

出行意愿旺盛 市场动力强劲

我国旅游业加速振兴,预计今年上半年国内旅游人数将达17.22亿人次,同比增长85%

□ 赵 珊

中国旅游研究院近日发布了《2021年第一季度旅游经济运行分析与上半年趋势预测》,今年第一季度的旅游经济运行好于预期,复苏向上的基本面更加稳固。预计今年上半年国内旅游人数将达17.22亿人次,同比增长85%;国内旅游收入将达1.28万亿元,同比增长102%。

旅游复苏势不可挡

报告显示,第一季度中国旅游经济稳步回升,消费信心进一步恢复,产业动能进一步积聚,产业政策进一步优化。其中,都市休闲、乡村度假齐热,红色旅游明显升温。各地文化和旅游产品推陈出新,游客注重本地深度游,包括城市周边民宿、高端酒店、博物馆、美术馆、图书馆、历史文化街区 and 休闲游憩步道等

休闲体验空间不断扩展。

旅游业界纷纷看好“五一”假期。去哪儿数据显示,今年“五一”机票预订量已大幅超过2019年同期,与2020年同期相比,增长超过25倍。携程预计,即将到来的“五一”假期有望成为“史上最热黄金周”。

中国旅游研究院院长戴斌介绍,第二季度是传统的出游旺季,包含清明、“五一”、端午三个公众假期,很可能会成为旅游抗疫的战略转折点。从清明节假期的数据来看,全国国内旅游出游1.02亿人次,按可比口径同比增长144.6%,恢复至疫前同期的94.5%,实现国内旅游收入271.7亿元,同比增长228.9%,恢复至疫前同期的56.7%。未来3个月内有出游意愿者占83.19%,城乡居民的旅游消费心理开始从谨慎转向积极。从旅游目的地搜索量、

航班和酒店预订量等先行指标来看,国内游有望在“五一”期间接近或者超过2019年同期水平。旅游产品将从目前的“价量双低”走向“价低量高”,局部地区和个别行业可能会出现“价量齐升”的情况。报告建议,各地应抓住“五一”、端午假期,以游客满意为导向,引导旅游市场健康有序发展。

红色旅游热情高涨

今年红色旅游持续升温。江西井冈山、陕西延安和河北西柏坡等红色旅游景区受到游客青睐。不少红色景区推出“红色主题游+历史人文游+秀美山水游”的组合线路,游客既可欣赏到红色旅游带来的人文情怀,也可体验生态之旅,旅游体验度大幅上升。

来自同程旅行的最新统计:遵义、古田、西柏坡、韶山、

延安、井冈山、嘉兴、上海等拥有中国共产党发展历史、抗战历史及解放战争等历史遗迹和纪念馆的知名红色旅游目的地颇受关注。红色旅游将成为“五一”出行的热门。第二季度红色旅游市场将逐渐升温,在“七一”前后形成高峰。

文化和旅游部部长胡和平日前在中共中央新闻发布会上介绍,近年来,人们学习革命历史、感受革命文化的愿望日益强烈,参观革命旧址、纪念馆、博物馆蔚然成风,红色旅游逐渐发展起来。2004年~2019年,全国红色旅游资源不断扩充,越来越多的珍贵革命文物与游客见面,每年参加红色旅游的人次也从1.4亿增长到了14.1亿,许多红色景点成为中老年人重温激情岁月、感悟时代变迁的体验地,成为年轻人聆听红色故事、致敬英雄模范

的“打卡地”。

围绕庆祝中国共产党成立100周年,文化和旅游部将推出“建党百年红色旅游百条精品线路”,举办红色故事讲解员大赛,组织优秀讲解员进机关进学校进部队、讲述红色故事等活动,还将组织红色研学旅行、举办大学生红色旅游策划创意大赛等活动,积极引导青少年追寻先辈足迹,切身体验奋斗历程。

智慧旅游引领创新

疫情后全面复苏的大众旅游正在进入持续增长、需求分类与消费分层的新阶段,能够激发出游动机、满足品质化和多样性消费的创新产品需求潜力巨大,智慧旅游将引领产业创新。目前已有九成游客体验到旅游信息化服务,包括在线预定、个性化定制、无纸化入园、电子支付等。

文化和旅游部资源开发司、中国旅游研究院近日联合发布的《全国“互联网+旅游”发展报告(2021)》显示:“互联网+”已成为大众旅游新场景、智慧旅游新动能,互联网和数字化更成为智慧旅游的基础设施、大众旅游的生活内容和消费场景。游客消费的互联网渗透率稳中有升,在线旅游消费总额已经达到万亿级别。

戴斌认为,由AR、VR和AI推动的“云展览”“云演艺”“云旅游”“数据博物馆”等虚拟体验产品,已经实现了从概念导入到市场接受的过程。“互联网+旅游”不仅为供求双方架起了高速公路,还为旅游产业织就一个经纬交织的生态网,带动生态网节点上的市场主体和消费主体共融共生。跨界而来的科技企业将会颠覆传统旅游领域的生产方式,为文旅融合高质量发展提供全新的动能。

行的最后一公里,弥补消费者在线上买花时缺少的直观感受,和线上销售渠道形成互补。”弗洛花园公司总经理李茂熔觉得,鲜花电商一样有行业痛点,“用户只能在固定的时间收花,或者一次性订购但要等几天,有的消费者当下就想用鲜花点缀生活或工作环境,这种等待会让购物的快感消磨殆尽。”

随时随地分享新鲜事的女性App,也在不断挖掘鲜花快销的可能。据统计,过去一个月,小红书以“鲜花”为主题的笔记达到1.53万篇,总收藏数超过50万次。春节、妇女节,用户对鲜花创作抱有极高热情。

能贩卖鲜花的自动售货机,能开展花艺培训的线下体验中心,为了迎合公众的鲜花消费期待,弗洛花园还把有人值守的“鲜花超市”建设提上了日程。“线上渠道迅猛发展,也加速了线下实体的升级迭代,传统经营方式的花店将被淘汰,我们做的是突破现有鲜花业态,提供全品类鲜花零售服务。就像大家爱逛的宜家,今后在鲜花超市里,仅玫瑰品种就能达到40多样,顾客所想的,我们都能满足。”李茂熔说。

提供全品类服务,全渠道鲜花质量和性价比是关键。李茂熔介绍,弗洛花园将直接从花农处购买鲜花,通过空运发往全国分仓,仓库建有冷藏、恒温生产车间、自动化流水线设备等,鲜花经过加工处理后被直接放到各平台售卖,保证

最大程度减少人工对鲜花的影响,整个流程时间大幅缩减,价格因此能够更亲民。



河北迁西:芝樱花海醉游客

近日,河北省迁西县旧城乡北孙家峪村大黑汀水库东岸500多亩芝樱花竞相绽放,吸引了众多游客前来赏花。图为迁西县大黑汀水库东岸的芝樱花(无人机照片)。

新华社记者 杨世尧 摄

鲜花经济前程似锦

从看花到买香薰产品,从线下买花到线上订花,鲜花消费变成了一种生活方式

□ 郭静原

春回大地,花开满园。花开正好,弥漫着美好生活气息的“花经济”犹如春花一般兴盛起来。如今,赏花、买花、摆弄花艺已不再是专属中老年消费者的爱好。随着各种网红打卡地、时尚花艺、悦己文化的流行,越来越多的人成为鲜花消费人群中的一员,沉醉于色彩斑斓的花花世界。

是花非花 激活城市IP

老家在江西婺源,已在北京朝阳区一家建筑设计公司工作3年的程潇宇表示,过去几年,总有一件事儿困扰着她:“身边的朋友都知道婺源油菜花,都来问我婺源有什么油菜花特产可以留作纪念,我心想,油菜花确实浑身是宝,能榨油、能酿花蜜,可惜都不好携带,都不能算是完美的纪念品。”去年“十一”假期,回家探亲的程潇宇和家人一起去婺源篁岭小镇逛了一圈,7瓶油菜花香氛是她此行最中意的“战利品”,“篁岭开了一间以油菜花为主题的文创小店,之后我还在婺源高铁站、江湾镇看到了它的分店,香水、T恤、随行杯、包袋……这样的纪念品才是我想要的!”程潇宇口中的文创小店,是2019年10月在篁岭景区开

张的首个以油菜花为题材的文创IP店铺“Yellow Flowers黄花花”。2019年春天,黄花花创始人易苗在婺源考察时被遍野的油菜花深深吸引,随即开展关于“黄花花”的美术创作。“法国有着名的薰衣草之乡普罗旺斯,中国也有金色的油菜花海婺源。我们致力于对油菜花IP的开发,首先打造出‘黄花花’艺术符号,再尝试创意产品研发,与相关加工企业合作进行量化生产,从而打破花期靠天吃饭的限制,留住春天的味道。”易苗表示,今年入春以来,婺源油菜花海陆续吸引了万千游客的到来,而138元一瓶的香氛产品,仅黄花花篁岭店铺,周末单日就卖出270多瓶。“我们还接到来自江西崇义、甘肃武山等6个县市的邀约,将根据当地特色研发新的油菜花文创产品。”易苗说。种的是花,卖的却不是花。“花经济”绽放,游客体验到以花卉载体的本土文化,感受到花卉外延的城市文化品牌。不只是油菜花,樱花、茉莉花、牡丹花、玫瑰花、海棠花……城市IP有了新载体,文旅消费有了更丰富的空间场景。“现在的赏花游不再是单纯去景区走走看看,而是通过对文化内容的开发,带动各种花主题产品层出不穷,围绕‘花经济’产业游矩阵式发展,提升花的附加值。”

易苗说。

鲜花电商 引领生活美学

看花的人络绎不绝,买花的人也熙熙攘攘。这时候,懂得设计、会讲故事的鲜花电商正大行其道。

家住北京丰台区马家堡街道的万婷婷关注了好几个鲜花电商的微信公众号和App,“刚开始接触电商平台买花就觉得方便,页面上有详细的品种介绍和养花知识,同城速递订单二三个小时后就能收货。后来看到一些平台在做‘每周一花’的活动,能体验拆盲盒一般的快乐,包月下单还不到100元。买花已经成为我的生活习惯”。

几年前,对于女性而言,鲜花还是奢侈品,只有在特定的节日,才能收到新鲜的花束。而随着“她经济”“悦己文化”的盛行,花加、花点时间、爱尚鲜花等鲜花电商平台走红,年轻女性对鲜花的美学属性及其给生活增添的趣味感都有自己的独到见解,个性化、多元化、差异化的鲜花消费倾向日益上扬。

数据显示,2019年,鲜花电商市场规模达535.1亿元,同比增长30%。据海关总署统计,2019年我国花卉进口额2.62亿美元,较上一年减少0.24亿美元,这是自2010年以来首次出现下降。本土花卉的竞争力及产品质量优势更加明显,消费

趋势正由进口转向内陆自产自销。鲜花电商市场交易规模值得期待,2020年达700亿元以上,再创历史新高。

“鲜花消费变成了一种生活方式,目前,花点时间品牌的年度用户留存率已提升至60%以上,且用户年轻化趋势明显。前几年主力用户是25岁以上女性,现在18岁~25岁年龄段增长非常快。”花点时间品牌负责人张琳说,消费者对鲜花的了解越来越专业,对鲜花平台的要求也越来越高。

“鲜花电商开辟了礼品鲜花之外的新消费场景,提供更具性价比的‘日常鲜花’产品。与此同时,消费者审美升级,鲜花消费场景也在增多,完整的用户洞察机制亟待构建。”张琳说。

线上线下 打通新零售渠道

坐标北京,地铁进站拐角处的自动售货机里,除了饮料、零食、口罩……还能有什么?还有鲜花。

这些鲜花自动售货机(鲜花驿站)来自北京弗洛花园文化发展有限公司,里面的鲜花价格基本在19.9元~39.9元不等。每束鲜花都有自己的专属二维码,扫码后,消费者可以获取花语、养护方法、生产信息等。

“驿站里的鲜花每1天~2天更换,目前我们在北京70个点位进行了布局,聚焦人们出

旅行盲盒不能真的“盲”

□ 陈文杰

给你一张不知道目的地的机票,你敢踏上这趟未知旅行吗?近期,火爆市场的“盲盒经济”蔓延到了旅游行业。在线旅行预订平台、航空公司纷纷推出各种类型的旅行盲盒,“98元机票盲盒”“199元未知目的地机票盲盒”等旅行产品纷纷亮相,每每推出市场便引起热抢,甚至导致预订系统一度瘫痪。

据了解,这些旅行盲盒类产品除了机票之外,还包括酒店、优质景区免费门票等,种类随机多样,开盒全凭运气,而且一些旅行盲盒还有“未预约全额退”的灵活条款,这也让消费者更无后顾之忧。旅行盲盒受到追捧,也在情理之中。

然而,看似火热的旅行盲盒,实际出行率让人存疑。毕竟,这是一个从开始就要摇骰子的游戏,如同飞行棋一般,只有摇到你想要的数,才能够“起飞”。正如之前的“随心飞”一样,这类同样带有随机性的产品,都有较为严格的时间限制,而时间恰恰是消费者最在意的考量因素。“随心飞”变“套路飞”,这种情况同样有可能会发生在旅行盲盒里。这值得警惕。

仔细看,旅行盲盒只是一

种套用“盲盒经济”的营销手段。它既是疫情下文旅业积极自救的新产物,也是文旅业创新消费形式的新尝试。初衷与目的都是为了应对疫情给文旅行业带来的滞销影响。但是,盲盒经济与文旅业联姻,还需要多摸着石头过河。

眼下,旅行盲盒虽然颇得人心,但这也是基于价格优势以及包退货的基础上。同时,不同于传统盲盒玩具可以获得实物,旅行盲盒更像是一张二次兑换券,其中有太多的随机性与未知性,这能吸引一部分人,而盲盒的“盲属性”,其实也变相地为商家提供了可暗箱操作的空间,这也能吓退更多的人。如何监管到位,确保公平公正,是旅行盲盒亟待解决的问题。

另外,若疫情结束后,这些原本是为解决滞销而生的旅行盲盒,此时能否满足常态化的消费需求呢?比如,廉价的盲盒机票绝大部分都是尾仓机票,这对于航空公司和平台来说基本没有太多利润空间。如何让旅行盲盒不只是解决滞销的工具,而是更好激发消费者需求,这同样需要花费更多的耐心去打磨产品、优化服务,唯有此方能赢得消费者的“芳心”。

产经快讯

北京商业航天产业基地揭牌

本报讯 北京商业航天产业基地日前正式揭牌,16家商业航天企业集中签约。据悉,基地将汇聚卫星应用、信息技术、航天材料和先进能源、航天特种技术应用等配套企业,形成全产业链布局发展。

近日,首届北京商业航天发展大会在北京市大兴区举办,业内专家围绕“构建商业航天生态”“新基建时代的卫星互联网发展展望”等共谋商业航天产业发展之路。

大会上,北京商业航天产业基地揭牌。北京市大兴区常务副区长高念东介绍,基地位于大兴区安定镇,紧邻京台高速公路,距北京大兴国际机场12公里,交通路网通达。基地总面积约600亩,以基地为核心区,全力打造航天特色产业生态;以周边产业基础相对成熟区域为先行承载区,先期改造利用闲置厂房,落地航天产业项目,促存量工业用地转型升级,同时利用现有兴创国际

中心、兴创总部公园等同步引入总部型企业落地。高念东表示,基地将围绕商业火箭研发、关键零部件、系统集成以及卫星互联网示范应用等领域,汇聚卫星应用、信息技术、航天材料和先进能源、航天特种技术应用等配套企业,形成全产业链布局发展。同时,建立商业航天企业孵化、共享、创新平台,营造航天产业节约集约、协同共享、创新发展的良好生态。

据了解,北京市经济和信息化局在大会上推介的《北京市支持卫星网络产业发展的若干措施》提出,“十四五”末,北京将构建具有引领性的卫星网络星座和运营平台,形成卫星网络标准体系,拓展一批卫星网络重大应用场景,打造覆盖火箭、卫星、地面终端、运营服务及核心软硬件、系统运控的卫星网络全产业链,培育北斗创新及融合应用的产业生态。

(杜 燕)

“岳麓峰会”折射湖南数字经济“新蓝海”

本报讯 以“智链新百年云聚新高地”为主题的2021互联网岳麓峰会近日在长沙举行。人工智能、智能制造、数字文创、数字新消费、工业互联网等新业态正涌入湖南数字经济浪潮,抢抓发展机遇。

数字经济是经济转型增长的新蓝海和“后疫情时期”经济复苏的引擎。地处内陆的湖南省近年抢滩布局数字经济,移动互联网产业连续7年保持高速增长,数字经济规模突破万亿元,已渗透到无人驾驶、灯塔工厂、智慧城市、农业生产精细化管理和远程医疗等生产、生活领域。

“中国十大新锐游戏企业”湖南草花互动科技股份有限公司已实现自研手游产品和本土人才培育,自2015年来营收保持连续六年增长。“长沙大力推进数字文化产业,提供丰厚创业环境和创意主张,引得大批知名互联网企业签约而来。”曾在上

海从事游戏行业19年的草花互动董事长戴建清说。统计数据显示,截至2020年,已有CSDN、万兴科技等超过50家知名软件和互联网企业在湖南设立了全国总部或区域性总部。

《湖南省数字经济发展规划(2020—2025年)》明确,到2025年,湖南数字经济规模要进入中国前10强,突破25,000亿元。湖南近年还先后颁布支持移动互联网产业、5G产业发展等政策措施,发布工业互联网App、大数据、人工智能等6个产业行动计划。当前,湖南经济社会发展亟须充分运用互联网新技术、新模式、新理念推动产业转型升级、提升经济质量效益,推进治理能力和治理水平现代化。湖南期待以岳麓峰会汲取产业、创意、人才、创新等优势,塑造高质量发展新动能。

(唐小晴 傅 煜)