间形态。北北大街活力新潮,尖叫大街奇幻冒险、潮玩天街各种经典手办大开眼界,北北夜秀“魔力十足”。根据博涛文化提供的数据显示,熊洞街年均游客140万人次,50%为外地游客,本地游客达到8成的复游率,有力带动了冰山慧谷产业园区整体招商能力,助力园区收入攀升20%以上。

第三个案例云台山·云上院子,其位于焦作市修武县金岭坡村,前身是一座废弃20多年的校舍。设计师彭志华,就地取材,修旧如旧,用美学设计唤醒了沉睡的山村资源,实现了从废墟到民宿的“蝶变”。院内设有13间客房、古槐书院、废墟剧场、云谷餐厅、陶艺馆、手工坊、石窑洞茶室、文创艺术工作室、神牛农场、云中酒馆、星空营地等配套业态。自2018年开业以来,年均游客达15万人次,营业额达300万元,带动周边村民就业100多人,带动农特产品销售20多万元。因云上院子的成功,让原本荒凉、无人问津的空心村重新有了生长力,老槐树发出绿芽,废墟开满鲜花,艺术小院人来人往,极大地鼓舞了本地村民参与民宿经营或自主创业的信心。正如中国旅游协会会长段强所言,云上院子推动云台山区域形成民宿产业集群,成为当地建设国际乡村度假小镇的关键助力。

第二问 古城古街如何不再“千城一面”?

正如现场一位学者型专家的调侃:全中国古城古街类景区大约有3000多家,往往都是一条主街,两边商铺,业态雷同,客人寥寥无几。

古城古街是时间留给当地的历史作品,是主客共享的城市名片。在早年观光游阶段,主管部门多考虑用建筑空间吸引游客。而在休闲体验时代,更要采用跨界合作、多业联动的方式混搭出差异化又饱满丰富的业态结构,满足新一代消费者对情感性体验、氛围感体验的需求。

大会上,华采堂企业董事长施飞以四川建昌古城为案例,以《“古城新生密码——非标路径下古城更新与文旅融合实践》为演讲主题,进行实战经验分享。南京熙南里历史文化休闲街区副总经理蔡雷民以《一盏灯点亮一座城》为主题,为古城古街的改造更新、旅游可持续发展提供了成功经验借鉴。

建昌古城位于四川省凉山彝族自治州,始建距今已有600多年历史,是古代“南方丝绸之路”和“茶马古道”的必经之地。四川华采堂文商建筑工程设计

集团承担了建昌古城的城市有机更新,用时28个月,投入近二百名设计师,以城市有机更新与城市文旅有机融合模式,最大化保存古城传统人文空间特质及商贾文化、建筑文化、民族文化、地域文化。

团队立足建昌古城“四川现存最大木构城市群落”的地位,深刻挖掘文化属性,融入明清建筑元素精髓,广地运用古印刻石、木雕灰塑、金漆彩绘等建筑装饰元素,更新后的建昌古城成了典型的川滇建筑结合体。景观以“文化保留+建筑

制式+街巷肌理+水系构建”的方式,因地制宜,依势造景,引水入城,增加围墙呈现蜿蜒、遮挡“犹抱琵琶半遮面”的效果,形成古城移步异景的风貌。同时,夜景灯光以六维空间打造纵向视觉,以亮度加色温,功能加装饰,面加点的手法,通过精准的光控技术,展现建筑的轮廓和文化特色,彰显出区域传统历史与艺术魅力,使夜景呈现出丰富的层次感和饱满的色彩感。

(下转16版)