

(创新 融合 发展)



雷玉春



蔡旭东



王志纲



德村志成



王捷

文旅深度融合,消费需求升级

2019 年上半年相关数据显示,国内旅游人次达 30.8 亿,国内旅游收入突破 2.78 万亿元,同比分别增长 8.8% 和 13.5%。国庆出游、自驾和夜间旅游等成为新亮点。数据表明,旅游已成为逢年过节、公众假期的新民俗,在中国旅游研究院的专项调查中,超八成受访者参加了文化体验活动,25% 以上的游客体验过博物馆、美术馆、文化馆、科技馆等文化场所,大众消费群体对文化体验和接收的需求正在不断升级。

“2019 温泉大会”的沙龙对话嘉宾针对这一现状,同台建言,从各自所在领域探讨文旅融合、消费升级所带来的思考和机遇。

原广东省发改委主任、广东省创业投资协会名誉会长李春洪认为,旅游是一个载体,非物质文化遗产作为文化的一种,与旅游会有非常好的结合,文化是旅游产品升级迭代的核心。

广东省文化学会会长、省政府参事室特约研究员、羊城晚报报业集团顾问周建平博士认为文化旅游、生活方式、人类探索未来的好奇心,都与旅游的发展有根本关系,要做就要做独一无二,不做第一,就做唯一。

原中国美术馆常务副馆长、广州美院教授、中国近现代美术研究所所长、博士生导师梁江表示,社会精神文明程度已进入新阶段,人们对文化、对精神方面的追求已经密不可分,要更加凸显文化内涵,不能脱离人民群众的需求,要更接地气。

羊城设计联盟秘书长、GVL 怡境国际设计集团董事长、总裁彭涛站在设计的角度表示,设计师要做的首先是“保护”,然后是思考,思考如何吸引游客才是面向市场的好作品。

沙龙对话的另一个议题是在目前人们对旅游产品的消费升级背景下,温泉产业如何加强与相关产业的融合? 如何在产品和服务上创新?

中国旅游饭店业协会副会长、广东酒店行业协会会长、广州白天鹅宾馆首席执行官张添表示,温泉产业也需要不断深入挖掘当地文化,将本土文化与温泉文化融合,同时更精致化,是未来一段时期温泉产业良性发展之道。

广东省旅游协会副会长、勤天集团董事长王硕朋分享了创办勤天嘉乐谷温泉度假综合体的经历和观点,“当时买这块地前我从没来过佛冈,来了后三天内确定要做,那时路也没有,大家都捏了一把汗。”现在呈现出来的“度假”思维及酒店经营思维,是把自己当做客户代入进去,客人消费需要什么产品? 需要什么

空间? 需要什么服务? 换位思考得到的。

中国旅游协会温泉旅游分会副会长、专家委员会常务副主任、重庆箱根温泉产业发展集团董事长王捷的想法是通过文开开发出医疗型或疗养型度假产品,注重文化,强调温馨温暖,瞄准年轻消费群体,将环境的美、产品的美、服务的美结合成完整体系。

中国品牌日广东组委会主席、2020 迪拜世博会经贸文化展中国区副主席李锦魁的观点是做品牌要有三个层次,一是认知,二是情感,三是文化偶像,做文化的本质是要会讲故事,讲品牌故事,讲温泉故事,讲佛冈故事甚至讲中国故事。

现场非遗文化展览,声光电技术融合

“2019 温泉大会”现场,展示了清远佛冈丰厚的民俗文化底蕴和丰富多样的非物质文化遗产,省级非物质文化遗产保护项目“豆腐节”、“舞被狮”均已具有数百年历史,此外“鲤鱼灯”“抢花炮”“龙南武术”“接送三王”“舞鸡公狮”五项市级非物质文化遗产保护项目也十分具有浓郁当地民间特色,是佛冈不可多得的优厚资源。

“舞被狮”是佛冈县汤塘镇围镇村刘氏家族独特的民俗,源于清朝年间,至今近 400 年历史。原为始祖普振公误迁太婆遗骸葬于后山莲塘“狮听鼓”,村中妇女舞被狮(被单)求太婆保佑添丁发财,从此家族兴旺。参加舞被狮者是新添男丁和娶媳妇人家的妇女,从正月初六上灯开始,正月十五十六被狮舞进上一年添丁和新娶媳妇的人家,之后齐聚祠堂燃篝火及武打表演、狂欢。“舞被狮”活动世代相传,传承至今。

豆腐节是社岗下村的民间习俗,传公元 1609 年正月十三,社岗下村当年生下男丁的林氏村民到祖祠上灯食斋,其中一村民切完豆腐后见手上沾有些豆腐,便想将其甩掉,无意中甩到身后一人衣上,将那人的新年衣裳弄脏了。那人心有不甘,抓起身边的豆腐往对方身上掷去,对方自然回手“反击”,你来我往,打起了“豆腐仗”。第二年上灯时,林氏村中添丁数量竟较上一年多出很多,大家都觉奇怪,想起上一年曾在祠堂食斋时打过“豆腐仗”,于是普遍认为“掷豆腐”带来的兴旺,是好意头,能添丁,从此,每年正月十三上灯掷豆腐便成了社岗下村的习俗,并一代代传承下来。

此外,“2019 温泉大会”在嘉乐谷度假区还采用了最新的声光电全息投影技术,将这些非物质文化遗产与温泉元素相结合,营造出“光影中有文化、温泉中有艺术”的全新影像。



一句话观点

● 王捷:温泉度假一定要把温泉做好,我们做了很多事情而忘记了温泉本身。

● 周建平:强化文化意识,讲好温泉自己的故事,要有自己的情节,要做到独一无二。

● 张添:对温泉来讲,体验感、产品更丰富一点,让大家在这里更放松,感觉到温泉各方面的服务、各方面的品质,是关键。

● 李春洪:温泉本身的价值还有更多开发的可能,不是单纯泡温泉,能不能满足更多追求,特别是文化方面的追求,是物质消费和精神消费相结合的产物。

● 王硕朋:希望“温泉大会”成为一个品牌,助力温泉让生活变得更加美好。

● 德村志成:温泉产品是人的温度。

● 梁江:温泉要有人性的温度,人性的温度是最大的文化。

● 李锦魁:把温泉产品做好,讲好温泉故事。

● 王志纲:拥抱大湾区,佛冈最温度。

● 蔡旭东:来佛冈,有温暖。

