

秋之约

秋色篇

秋色无边,是时候预约出游啦!

文/羊城晚报记者 刘星彤

暑期近尾声,秋游即将开始。对大多数人来说,天高云淡、清风拂面的秋天才是最理想的出游季节,不仅气候佳,体感舒适,许多红叶胜地也依次登场,露出真容——吉林长白山、北京香山、新疆喀纳斯、江西婺源、四川九寨沟、南京栖霞山……放眼全国,不同的秋色面孔赋予了各地秋天不一样的味道,一年一季的绝美秋色,令人不忍错过。

立秋节气一过,广东各大旅行社的国内秋游产品全面上架,宣告本年度“秋色预定模式”正式开启。在这个因疫情显得有些特别的秋天,或许你会惊喜地发现:暂别了近年来火爆的日韩等地的境外赏秋,国内的秋游更精彩。

A 2020赏秋地图发布:从北往南自西向东顺序登场

按照传统节气规律,我国自立秋过后,从内蒙古呼伦贝尔及大兴安岭开始,纬度较高的北方部分省份即开始展露秋意。通常从8月中旬起至9月下旬的一个半月左右,是玩赏秋的最佳时节——依循从北往南、自西向东的顺序,内蒙古、黑龙江、吉林、河北、新疆、云南、四川……一连串的赏秋热门地区你争我赶,依次登场,以秋色斗艳,要争得在游客心中的一席之地。

据了解,对于国内各地赏秋“追秋”的规律,各大旅行社早已摸透,每年都会专门发布“秋色地图”或相关指引,引导游客“按图索骥”,方便选择心仪的赏秋目的地及产品。

日前,围绕秋游美景、丰收秋宴、秋收体验、秋恋新玩法、晒秋大比拼5大赏秋特色并按照各地赏秋“黄金时间”,由

广之旅整理的一份《2020中国赏秋地图》新鲜出炉。

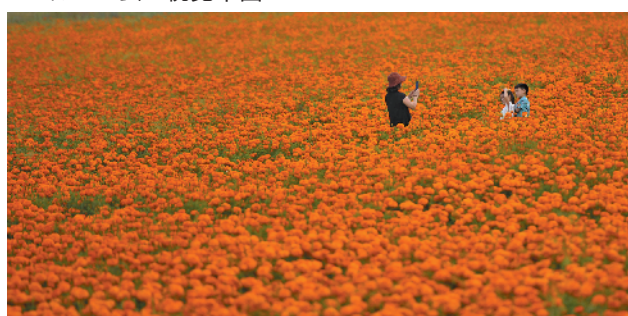
据介绍,由于国内各地区温度、湿度、纬度等气候地理条件不同,各地的最佳赏秋时间大致可归纳如下:新疆喀纳斯、吉林长白山、内蒙古额济纳旗、河北坝上草原等北部片区在8月中旬率先入秋,到9月中旬即进入层林尽染的时节,草原湖泊、大漠胡杨林将迎来最佳观赏季;随后是西部片区,以稻城亚丁、西藏林芝为首,也陆续迎来万山红遍、色彩最绚烂的季节;进入10月起,以品鉴赏秋为主基调的东部片区迎来主场,华东各地将吸引一众饕餮客前往品鉴赏秋;紧随其后,则将迎来南方最佳赏秋季,广西龙脊梯田、海洋乡、江西婺源等地陆续为秋色渲染,至11月仍是满目金黄。



内蒙古额济纳旗秋色 视觉中国



稻城雪山美景 视觉中国



河北丰宁坝上花海 新华社发(王立群 摄)



杭州西溪湿地附近的度假酒店 刘星彤 摄



苏州天平山秋日红枫 刘星彤 摄

B 个性化“惊喜型”秋游亮眼

国内赏秋可完美替代出境游

疫情背景下,今年的赏秋呈现出较以往略为不同的特征。

根据旅行社的一份近期调查,近45%的受访者计划安排的秋游时间为6至7天,47%的受访者秋游预算在3000元至5000元之间。相较以往,出游天数及预算明显增加。

岭南控股广之旅副总裁文爽对此表示,这在很大程度上乃基于拥有一定消费能力的出境游客逐渐回流至国内游市场,该部分消费者更偏好深度化、主题化及个性化的旅游产品,喜欢中高端的产品及体验。

为此,今年在打造秋游产品时,不少旅行社更为注重将

优质服务及丰富的文化内涵融入赏秋特色中,打造更富吸引力的“惊喜”产品。例如,该社一条深度赏秋线路“哈尔滨、伊春、沈阳双飞7天”,围绕小众赏秋目的地黑龙江伊春,更深度、更新颖的赏秋玩法被全新搭配在行程中:安排游客在金山鹿苑与天山马鹿、梅花鹿亲密接触,宛如在日本奈良体验到的“小鹿、雾、森林”之景;在小兴安岭则可尝试全新的森林热气球,从高空俯瞰五花山色和遍地秋叶,感受更震撼的视觉盛宴。

值得一提的是,以往广东游客对于赴日韩赏秋格外热衷,在今年无法出境游的情况下,国内丰富的赏秋

元素有望被重新认识,实际上,这将是拓宽人们赏秋视野的好机会。

“从元素搭配上来说,国内的赏秋产品非常丰富,不输境外。”南湖国旅国内旅游中心产品经理于燕妮建议游客,可以根据个人喜好尝试不同的线路搭配,如大自然赏秋搭配现代都市风光,可体验重庆、成都联游九寨沟的行程;赏秋搭配小资情调,则可体验香格里拉原始秋色联游慢调的丽江古城。

据区燕妮介绍,吉林长白山、内蒙古呼伦贝尔、大兴安岭、额济纳旗、河北坝上以及四川稻城、九寨沟等地,均是目前旅行社收客情况较好的热门赏秋目的地。而相比往年,由于机票折扣较大及部分线路航班增加,今年的赏秋线路价格更低,以南湖国旅一条东北7日深度赏秋线路(包含红海滩、长白山、关门山、画家村及本溪水洞等景点)为例,去年最低售价为3900元/人,今年只需3300元/人起。

此外,记者从旅行社了解到,目前广东至大连的旅行团已经恢复开放。作为极具特色的东北海滨城市,大连在每年10月将迎来秋景,届时可选择联游青岛、泰山等地的线路,一路叹尽北方特有的海滨风光及青岛八大关枫叶、银杏与泰山秋色。

地点	观赏重点	观赏时间
黑龙江漠河	五花山	9月初至10月
伊春	小兴安岭森林	9月初至10月
内蒙古阿尔山	樟子松、白桦林	9月初至10月
额济纳旗	胡杨林	9月初至10月
吉林蛟河	红叶谷	9月初至10月
辽宁盘锦	红海滩	9月初至10月
本溪	关门山红枫	9月初至10月
河北坝上	草原秋色	9月初至10月
北京	香山红叶	9月初至10月
四川九寨沟	海子、彩林	9月中下旬至10月
稻城	彩林、红草地	9月中下旬至10月
广西龙脊	梯田	9月中下旬至10月
云南香格里拉	狼毒花	9月中下旬至10月
西藏林芝	彩林	10月到11月
安徽黄山	塔川秋色	10月到11月
苏州沙家浜	芦苇荡、大闸蟹	10月到11月
浙江杭州	银杏、红叶	10月到11月
云南腾冲	银杏	10月到11月
重庆巫山	红叶	10月到11月

热点 追踪

旅游纪念品(手信)作为旅游目的地的一张独特名片,在给游客带去回忆的同时,也为当地增色不少。在广东省内旅行,浏览美景、感受岭南文化、享受惬意旅途之余,除了大家熟悉的鸡仔饼、广式月饼、腊味、糕点、水果等特产食品之外,还带什么有特色的旅游纪念品(手信)回家馈赠亲友最合适?这一直是很多游客颇为关心的话题。

广东手信不只有美食

日前,广东省文化和旅游厅公示了粤港澳大湾区文化创意设计大赛决赛入围作品名单,384件参赛作品入围决赛。据悉,该活动由广东省文化和旅游厅、珠海市人民政府主办,于去年12月31日在广州启动,大赛以“创意改变生活 文化提升品位”为主题。

其实,广东为文旅手信举行大赛,并不是第一次。早在2015年12月28日,当时的广东省旅游局主办了以“广东手信,三生有幸”为主题的广东手信文创设计大赛,评选结果在2016广东国际旅游产业博览会发布,广东旅游手信展示墙成为人气最旺的展区之一。让不少市民、参展商和游客感叹:原来广东手信不仅有美食,还有如此之多的精美工艺品,体会到了粤文化的丰富多彩。

不仅省级文旅主管部门重视广东文化旅游创意产品的设计,各地市也在大力支持本地手信的文旅融合发展。8月25日,为打造一体化的惠州手信品牌标识系统,提升惠州手信产品文化内涵及创意设计,惠州市委宣传部、惠州市文化广



龙门农民画系列衍生手信文创

挖掘有文化内涵的产品,整合产业链 广东手信:要更富有故事性

文/图 羊城晚报记者 黎存根 实习生 杨喜茵

业内访谈



受访者:王富楨(联结者企服创始人、东莞创意旅游开发总经理)

这样的发展形态令手信服务链条不全面,从而导致生产的服务功能有缺陷。

正因为目前广东手信是分布在不同商家,而一般规模小的商家很难达到QS(食品“质量标准”)认证水平,这会限制食品类手信的发展。而传统手艺人制作手信,由于手艺传承人稀少,难以量产;另外在审美上,年轻消费者追求更有视觉冲击力的产品,而老一辈的手艺人坚持传统技法,这使产品在审美上容易与年轻消费者产生隔阂。因此,手信生产需要一个整合平台,给手信商家提供完善、标准的服务。

广东省的手信文创产品存在以下问题:1、广东省内的文创服务链条尚未完善,从事文创行业仍面临着较大的风险,文创产品的投入期长,需要长期投入大量的精力;2、文创产品的商业变现环节十分薄弱,产品的投入与售价不成正比。市场上售价太高,愿意购买的人少;如果减少精力的投入,又无法保证产品的质量。3、市场与文创产品的矛盾始终没有解决。这就需要有一个平台做支撑,目的是为了减少中间服务环节,让手艺人和工作坊更加专注于文创研发层面,将市场交给市场渠道,令文创市场更具生命力。

观点2:手信文创重外表更要重文化内涵

如果文化产品只注重包装美观,生命力是不持久的,文创设计还应该

注重文化内涵。例如,近年来,国潮盛行,年轻人参与的国潮系列设计在色彩和图案上都非常吸引眼球,但在内涵表达上仍有欠缺。而传统手艺人设计的图案,做出来的产品,注重每个细节,可谓精雕细琢,两者要是能结合起来就是非常好的组合。在未来,结合数字化打造文创产品的可能性很大。

广东文创产品对于故事性的表述偏弱,缺乏代入感。未来打造地方手信需要结合地方文化特色,挖掘文化故事内涵,以情景式呈现,保留游客对景区最难忘的回忆,建立情感联系。

我们也要正视,广东的旅游城市分散,并没有可以集中购买文创产品的地方,产品曝光率低,一般游客对广东文创的印象相对薄弱。虽然广东地区的特色手信非常多,但缺乏一个平台将之整合,再以主题文化节的方式对外展示。只有通过展销会,才能让消费者了解到广东文创的独特性,激发消费者的购买欲望。

我们可以借鉴外地的成功经验,加大对传统手工艺的学术研究力度。只有当传统手工艺到达一定的社会高度,公众对它的关注度才会上升,发展成文创的可能性也随之增加。例如在云南大理,手艺人和创客更关注如何将传统手工艺与现代技术相结合,与第三方合作,通过现代居家方式和传统手工艺的结合打造文创产品。另外一种模式是打造传统手工艺体验课程,拉近游客与传统手艺人之间的距离。



“广东三宝”之新会陈皮



受访者:刘汉新(惠州民间艺术大师、惠州彩瓷工艺传承人,绘制彩瓷至今三十八年,独创东江紫沙堆彩画)

挖掘东坡寓惠文化 打造本土文创品牌

我们向各地游客介绍惠州,少不了要介绍苏东坡。清代惠州才子江逢辰所写,“一自坡公谪南海,天下不敢小惠州”,东坡寓惠文化已成为惠州文化的重要组成部分。惠州本地手信文创的发展,也离不开深度挖掘本土文化,打造本土文创品牌。这其中,东坡寓惠文化就是一个重要的注脚。

惠州市有关部门十分重视和支持本地手信文创的发展。通过政府引导,深度挖掘本土文化,正在打造惠州以“东字号”、“惠字号”、“粤字号”等本土文创品牌,形成体系化的文创手信体系;加强文创手信的创新,体现时代特色,融入高科技表现形式;同时,加大对外宣传推广力度,让惠州文创品

牌深入人心。

惠州本土的传统艺术,如汉新窑的彩瓷工艺,与东坡寓惠文化相结合,以东坡寓惠的内容为核心,以彩瓷为表现形式,两者结合起来,形成独特的文创产品。东坡寓惠的系列产品可用更多形式转换,从实用性、观赏性等方面不断加强开发。2020年“东坡寓惠彩瓷”系列荣获惠州手信50强产品。

同时,通过政府部门举办的2020惠州手信品牌标识暨文创设计大赛,文旅专家聚集惠州出谋划策,湾区青年创客结合我们本地的文化,相信能设计出更受年轻人和游客欢迎的惠州手信文创作品。