

6月5日,在龙岗区2022年“六五环境日”宣传活动启动仪式上,龙岗发布了全市首个减污降碳协同增效行动方案。此次活动以“共建清洁美丽世界”为主题,旨在引导全社会参与环境保护与生态文明建设。

据了解,2021年11月12日,龙岗区成功申报全省第一批碳中和试点示范市(区)的创建。在此基础上,龙岗探索减污降碳协同增效的落地路径,制定了《龙岗区减污降碳协同增效行动方案》。方案通过先行示范,试点重点行业企业探索减污降碳协同增效,实施一批,谋划一批,成熟一批,推广一批,不断拓展减污降碳协同增效的广度和深度。该方案还立足龙岗工业大区,服务工业企业、工业园区,成立“碳”先锋服务队,绿色帮扶精准帮扶,提高企业减污降碳专项整治与合规化建设的内生原动力,助力企业低碳转型;方案还体现了智慧低碳,构建绿色低碳数字化场景应用,推动“碳普惠”“碳监测”“近零碳社区智慧平台”建设,加快打造智慧低碳产城融合标杆。

龙岗区委书记张礼卫表示,龙岗将继续把“尊重自然、顺应自然、保护自然、亲近自然”作为发展的内在要求和不懈追求,坚持减污、降碳、扩绿协同增效,深入推进“美丽龙岗、幸福河湖”等攻坚行动,大力发展绿色低碳产业,打造更多绿色低碳生产生活方式示范,努力探索传统工业大区绿色发展新路径,书写天更蓝、山更绿、水更清的美丽龙岗新篇章。

据了解,龙岗区本次六五环境日宣传活动是一场“零碳”活动,由承办单位通过向深圳碳排放权交易所购买核证减排量抵消产生的温室气体排放量,实现了活动“碳中和”目标。(李薇)

批,谋划一批,成熟一批,推广一批,不断拓展减污降碳协同增效的广度和深度。该方案还立足龙岗工业大区,服务工业企业、工业园区,成立“碳”先锋服务队,绿色帮扶精准帮扶,提高企业减污降碳专项整治与合规化建设的内生原动力,助力企业低碳转型;方案还体现了智慧低碳,构建绿色低碳数字化场景应用,推动“碳普惠”“碳监测”“近零碳社区智慧平台”建设,加快打造智慧低碳产城融合标杆。

龙岗区委书记张礼卫表示,龙岗将继续把“尊重自然、顺应自然、保护自然、亲近自然”作为发展的内在要求和不懈追求,坚持减污、降碳、扩绿协同增效,深入推进“美丽龙岗、幸福河湖”等攻坚行动,大力发展绿色低碳产业,打造更多绿色低碳生产生活方式示范,努力探索传统工业大区绿色发展新路径,书写天更蓝、山更绿、水更清的美丽龙岗新篇章。

据了解,龙岗区本次六五环境日宣传活动是一场“零碳”活动,由承办单位通过向深圳碳排放权交易所购买核证减排量抵消产生的温室气体排放量,实现了活动“碳中和”目标。(李薇)

“露营热”为文旅市场注入新活力

文/羊城晚报记者 郑明达 图/羊城晚报记者 王磊

“躺进帐篷就是私密空间,跨出帐篷就是大自然,放风筝、玩飞盘、看星空……”露营这种“家门口”的新兴业态,在深圳文旅市场火出了圈。随着户外露营、夜游经济等新业态的出现,不断激发消费市场活力,为文旅市场发展提供强劲的动力。深圳市文化广电旅游体育局提供的最新数据显示,今年端午假期全市共接待游客250.54万人次,旅游总收入14.13亿元。

3 新业态引领新消费

约上三五知己,在空旷的草坪上搭一顶帐篷,铺上一桌精致的美食,坐在休闲椅上聊聊天……这是近期深圳市民本地游玩的新时尚。

“露营热”产生的带动效应,为文旅市场注入了一股新活力。据携程大数据显示,“深圳露营”相关产品搜索量超过40万次,端午假期露营产品预订最火爆的城市中,深圳登上第一位。在大鹏新区的一家露营基地,相关露营度假产品在端午假期前就已经预订一空,甚至已经订到了7月份。

在长线跨省游受限和疫情防控政策的影响下,本地游、周边游

逐渐成为当前深圳旅游业的主要形态。而今年“五一”和端午假期倡导就地过节,也推动了本地化露营的火热出圈,让其成为不少深圳人主要的过节方式。

周边旅游的“微度假”模式能否成为文旅市场复苏的密码?关键在于发展新业态。有了新业态,就有了“吸粉”的工具。通过本地化露营带动周边商家生意,对目的地旅游经济亦产生带动效应。

位于龙岗的倦鸟营地是深圳人露营的首选。据该营地负责人介绍,端午假期露营基地每天都是满员的状态。在露营基地,游

客可以赏美景、野餐、听音乐。“五一假期和家人体验过一次露营,感觉非常棒。”市民吴女士告诉记者,端午假期她继续和家人过来露营。

随着露天集市、徒步等的兴起,越来越多游客把目光投向了本地及周边的户外活动,以休闲体验为主的户外游成为当下新的文旅消费趋势。在深圳福田CocoPark,时常会有潮流风的天台集市、复古风的中古集市等活动,吸引了众多市民外出体验。周末到东部大鹏去夜观星象,也成为了新的游玩潮流。

4 开发景区夜游产品

“五一”出游的首选,为市民带来“文化大餐”。其中,“五一”期间南头古城内的文创产品销售大增,市集出现爆满,两天一晚的古城生活让深圳市民体验到了城市人文度假的新乐趣。假期深圳世界之窗推出的“国潮喜乐汇”,为游客打造了一场国风文化的饕餮盛宴。东部华侨城、青青世界等景点景区也精心策划,为到访游客推出丰富多彩的文化观赏活动。

当本地游成为常态,市民深度游的意愿变得更强烈,如何满足消费者需求,带动旅游市场成为了破题的关键。深圳市各大主题公园景区基于景区自身IP,开发独具韵味的景区夜游产品,为城市文旅带来了新的生机。其中,深圳欢乐谷、锦绣中华·民俗村、世界之窗等推出的各类夜游产品,形成集“夜间项目、夜间演艺、主题节庆、夜间景观、夜间商品、夜间餐饮、

夜间服务”为一体的夜游体系,成为深圳旅游消费集聚的一大亮点。

在欢乐谷,以“日夜齐欢·水陆同乐”为主题的夜游产品一经推出,火爆全城。深圳欢乐谷品牌部经理黄旭介绍,园区持续不断地丰富夜游产品供给,进一步满足游客、市民夜间休闲娱乐需求,引领深圳文旅夜间经济增长新趋势。

主题乐园也成为不少家庭

1 “微度假”备受青睐

记者走访发现,疫情以来,深圳旅游市场在尝试复苏的过程中寻觅新机遇。深圳某旅行社工作人员向记者表示,公司把目光投向本地市场,“今年,我们联合本地景区推出了自驾游套餐,销量还不错”。

从线上销售来看,记者查询深圳华侨城国际旅行社的线上订购平台,发现主推的是省内两天或三天游,并支持路线定制。据该旅行社营业部人士透露,今年端午假期整体的预订量大幅上升,本地游、周边游等“微度假”新形式备受游客青睐。

深圳市文化广电旅游体育局数据显示,今年端午假期全市共接待游客250.54万人

次,旅游总收入14.13亿元。目前,深圳市旅游业界普遍认为,文旅行业要持续发展下去,关键在于能否做好发展形势的研判,以及能否寻求转型成功突围。

2 政府扶持提振信心

为扶持文旅行业持续发展,政府今年陆续推出了一系列扶持政策。

一方面,深圳为旅游行业纾困。3月25日,深圳市发布《深圳市关于应对新冠肺炎疫情进一步帮助市场主体纾困解难若干措施》。根据措施,旅行社经过申请后,将可暂缓全部质保金,对符合条件旅行社的暂缓比

例由80%提高到100%。争取实施以保险替代现金或银行保函缴纳旅游服务质量保证金试点。从业者对此反响热烈。

“政府给我们做了政策倾斜,这是一个非常积极的信号。”深圳中国国际旅行社有限公司总经理刘宏斌表示,这些政策对于整个行业都会是一场“及时雨”。此外,有从业者表示,有关文体旅游

业纾困扶持措施精准到位,对生产经营提供巨大的帮助。

另一方面,深圳通过文化惠民活动持续释放旅游消费需求。从今年4月下旬,市文化广电旅游体育局联合市商务局在“美团”“大众点评”上分4轮发放1000万元文体旅游消费券。深圳各景点景区、酒店民宿、体育运动场所等408家文体旅企业加入“促消费”活动行



市民在深圳湾公园露营



深圳市公园管理中心副主任梁治宇(右)向市民代表王磊颁发奖牌

合理使用草坪 更多人共享自然

一顶帐篷,一个野餐垫,摆上各色零食餐点饮料,有市民还把帐篷精心装饰,露营、拍美图两不误,在都市里也能享受浪漫的田园生活。如今,在“露营热”的席卷下,越来越多的深圳市民兴致勃勃地加入这场公园游玩“新时尚”。本次活动还发布了系列手绘海报,内容包括引导市民使用规范尺寸帐篷,垃圾分类投放等内容。

深圳市公园管理中心副主任梁治宇在现场解读了手绘海报的含义:“市民在公园帐篷区搭建的帐篷不能大于5平方米,不能高于1.5米,推荐大家使用规范尺寸的帐篷,合理使用绿地资源,让更多市民共享自然。”

开放帐篷区,也意味着对市民游客的守则进行细化解释,在“放”的同时做好维护管理。梁治宇表示,公园或帐篷区内禁止使用任何明火煮食。吊床对树木的伤害较大,影响其生长,也是不能使用的。除了开设宠物专门活动区的公园外,公园内禁止宠物入内,市民在公园露营时同样不允许携带宠物。

“夜晚,把草地还给大自然。”梁治宇说,公园的

“零废露营”我最自然

深圳湾公园日出剧场举行,众多品牌商家入驻

全媒体传播中心和综合执法局主办、羊城晚报深圳

圳湾公园海风习习,五颜六色的帐篷盛开在日出剧场大草坪。众多餐饮品牌免费向市民发放轻餐食品,更有专业运动品牌、生活家居品牌、汽车品牌现场助阵,组织帐篷场景展示,让市民在家门口的公园里就能来一场“诗与远方”的旅行。

为持续引导市民爱护绿地、合理使用帐篷,共同守护公园环境,6月5日上午,由深圳市城市管理和综合执法局主办、羊城晚报深圳全媒体传播中心承办的深圳公园“零废露营”体验日活动开幕,在深圳湾公园日出剧场宽阔的大草坪上,市民走进布置精美的帐篷,品尝美食,与现场的环保打卡墙合影留念。活动同时发布了“深圳公园露营帐篷区点赞榜”互动小程序、手绘海报、守护绿地倡议书。本次活动还吸引了包括肯德基、必胜客、lavazza咖啡、山姆会员商店、沁可茶、迪卡侬、雪菊户外、宜家、小鹏汽车、花地新苗等品牌入驻,为参与的市民提供丰富的户外休闲方式展示。



“公园+经济”真热闹 现场体验多种露营消费

除了主发布场别致的造型外,商家展示的多种多样的轻餐饮、露营相关产品同样引人注目。本次活动,共有10个品牌入驻,涵盖了饮食、文化、生活、户外等方面。活动现场,不少市民走进品牌商家的帐篷,体验露营消费。

商家代表、迪卡依华南区公共事务总监杨帆在接受记者采访时表示,自深圳公园划出帐篷区,迪卡依深圳第一时间将这些信息传递给了广大会员,并鼓励大家积极践行文明露营原则,共享自然。在深圳公园“零废露营”体验日的活动现场,市民们可以一次性体验到半日露营、多日过夜露营和轻奢精品露营运动,同时迪卡依还为来到现场体验的市民准备了详细的露营运动

讲解、产品讲解,结合场景式体验让大家更好地发现露营运动,体验露营运动,开始露营运动。配合露营家具等露营装备打造出的精品露营场景,让市民尽享露营运动带来的快乐。

深圳公园率先开展帐篷区试点,在全市22家公园专门划定了帐篷区,为市民创造美好的休憩空间。深圳公园“零废露营”体验日活动现场发布了“深圳公园露营帐篷区点赞榜”,在这个互动小程序里,罗列了10个已经开放帐篷区的公园,页面内有公园的精美图片,以及帐篷区位置指引,市民可以选择自己心仪的公园,点击“我要推荐它”即可生成海报,方便分享给身边的亲朋好友。