

关注

# 乡村旅游的欧洲经验

□□ 本报记者 李铮

150年前,英国社会学家埃比尼泽·霍华德在他的名著《明日的田园城市》中写道:“把一切最生动的城市生活优点与愉快的乡村环境和谐地组合在一起。它将产生我们梦寐以求的‘磁铁’效果——人们自发地从拥挤的城市投入大地母亲的怀抱,这是生命、快乐、财富和力量的源泉……这种愉快的结合将迸发出新的希望、新的生活、新的文明。”

曾几何时,城市也开始流行“返乡潮”,微信朋友圈里晒出的不再是名山大川,而是朴素的农田;不再是豪门盛宴,而是山野村食。当人们越来越有钱、越来越有闲的时候开始回到乡村,在最接近泥土的地方寻找自己的精神伊甸园。

## “第二居所”带热乡村旅游

乡村旅游起源于19世纪中叶的欧洲,工业化与城市化进程的加快让城市居民产生逃离情绪,对宁静的田园生活和美好的乡间环境的向往,让乡村旅游应运而生。

作为欧洲乡村旅游的发源地,西班牙是世界上知名旅游大国。西班牙政府从20世纪60年代开始大力推出乡村旅游,通过出资修建乡村旅游社区,为度假游客提供服务,让乡村旅游成为西班牙旅游的重要形式之一。

自此之后,欧洲多国把乡村旅游作为经济增长、扩大就业、避免农村人口

向城市过度流动的重要手段,在资金、政策上给予大力支持。许多国家和地区在乡村旅游发展的资源保护、产品开发、管理体系方面,都走出自己的特色之路。

“其实欧洲乡村旅游的第一个阶段,是一批在城里居住、接受过很好的教育,比较成功且有一定资本的城市人回到乡村。他们在山水间,以城市先进的设计理念和生活方式为自己打造在乡村的第二居所。”瞰邦投资的中国区代表徐琳说。她常年居住在法国,很早就开始关注中国乡村旅游的发展,并且从事着旅游投资的工作。

在她看来,“城市人可供支配的长假期、乡村便利的交通条件、特色鲜明的原生态生活方式,是欧洲乡村旅游发展的基础。”

因为有了这样的第一批返乡者,欧洲的乡村旅游从一开始就走在了较高的起点上。比如,目前,法国拥有1.6万多户农家建立了家庭旅馆,推出农庄旅游,全国33%的游人选择了乡村度假,乡村旅游每年接待游客200万人次,能给农民带来700亿法郎的收入,相当于全国旅游收入的1/4。

在法国,农家乐按周边环境、软硬件设施、房间舒适度及各项服务分为5个级别,法国农家乐联合会负责监督,定期派人来检查农舍质量和卫生条件。“有的高级别的庄园拥有私家花园、停车位,还有包括网球场、游泳池、桑拿及音响设备在内的休闲设施,与国内外的星级酒店相比毫无逊色。”徐琳介绍。



## 可持续发展是重中之重

乡村旅游符合旅行者寻求独特体验的趋势——在自然、未受污染的景观和地道的住宿中,感受宁静和缓慢的生活。

资深建筑设计师王旭认为,中国的乡村旅游已经开始吸引外国游客的关注,比如浙江莫干山、云南大理、广西阳朔等地,已经被国际游客列入名单。但大部分具备相似自然条件的中国乡村,却因为交通、卫生、设施(取暖、卫浴、床品)、教育、文化、审美等方面无法达到国外游客的标准,只能被定义为初级阶段的农家乐。

“相比欧洲,中国乡村旅游的第一个步骤——全面的基础设施、住宿设施的修建尚未完成,简陋的基建难以迎接乡村旅游大潮的到来。”领易咨询总经理邹毅更关注交通等基础设施对于发展乡村旅游的掣肘。

从国家统计局发布的数据显示,截至2017年底,国内已经有99.7%的乡村

通上了公路。但第三次农业普查显示,仅有8.6%的乡镇有火车站,有高速路出入口的仅占21.5%,道路网水平不足。

“发展一定要制定可持续性的规划,可持续是重中之重。”徐琳说,很多年前,她与国际知名的研究可持续性旅游国际专家聊天时了解到,国外很多著名的旅游目的地,在设计之初,首先考虑的并不是如何吸引人流,而是关注“控制人流、疏导人流的方案,垃圾的处理方案,预防当地文化被入侵、被稀释、被打乱”等问题。

徐琳说:“发展乡村旅游,从一开始就需要从可持续性的大前提下进行目的地的打造和开发。可持续性有三个标准:一是生态的可持续性,二要存续当地的人文,三是百姓经济的可持续。”

徐琳觉得中国的乡村旅游开发可以学习欧洲乡村多样化且小而美的模式,坚持可持续旅游整体规划和运营标准。“在欧洲近一个世纪的发展中,他们积极

欧洲乡村游产业已经比较成熟

了很多经验和教训,我们应该多多取经,发挥后发优势,通过甄选将一些优秀的业态引进来,缩小差距。”徐琳表示。

## 挖掘在地文化,避免千村一面

许多人愿意返乡,是因为乡村有着来自土地的原生力量,绿色在每个角落安静生长,美好的希望也随着种子悄悄萌芽。乡村的美静谧却不沉默,朴实却不简单。

但一哄而上、互相抄袭、千村一面的问题需要提前预防,“中国的城市化发展已经出现此类问题,在乡村旅游设计中一定要提前做好整体规划。政府需要提前考虑区域内每个板块的差异化布局,依据当地的自然和人文风貌有机配比。这样,在目的地打造中,才能将点连成线,让区域旅游的收益最大化。”徐琳建议。

执惠创始人刘照慧也提出:“当大家在思考文旅大消费产业的市场、模式、

商品时,我们也应该更深层地思考它所承载的文化使命。文旅中的一物一景、一砖一瓦、一个仪式、一个风俗,无不渗透着文化的元素,我们对目的地的探访,人与人的交流,无不体现着文化交流的美好。文旅是构建人类命运共同体最为柔性,最容易被接受,也最美好的方式。文旅大消费做到可感、可触、可消费既是产业诉求也是发展之道。”

王旭正在推动乡村建设乡创学院,是为了帮助村民提升素养,提高对乡村旅游的认知。“首先,因为乡村能给予的设计费过低,难以吸引优质设计师,所以我们正在以公益的方式发动设计师下乡。其次,真正懂乡村的设计师太少,多数设计师习惯了城市中的设计模式、批量化生产,不懂乡村的材料及因地制宜,这也是乡村设计受制约的原因。”王旭说。

近几年,邹毅带领其咨询团队做了10多个文旅康养小镇的前期策划和产品研发的工作,积累了大量一线项目经验。邹毅表示,乡村旅游第一是基础设施的修建,第二是乡村住宿平台的搭建,第三是餐饮和地方文化的挖掘,第四是一些乡村游览性项目的准备。农事活动、农场体验、野外郊游、观光游览,享受最原汁原味的乡村风情,是多数游客来乡村旅游的目的。

“当我们比从前更有钱、更富足,机器变得越来越‘聪明’时,人们对幸福的追求会超越消费主义,这也是亚里士多德‘幸福主义’思想回归的原因。”刘照慧说。

纵 深

# 旅游演出迎来散客时代

□□ 本报记者 鲁娜

在文化与旅游业融合发展的大背景下,旅游演艺发展进入了快车道。近日,2018文旅中国博览会在北京举办,在其间举行的2018中国旅游演艺大会上,道略咨询发布的《2017年至2018年度中国旅游演艺行业研究报告》显示,2017年,我国旅游演出市场火爆,共演出剧目268台,票房收入51亿元,观众达6821.2万人次,较2016年均实现增长。

以旅游演出为代表的夜游经济市场群雄逐鹿,旅游演出运营商通过轻资产输出、直接投资等方式,扩张之路越走越远,强者愈强、弱者愈弱的马太效应逐渐凸显。在快速增长的背后,同质化竞争和盲目扩张等顽疾也已成为行业需关注与直面的问题。

## 运营商做大做强

道略咨询数据中心总经理廖繁龙表示,2017年,我国国内旅游市场达51亿人次,同比增长11.08%,这为国内旅游演出市场添了一把火。旺季期间,为了满足游客观看需求,旅游演出运营方经常加场到淡季的100%至400%,但仍供不应求。

“2017年度旅游演出观众大幅增长,旅游演出进入散客时代。”廖繁龙介绍,上述报告显示,2017年,全国共演出旅游演出剧目268台,同比增长5.5%;

演出场次约8.6万场,同比增长19%;票房收入达51亿元,增长20%;观众达6821.2万人次,同比增长26.5%。旅游演出的好日子正逐渐到来——越来越多有深度文化体验需求的游客,愿意为旅游演出买单。在这股“东风”下,一部分商业模式已成型的运营商纷纷通过异地复制、轻资产输出、投资等方式“做大做强”。

宋城演艺品牌部相关负责人告诉记者,2017年以来,宋城演艺继续异地重资产模式复制,同时探索轻资产项目输出模式。自1995年《宋城千古情》成功演出以来,宋城演艺已在三亚、丽江、九寨、桂林实现了异地重资产模式复制,同时还先后签约了《上海千古情》《岭南千古情》《明月千古情》《黄帝千古情》等轻资产输出项目。

雄厚的实力,让宋城演艺摘得本次旅游演出机构十强榜首,并在票房收入排行榜十强中占据5席地位,2017年新开业项目《炭河千古情》也成为新增剧目票房收入榜“状元”。

华夏文旅近年来也发展迅猛,华夏文旅董事长夏春亭介绍,其通过“景区+演艺”模式异地复制,分别在山东威海、福建厦门、陕西西安等城市打造了文旅综合体,并在其中推出华夏文旅传奇系列演出。

谈及成功之道,夏春亭认为主要是“差异化”。华夏文旅首创了会“跑”

的旋转行走式看台,可以把观众送到每幕的最佳观赏位置,打破了“一面观众一面舞台”的传统观演模式,创新“中间是观众四周是舞台”的立体观演体验,打造了“会跑的实景演艺”。

## 演艺扎堆,马太效应凸显

记者了解到,虽然“千古情”系列、“印象”系列、“又见”系列、“山水”系列等的剧目和机构仍居于主导地位,市场上也出现了《知音号》《武则天》《田野狂欢》等优秀原创作品。

武陵有渔郎,缘溪觅桃源。溪流漫游实景演出《桃花源记》由梅帅元的山水盛典投资2.5亿元打造,于去年在湖南常德的桃花源景区内面世。观众在五柳码头乘一叶扁舟溯溪而上,溪流深处,晨读的孩童、骑牛的牧童、洗衣的妇人、戏水的顽童……桃源之旅如梦幻般地展开。

《桃花源记》项目负责人张剑锋介绍,该剧运营10个月以来,已累计接待观众8万人次,票房收入近2000万元。由于严格限制船只总数,每场演出最多能容纳500多名观众,“十一”期间《桃花源记》更是一票难求。

然而,旅游演出并非一片世外桃源,同质化竞争等顽疾一直困扰着这一行业。廖繁龙表示,一些旅游目的地旅游演艺扎堆,演出良莠不齐。“2017年,张家界市内旅游演艺项目扎堆,竞争激烈,仅知名旅游演艺就有6台,如《梦幻张家界》《武陵魂·梯玛神歌》《烟雨·张家界》等,其他小型旅游演艺更是无数。”

剧目的聚集让头部剧目更为突出,旅游演出行业的马太效应凸显,也进一步加速了市场的优胜劣汰。“一些热门旅游城市的头部旅游演艺占本地超过50%的票房收入。更有甚者,2017年,单单《宋城千古情》一台演出,占杭州旅游演艺票房收入的比例高达89%。”廖繁龙说。

关 注

# 未来景区,创造风景中的生活

□□ 本报记者 李铮

自1999年黄金周正式启动,中国旅游业开启了近20年的加速发展期。国民人均旅游频次从1989年的0.2次增长到2017年的3.7次。国内游从1984年2亿人次扩大到2017年50亿人次,而2017年旅游总收入达到5.4万亿元,旅游投资高达1.5万亿元。

改革开放的40年来,景区规模持续扩大,景区类型不断丰富,作为旅游经济的典型业态,市场支撑力和影响力日益扩大。截至2017年底,全国共有景区景点3万多个,A级景区10340个,其中5A级249个。从早期的山山水水和历史文化遗产,到主题公园的兴起,再到今天的古村古镇和历史街区,景区的内涵不断丰富,外延不断拓展,一直与旅游需求特别是观光旅游需求的变迁同步发展。国内游客消费结构中,景区游览的消费一直保持稳定增长。多年来,旅游景区一直是投资热点,在旅游类上市公司中,景区也是表现突出。

在资本、市场、文创和科技的多重推动下,欢乐谷、方特、长隆野生动物园、海昌海洋公园、乌镇、古北水镇、如家小镇……景区新业态越来越丰富,为国民大众的旅游休闲提供了更加多元的选择,高质量的景区管理也让老百姓玩得开心,玩得舒心。

10月17日,全国旅游资源规划开发质量评定委员会发布公告称,对9家达到5A级旅游景区标准的景区进行公示。

5A级旅游景区的建设与评定会极大提升景区的知名度与客流量,为所在城市带来涉及投资、就业、税收等多方面的益处,5A级景区的创建成为地方发展的重要成绩。同时,优质旅游资源的开发可以满足人们对美好生活的向往提供更多的可能。

10月18日至20日,在中国旅游研究院、中国旅游景区协会、安徽省黄山

市人民政府联合主办的2018未来景区发展学术研讨会上,中国旅游研究院产业所研究员战冬梅代表课题组发布的《中国旅游景区发展报告(2018)》指出,景区作为旅游业的基础支撑,其投资热点地位保持不变;企业对景区产业发展前景总体看好;景区企业愈发重视倾听游客对美丽景观、美好生活的诉求;景区游览消费稳定增长。

报告指出,过去的一年,国民旅游需求从早期对美丽风景的关注愈加转向对美好生活的体验与分享。景区总体上呈现观光旅游和休闲度假旅游并重、传统业态和新业态齐升、景区企业深耕细分市场的态势。

“景区未来的指向是新生活,新生活的基石是以新文化为核心与灵魂构建的新空间。”中国旅游研究院院长戴斌认为,这就需要把文化事业、文化事业和旅游业统筹起来,把旅游业、景区的发展与新农村的建设、历史文化街区的活化深度融合起来。

戴斌表示,在大众旅游、全域旅游新时代,文化和旅游融合发展新时代,游客的核心诉求正在从美丽风景转向美好生活,产业的基础动能正在从传统资源转向科技、文创和资本。新时代的变化正在倒逼旅游景区的资源开发理念、创新

动力和管理方式发生根本性的变革。

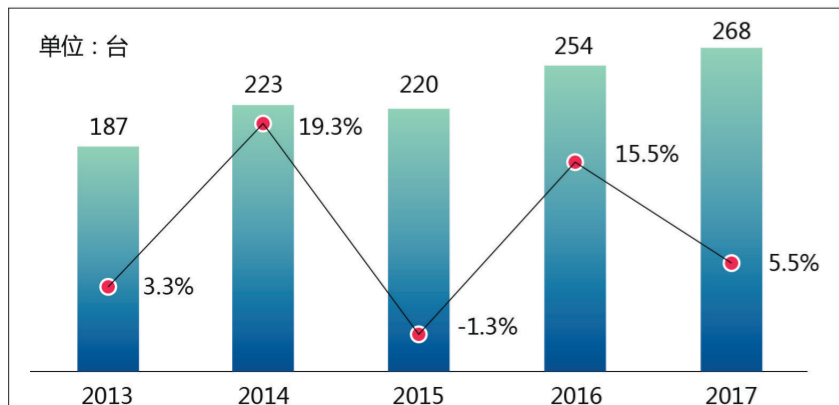
未来景区什么样,满足人民的需求是根本目标。位于海南三亚的大小洞天景区负责人表示,面对越来越多新景区的崛起,老牌景区也要不断提升品质、开拓创新。黄山市副市长李高峰在会上也表示,黄山市正以实施旅游品质革命为契机,加快推出一批有颜值、有气质、有品质的新业态、新产品,形成多业融合的旅游发展新格局。

同样关心景区未来的还有业界专家。世界旅游城市联合会首席专家魏小安在论坛上提出了未来景区发展的趋势:旅游景区产品总体上从单一型向综合性与复合型发展,在扩展上向目的地模式转换;在空间上逐步强化功能与“内容为王”;在时间上向全天候与全面内容转换;在体验上从观光向沉浸升级;在深度上向更精细化的情景规划与体验设计发展;在市场方面资源与区位优势融合发展。

戴斌说:“目前,中国还处于大众旅游发展的初级阶段,人民需要更多的公益性公园,需要更多的低门槛郊野公园。对于融入城市环境中的国有景区,特别是利用自然和历史文化资源的景区,应该更加强调其公益性,进一步下调门票价格甚至让市民和游客免费进入。我们应当,也有能力让更多国民分享旅游发展的成果。”



高质量的景区管理让老百姓玩得开心,玩得舒心。



2013年至2017年国内旅游演艺剧目数变化 (数据来源:道略文旅产业研究中心 制图:张海宁)