

疫情之下,文旅行业遭受了严峻考验。无锡市政府针对文旅消费市场推出惠企“新十条”,而对于文旅行业自身,如何转危为机,力求转型振兴呢?昨天,由无锡市委网信办、无锡市文化广电和旅游局、无锡市文旅集团、中国经济网(中经云端)主办,无锡广电集团新媒体中心、无锡太湖鼋头渚风景区承办的太湖云享第二期访谈在鼋头渚景区举办,来自旅游、餐饮、影视等领域的专家学者、行业负责人就“疫情之下,文旅产业如何迎接春暖花开”进行了探讨。

“云上”赏樱花、数字影视创作、社群平台外卖…… 看文旅产业如何迎来“春暖花开”



景区 延长逗留时间,拉动二次消费

时值“樱花季”,世界三大赏樱胜地之一的太湖鼋头渚风景区迎来了疫情之后的第一波旅游旺季。景区管理处主任史明东介绍,从3月上旬至月底,景区接待游客量人次已达到20万左右,其中大部分为江苏省内游客。虽然目前门票仍然占到收入的大部分,但其他消费的比例明显高于往年。与以往不同的是,现在赏樱不再扎堆在早上,有相当部分人是下午三四点来景区赏樱,从晨赏樱到暮赏樱,到夜赏樱,赏花游的方式也在逐渐改变。

拈花湾景区总经理朱唯丹介绍,拈花湾景区放飞了万只蝴蝶,成为三四月份旅游主题,接下来还会迎来五月花海绽放以及微笑广场开放,一系列主题活动和组合产品让游客在景区可以玩得更充实,逗留时间更长。

随着5G技术的应用,景区旅游不再局限于实地体验,这次“云赏樱”等新旅游方式的推出,使全国游客足不出户就能目睹无锡樱花的盛况。无锡市旅游行业协会会长王洁平说,如何延长逗留时间、拉动二次消

费都是景区转型的关键问题。疫情之后,景区要考虑突破传统旅游营销方式,以“线上+线下+社群”,即线上营销、线下体验、社群消费这种新的营销方式来拉动旅游市场。

无锡文化产业学会秘书长任广军认为,新的旅游方式总结下来就是“用空间换时间,用时间换时间”,通过5G和物联网技术让游客不再受空间局限,不到实地就能俯瞰樱花;延长赏花时间相当于延长了樱花花季,而晚间旅游更需凸显文化内涵,打造文化旅游氛围。

专家声音

VR技术的成熟和应用 将打破旅游发展空间

这次云享会邀请了两位云端嘉宾参与讨论。

北京大学文化产业研究院教授王齐国表示,未来,“报复性反弹”是必然的,自然旅游、情怀旅游等会出现人满为患的场面;餐饮业,特别是旅游目的地的餐饮也会增长。未来虚拟现实技术的成熟和应用会打破旅游的发展空间,让消费者体验到更高质量的体验。旅游产业至少要有三性,娱乐性、体验性、参与性,这三性都需要有5G技术支撑。

桂林旅游学院旅游管理学院院长高元衡表示,这次疫情给旅游业带来的短期影响非常大,但也孕育着未来发展的机会。一是促进旅游企业的科技进步,在线营销、在线服务、虚拟旅游、智慧旅游将成为未来旅游企业经营发展的重点;非接触式的旅游服务,基于移动互联网、大数据的自助旅游服务将受到人们的喜爱;二是健康旅游将成为新的热点,人们更希望在卫生、健康、宜居宜养的环境中旅游,在旅游中更注重养生、保健,对品质生活的需求使得在大健康+旅游方面迎来新的发展契机;三是文明旅游将更深入人心,大

家对公共环境要求会更高,旅游企业要更注重对厕所等公共服务设施的建设。

无锡市文化广电和旅游局副局长柳永红表示,疫情过后,文旅产业要考虑如何重拾消费市场信心,各单位在转型时 also 需练好“内功”。比如在安全用餐方面,如何推广分餐制和使用公筷等等。目前,很多旅行社选择疫情期间进行培训,适时拓展合乎现实情况的多种业务,比如推出省内自驾游和本地一日游等产品。经营模式上,旅行社也可以尝试转战互联网直播,比如抖音直播带货等。此次惠企“新十条”针对文旅产业提出了多项奖励和补贴措施,接下来在拓展市场、促进消费方面,相关部门也会为文旅产业单位争取更多的优惠政策和措施。

据悉,“太湖云享”分享活动是一个集思想交流、经验分享、智慧碰撞的开放式共享网络对话空间,旨在更广泛地凝聚各方面的智慧和力量,构建成网上网下同心圆,释放互联网的最大正能量。

(晚报记者 巫晓凌 马晟/文 受访者供图)

影视 网络电影的颠覆将是一个新转机

疫情期间,各大影院停业,无锡影视行业面临巨大冲击。而在网上,影视片观看热度不减,尤其是贺岁片《囧妈》在网上播出,引发了热议。无锡华莱坞文化产业管理集团副总裁朱玉皎认为,这也是数字文化产业的一次重大转机。从2019年开始无锡华莱坞就已在数字文化产业方面谋篇布局,力

求通过优质IP和现有产业溢出效应,结合文商旅进行创新发展。目前华莱坞已有八十多部影视剧立项,2部综艺节目签约,同比增长50%。华莱坞与华为合作创办5G数字影视创新中心,将使影视实现云拍摄、云制作,节省大量的成本。

近日,金庸“射雕三部曲”全产业链开发项目落

地无锡国家数字电影产业园。朱玉皎称,这个经典IP和世界著名特效公司结合,将来呈现形式除了线下场馆外,还将与VR、游戏和主题商业等完美融合。5G时代的到来,文旅产业将突破地域和空间的限制,衍生出千变万化的产业形态,消费者也可以获得全方位的体验。

酒店 自建社群平台,闯出突围之路

疫情之下,酒店如何自救?山水丽景大酒店总经理范燕霞说,此次危机促使他们寻求新的方式。以往,高星酒店的外卖率并不高,且外卖平台佣金要占去部分利润,山水丽景大酒店就自己搭建社群平台。到目

前为止,酒店已发展了32个社区和6家定点单位,一天的销售量过千。近日,酒店推出的肉松蛋黄青团、彩虹馒头大受欢迎,成了“网红款”。

古罗马大酒店相关负责人表示,卤菜外卖去年7

月就已开始,没想到却成了疫情期间酒店营收的“救命稻草”。以往2万元一天的营业额,现在能做到5万元一天,多的时候有6万元。有不少星级酒店也复制了这一模式,转战外卖市场。