

# 三招破解小长假景区“人痰”

## 1 景区控流结合门票预约

“五一”小长假的恢复,使各大热门景区迎来了客流高峰。为了把控客流量,避免拥挤踩踏等事件发生,保护景区环境与基础设施不被破坏,实行游客限流已经成为国内多个热门景区的重要手段。据了解,北京、上海、湖北、陕西、浙江、安徽、山东、成都等国内各大省市的热门景区都在“五一”小长假期间实行过限流措施,不过一些景区依然“人满为患”。北京商报记者注意到,有部分核心景区通过预约购票的方法严格把控游客量,例如北京故宫景区,早在假期头天,就已经发布公告,提示游客5月1日-4日的门票已全部售完。预约门票制度有效预控了景区的人流。

中国旅游研究院副研究员吴丽云指出,从景区方面而言,实行游客限流是基础手段也是必要手段。景区设置人流上限标准,其实也会对游客的旅游体验造成负面影响。因此,国内景区应该重视推行门票预约制,将门票预约制与景区游客限流相结合,才能更有效地规避拥堵等问题。另从游客方面来看,旅游企业及旅游行政相关部门应该做好节假日提前预警和疏导工作,并运用大数据、互联网科技等技术手段,将国内核心景区以及冷温景区的游客量实时地反映给游客,进行适度引流。

## 2 加强冷温景区流量引导

看够了“人山人海”、受够了“进退两难”,节后错峰游成为游客出行的新选择,而冷门小众目的地也开

始受到关注。但值得一提的是,目前国内多数OTA以及旅行社旅游产品供给虽然较全,但关于主打假期错峰游的产品却并不突出,且针对冷温景区的产品推广力度也不明显。对此,中青旅首席品牌官徐晓磊坦言,“假期旅游景区拥挤问题,需要政府相关部门、旅游企业以及媒体共同介入。除鼓励消费者在有条件的情况下选择错峰游外,针对假期,相关部门可做好出游预警,通过运营商面向游客进行直达推送,不断提示消费者哪些景区会成为热点,具有拥堵风险”。徐晓磊认为,景区景点应该在旅游接待和道路交通的管理上做优化,并不断进行提升。尤其是冷温旅游景区,由于大部分消费者对冷温景区的认知度不高,因此这些景区应该加强节假日前期、中期的宣传,提高知名度,以吸引更多游客。

此外,徐晓磊还指出,大众对旅游产品的需求旺盛,但基于国家放假制度,能选择错峰游的游客量是有限的。旅游企业需进一步加大假期旅游产品的供给。目前,业内部分旅游企业可以有效从大数据和营销层面针对游客搜索内容和旅游需求进行产品供给,这样可以有效避免资源浪费。

## 3 进一步落实带薪休假制度

“近14亿人口的大国,每年平均4次的国民出游率,如何做到人民群众‘有得游、游得起、玩得开心、玩得放心’这是世界旅游业发展历史上没有遇到的发展中难题,也必须以发展思维加以解决。”中国旅游研究院院长戴斌认为,从长期来看,需要回应人民群众优化节假日制度的迫切需求,国家有必要采取强有力的措施落实带薪休假制度。

对此,旅游业资深专家王兴斌指出,目前我国在带薪休假方面的引导性政策不多,因此短期内很难对缓解小长假、黄金周的旅游拥堵情况形成积极影响。国家应该对大型国有、民营企业以及外资公司就带薪休假提出更加严格的要求。对于中小型企业,可以从税收政策上给予一定优惠,通过这种辅助手段,推动带薪休假实施。

首旅集团董事长段强此前也曾呼吁研究分时度假,分流人群。段强指出,虽然这些年一直呼吁带薪休假问题,但落实得不太好,应该完善带薪休假制度,扭转我国当前过于集中的排浪式旅游方式。北京商报记者 武媛媛

## IP助推文旅融合 驴妈妈整体亮相第14届文交会、第11届旅博会

4月27日,由文化和旅游部、中国国际商贸促进会、浙江省人民政府主办的第14届中国义乌文化产品交易博览会和第11届中国国际旅游商品博览会在义乌国际博览中心同期举行。作为文化和旅游部组建后全国范围内首次同期举办的两大展会,本次展会设有文创馆、非遗生活馆、省市馆、美丽乡村馆、电子竞技馆、动漫娱乐馆等10个展区,共有1277家企业和机构参展,分别来自境内29个省(区、市)以及德国、匈牙利、拉脱维亚、委内瑞拉、朝鲜等18个国家和地区,展品来自77个国家和地区。

驴妈妈集团作为文旅产业一站式服务专家,此次集结驴妈妈旅游网及奇创智慧旅游集团旗下鲸鱼文创、星擎文化集体亮相本届文交会及旅博会,备受关注。

会上,驴妈妈集团旗下奇创智慧旅游集团副总经理任国才受邀出席“世界旅游联盟·义乌对话”并发表《IP引领旅游目的地创新发展》主题演讲,演讲中任国才分享了驴妈妈集团IP公式:文旅IP=品质旅游+文化故事+知识产权,并以浙江嘉善县大云镇为例,阐述驴妈妈集团的IP打造经验、运营方法及取得的成效。任国才表示,文旅项目能否成功不在于投资规模,而在于有没有IP。旅游目的地高质量发展,业态是生命力,IP是竞争力,运营是生产力!

### 文创新势力 鲸鱼文创首次参展文交会

奇创智慧旅游集团旗下鲸鱼文创作为国内顶尖的旅游IP文创产品一站式服务商,以“旅游方法论”塑造人格化品牌形象,以“原创设计”打造特色文创商品,以“游客时空体验”创造美好情景空间,迎合与引领新时代客户年轻化的消费需求,让品牌在年轻群体中迅速占领先机。本次参展,鲸鱼文创对华山景区“华山吾侠”IP挂饰、旅行用品等系列文创商品,和平古镇



“和老爷一家”IP、“黄氏家文化”、“傩舞”、“和平四景”文具、服饰、家居等系列文创商品;“安吉帐篷客·茶理二世”、“秘境九龙·五朵金花”农副产品文创包装系列产品,以及数十款IP形象、场景设计进行展示,吸引了众多政府、企业及消费者前来观看与交流。

### 出席文旅商品授权采购洽谈会 星擎文化宣讲“文旅IP心机”

在展会第二天举行的“文旅商品授权采购洽谈对接会”上,星擎文化运营中心总经理顾超群代表驴妈妈集团出席并做《文旅IP心机》主题分享,顾超群表示,在当下流量为王的时代,当我们在惊叹强IP给普通产品增加品牌溢价的时候,不能不考虑“生活化、高频率、性价比、有意思”这四个条件。星擎文化作为奇创智慧旅游集团旗下文旅行业的内容运营团队,本身就充当着文旅IP的孵化器和翻译器,专注于文旅项目轻资产运营,在业内创新引入娱乐造星模式,由IP经纪人通过孵化、代理和经营,持续挖掘文旅内容的经济和文化价值,为旅游目的地注入有趣的灵魂,打造

文旅IP巨星。目前,已成功运作嘉善大云云宝IP,从形象运营到内容运营、从渠道运营升级到场景运营,搭建完整的IP内容矩阵,用音乐剧、绘本、动画片等来为IP赋能;以“萌王节”等主题性活动为IP进行事件引爆;今年以24节气馆、房车营地为代表的落地产品来补充大云当地的旅游产品业态。并且从去年开始,“云宝”就以备案授权的方式免费给镇域内旅游协会、商会会员使用,比如农产品、旅行用品等文创产品及旅游纪念品的开发。

### 奇创——

#### 打造文旅目的地发展全生命周期服务商

奇创智慧旅游集团隶属于驴妈妈集团,深耕文旅产业发展15年,不断探索实践文旅目的地高质量发展新打法。坚持以实效赢尊重,以创新谋发展的理念,依托战略咨询,策划创意、体验设计、产品开发、IP文创、内容营销、智慧科技等卓越能力,针对乡村振兴、特色小镇、农旅文、景区提升、文旅IP开发等领域,开创从系统规划到科学运营的全生命周期服务,截至目前已累计完成2000多个品牌项目,研发推进帐篷客、歌璞、歌谣等多个集团自有IP产品落地,项目足迹遍及全国,为众多政府、开发商、景区挖掘并创造可持续的价值增值,是中国旅游实效咨询的领军企业与旅游IP创意落地的实践者。

此次奇创智慧旅游集团多队人马集体亮相第14届中国义乌文化产品交易博览会和第11届中国国际旅游商品博览会,在展现集团产业链优势的同时,也积极响应本届活动“以文促旅、以旅彰文”和“宜融则融、能融尽融”的理念,以及“融·创·美”的核心主旨。在文旅融合的时代背景下,奇创也将进一步探索如何通过文化发现创造价值与旅游体验分享价值有机结合,讲好“诗和远方”故事,打造文化和旅游融合发展下的“中国IP”。