



一周旅游

文字整理/羊城晚报记者 黎存根

成果：中国国际旅游交易会销售总额达234亿元



2023中国国际旅游交易会 新华社发

11月19日,2023中国国际旅游交易会在云南闭幕。本届旅游交易会发布了“你好!中国”国家旅游形象,召开入境旅游政策发布会,优化办证体验畅通申办渠道,全力保障中外人员往来渠道畅通,助力高水平对外开放。同时,举办全球旅行商大会,给国内、国际的旅行商、服务商、旅游集团、航空公司等搭建了交流平台,促进多方对话。

现场共有来自70多个国家和地区的旅游推广机构、相关企业和来自30多个国家和地区的800多位国际旅行商参展洽谈,截至11月18日,本届旅交会现场销售总额和意向性销售总额达到了234亿元人民币。

冬游:冰雪游升温,多地出台优惠政策揽客源



吉林省北大湖滑雪 资料图

随着多地气温下降,冰雪旅游持续升温,各大滑雪场“开板”迎客,多地滑雪场订单销售量、预售量创2019年以来新高。

随着冰雪出游人次及旅游消费迎来大幅增长,各地也积极出台优惠政策。拥有70多家不同规模滑雪场的吉林,专门设立1000万元的冰雪交通补贴,通过开通冰雪直通车、给予旅游包车奖励等方式。新疆阿勒泰地区各地推出景区免门票、一票通政策等惠民政策。除了传统冰雪项目,多地因地制宜,联合各大航空公司、旅行社、互联网平台积极开发新产品和一站式服务,包括极寒挑战、雾凇漂流、雪谷寻鹿、雪地火锅等新玩法也点燃了游客的激情。

交通:“一票”打卡三城,福建首推铁路旅游计次票

中国铁路南昌局集团有限公司、福建省文化和旅游厅、中国铁路投资集团有限公司联合推出3款铁路旅游计次票产品,于日前正式上线。

三款产品分别为“厦门+泉州+武夷山”旅游计次票、“厦门+福州+泰宁”旅游计次票、“厦门+福州+平潭”旅游计次票,开启“一票”打卡三城的乘车旅游新模式,满足旅客多样化旅行需求,方便旅客乘动车出游。

投资:杭州千岛湖打造世界级“湖泊+”度假区



浙江千岛湖 新华社发

日前,杭州市淳安县人民政府与中国旅游集团正式签订合作协议,该集团旗下中旅国际计划在淳安县域范围内投资不少于50亿元,对标世界级湖泊开发经验,共同将千岛湖打造成为世界级“湖泊+”度假目的地。

根据双方的合作协议,中旅国际将对千岛湖东北湖区、西南湖区进行整体策划布局,导入生态旅游、文化体验、时尚运动、度假休闲等高端旅游产业业态。

保护:北京首批传统地名保护名录公示

日前,北京三山五园地区传统地名保护名录(第一批)向社会公示,421处传统地名类型丰富多样,不仅包括了静宜园、静明园、颐和园、圆明园、畅春园等五大皇家园林地名,还包括了万寿山、玉泉山、香山等山地及昆明湖等水域名称。

据介绍,三山五园始建于辽金,形成于清鼎盛时期,是北京西北郊皇家园林为代表的各历史时期文化遗产的统称。“三山”指香山、玉泉山和万寿山;“五园”指静宜园、静明园、颐和园、圆明园和畅春园。

年末主题公园扎堆上新 “尊重好故事”是关键



北京环球度假区持续上新季节性主题活动

专家访谈

造节、创造混合消费场景 为本土主题公园提供新思路

受访人:熊晓杰
中国演艺游乐园协会(CAAPA)主题公园品牌营销专委会主任、时代文旅董事长



羊城晚报:文旅强势复苏的背景下,如何看待主题公园在下半年来上新的“扎堆”举动?对明年的市场格局有何影响?

熊晓杰:主题公园本身是有生命周期的,当发展到一定阶段,势必会进行园区的升级改造,这是为增强自身竞争力所必然采取的措施。综观一些主题公园近期上新的项目,其实很多早在2019年以前就开始布局了,因为受疫情而停顿。随着文旅全面复苏,各大景区在今年迎来了发展的良机,对景区而言,也迎来了用新产品吸引流量的好机会。

明年的市场依然有一些利好因素,首先是文旅的消费已经成为国人不可逆转的生活方式,成为了离不开的消费习惯。随着市场上的供给越来越多,消费需求更加个性化、小众化且分散化,那些小而美、新奇特的物种和具有强大品牌影响力的产品会展现出较强的竞争力,而传统的、相对陈旧、品牌力较弱的产品将面临巨大的市场压力。总的来说,明年的市场不会迎来井喷式的发展,但也不会出现明显疲软。

羊城晚报:从长隆、华侨城、欢乐谷到迪士尼、海洋公园,主题公园直接带动了内地游客前往大湾区旅游,成为拉动本地文旅消费的重要元素。如何评价大湾区在国内主题公园市场中的特殊地位及区位优势?

熊晓杰:整个大湾区在过去二、三十年中,在主题公园建设方面取得了非常好的成绩。从长隆到欢乐谷、华侨城、方特……很多大型主题公园都诞生在广东,通过大力向外扩张,带动了整个中国主题公园发展的浪潮。可以说,在中国文旅行业发展的2.0时代,广东在文旅的创造性、开拓性以及在全国的示范性和引领性方面都展现出较高的水准。

主题公园的发展跟当地气候、经济环境、消费人群有很大关系。粤港澳大湾区是最适合主题公园发展的地区之一,不仅经济发达,人口众多,气候条件也十分有利,尤其后一点非常重要。除此之外,大湾区的产业集群优势明显,整个区域在主题公园业态消费方面形成了较好的消费习惯和需求。

文/羊城晚报记者 刘星彤 图/各景区提供

11月20日,全球首个冰雪奇缘主题园区魔雪奇缘世界在香港迪士尼乐园度假区正式开放,引起业界及全球粉丝的广泛关注。除此之外,上海迪士尼将在年底推出《疯狂动物城》主题园区,珠海长隆也在不久前推出二期最新项目长隆宇宙飞船;北京环球度假区宣布即将迎来“冬季假日”升级版主题活动,香港海洋公园在这个冬日打造了“点亮小王子80周年星空游历之旅”……

文旅强势复苏背景下,主题公园在年底前扎堆上新,极大丰富了游客的选择,有效带动目的地热度。在业界看来,上新是基于自身发展的需求,更是迎合全面复苏浪潮及中国市场消费习惯变化做出的适应性选择。

“上新”和“求新”,已然成为主题公园持久的生命力所在。



香港迪士尼乐园阿伦黛尔小镇阿德尔港畔餐厅

全球首个冰雪奇缘主题园区引“赴港游”热潮

作为史上最受欢迎的迪士尼动画IP之一,电影《冰雪奇缘》在今年迎来上映十周年。于此之际,电影中的场景首度被搬进现实,并选址香港迪士尼,创造了一个备受粉丝期待的奇妙世界,直接拉动了香港旅游热度。

在近日举行的携程BOSS直播香港迪士尼乐园专场中,主播带网友云探访艾莎和安娜的家——阿伦黛尔,引发不少网友热情互动:“闺女老早就想去魔雪奇缘进现实”“好期待女儿见到艾莎、安娜的表情”……据悉,该场直播当天成交额超过1538万元,带动赴港机票订单同比增长232%,车船订单同比增长408%,新客订单同比增长43.6%。数据显示,从今年2月香港与内地全面通关至11月中旬,内地游客在携程平台的香港迪士尼乐园门票预订量较2019年同期增长超2倍,远高于内地游客赴港旅游订单整体增速,可见主题公园越发展越成为拉动目的地人气的重要吸引物。

华特迪士尼幻想工程(亚洲)高级监制雅欣接受羊城晚报记者采访时表示,《冰雪奇缘》IP在全球备受欢迎,尤其在亚洲拥有众多超级粉丝。历经7年打造的魔雪奇缘世界还原了电影中的地标建筑、经典场景和人物故事,承载了亿万粉丝的期待和热爱,从游客反应看,园区所实现的沉浸式体验比想象中更好。

比如,游客可以在阿伦黛尔森林中体会电影中挪威的真实风貌,景区将香港大屿山的天然地貌融入,用“借景”手法将天然风景融入园林设计,游客在欣赏北山风景的同时,还能将视野延伸到阿伦黛尔山峰的自然轮廓上。新项目更采用了华特迪士尼幻想工程研发的发声机器人,让角色人物更加鲜活。

“我知道很多粉丝看电影都看了很多遍,当他们走进来的时候,如同真的走进了电影里面的场景,我曾遇到过有人在我面前哭了,对我说:感谢你们打造了一个和电影如此相似的真实园区。”雅欣说。



在香港迪士尼乐园追寻冰雪奇缘的足迹

来自广州的80后游客张女士则表示,自己快7岁的女儿从小就有一个“艾莎梦”,早在听说魔雪奇缘世界要开的第一时间,一家三口已经计划好了一趟寒假香港亲子游,女儿对此早已迫不及待。

香港迪士尼乐园业务发展总监高锐直言,魔雪奇缘世界不仅还原了电影中的建筑,打造了沉浸式的游乐体验,更有许多融入专属IP元素的美食、音乐、周边衍生品等,具有很强的IP吸引力。高锐表示,今年暑期和国庆假期到访香港迪士尼的广东游客数量均已超过2019年同期,在香港独特的区位优势下,新主题园区对于整个香港旅游市场的发展都有积极意义。

仅还原了电影中的建筑,打造了沉浸式的游乐体验,更有许多融入专属IP元素的美食、音乐、周边衍生品等,具有很强的IP吸引力。高锐表示,今年暑期和国庆假期到访香港迪士尼的广东游客数量均已超过2019年同期,在香港独特的区位优势下,新主题园区对于整个香港旅游市场的发展都有积极意义。

“说故事”成就主题公园的独有魅力

亲临香港出席开园庆典的华特迪士尼公司行政总裁罗伯特·艾格强调了主题乐园对于“说故事”的“百年执着”。他表示,《冰雪奇缘》是迪士尼史上最成功的品牌之一,足以证明迪士尼拥有出色的“说故事”能力,这正是华特迪士尼公司过去100年的基石。展望未来的100年,将继续善用“说故事”这一专长来发挥主题乐园的创意。

同样用“主题公园式表达”讲述游客喜爱的“中国故事”,2021年开园的北京环球度假区则展示了另一种“说故事”风格。本月底,北京环球度假区将再度焕新开启“冬季假日”季节性主题活动,为游客打造冬日首选的欢聚度假娱乐目的地。两年多来,度假区推出的融合当地特色的季节性活动不胜枚举,为了深度引发中国游客的情感共鸣,开园后首个春节就推出“环球中国年”主题活动,2023年的“环球中国年”凭借“具有环球特色的新春新年俗”,更一举成为游客心中北京春节的理想打卡景点。

度假区还积极向中国传统文化致敬,与潮流文化融合,如携手“王者荣耀”IP打造“北京环球影城:王者荣耀英雄盛会”,携经典角色功夫熊猫阿宝和人气娱乐演出“舞出我精彩!”加入第十届乌镇戏剧节,让跨界文化艺术和本土原创戏剧文化实现碰撞。

“好故事”是打动游客的关键。

正如园区相关负责人所说,无论是传统文化还是潮流文化,故事性的体验才是游客真正感兴趣的内容,在开放的品牌精神之下,“尊重好故事”将主题公园特有的创意和娱乐制作能力与中国本土文化巧妙结合,从而以本地游客喜闻乐见的方式打造出让人“常来常新”的度假区。年卡游客“猴子”告诉记者,每个季节性主题上新之际,就是他和朋友相约入园游玩的日子,“雷打不变”。

中国旅游研究院院长戴斌指出:“文化和旅游系统要坚持大众旅游的人民性,以消费视角建构新时代旅游发展理论和政策体系。”随着Z世代、90后逐渐成为旅游消费主力,其带来的消费个性化、小众化等需求转变,正在给中国的主题公园发出新的考卷。

据悉,香港老牌主题公园海洋公园继两年前打造海洋公园水上乐园新项目后,正在转型为集探索、学习和趣味体验于一身的世界级度假区,其将在今年12月推出针对冬季及双旦的多项主题活动,包括圣诞全城HO-HOHO-点亮小王子80周年星空游历之旅、大自研童学会之冬日历险课程等,水上乐园则继续化身水上舞池和健身房,为游客带来四季可玩的水上拳击、水上普拉提等特色体验。

另一本土品牌珠海长隆宇宙飞船作为大湾区最新开设项目之一,其“百慕大历险”弧形穹



珠海横琴长隆宇宙飞船



在香港海洋公园与海洋动物互动

顶幕动感影院项目最新获得第30届全球主题娱乐协会TEA颁发的西娅奖(Thea Award)年度杰出成就奖,该项目运用最新视听和动感平台控制技术,打造出全新的沉浸式航海体验,成为珠海旅游的最新打卡点。

冰雪奇缘周边