

长城文化带

文旅赋能 突破“一爬了之”

多年来,长城也许是旅游者“必去”的打卡地,但绝对不是能够反复游玩的度假胜地。如何让长城摆脱门票依赖、刺激多次消费、延长游客停留时间等,成为旅游主管部门以及长城景区运营方都在考虑的问题。长城IP的变现仍是路漫漫而修远,但借文化给旅游赋能已成为业界共识,剩下的就是如何把对的事情做好。



先行 “文+旅”探路者

今年4月《北京市长城文化带保护发展规划(2018年至2035年)》(以下简称《规划》)出炉,明确切分出沿河城、居庸路、黄花路、古北口路和马兰路五大组团来保护开发。在五大组团中,古北水镇和金山岭长城借资本之势,在近几年内迅速成为长城文旅融合的探路者。

在古北水镇的宣传语中:“长城脚下的水镇”、“长城脚下的星空小镇”等都可看出:“长城+水镇”就是这一景区的最大卖点。借助水乡文化和司马台长城,古北水镇耗资打造出多样可供游客观赏体验的旅游项目,巩固其精品旅游度假目的地定位,例如夜游长城、灯火秀、无人机孔明灯、长城瑜伽等。

整体来看,古北水镇作为开放式小镇,日常生活所需配套设施较为齐全,住宿方面有多家星级酒店、精品酒店以及特色民宿。并围绕长城核心文化内涵,扩大景区文娱业务外延。另外,古北水镇投资方还与地产开发商龙湖地产合作,共同打造房地产项目“龙湖·长城原著”,拟通过地产板块实现资金快速回流。

但需要关注的是,虽然古北水镇旅游经济做得火热,但在长城文化融

合上颇受业内争议。对此,中青旅首席品牌官徐晓磊指出,在长城文旅产品布局上,古北水镇除基本的爬长城外,也有背靠司马台长城的长城剧院,开发了夜游长城等升级项目,并且还会推出以修长城为主题内容的长城研学产品。

同一组团中,金山岭长城也在提升旅游综合消费业态,丰富体验度假项目上则下足了功夫。“万里长城,金山独show”,近期以“在长城上的电音节”为噱头,阴阳音乐节落地金山岭长城。活动期间吸引了众多电音爱好者,也让金山岭长城借此赚足了年轻客群的关注度。

近两年来,金山岭一直在完善景区配套,早前引入悦榕酒店和度假村旗下悦苑品牌酒店,持续向旅游度假区转型,进行多元化模式探索。业内认为,金山岭长城承接音乐节活动,利于贴近年轻客群,增加景区知名度和曝光率,在发展方向和运营模式上,成为文旅融合新突破。但另有知情人士透露,金山岭文旅项目仍不完善,吸客、吸金力还不够强,且在转型过程中需要大手笔投资,未来在人气和资金方面恐面临不小的压力。

众所周知,长城文化带主要包括三个重点,即“长城、文化、带”。长城学会副会长董耀会指出,目前单从门票经济上看,其他长城组团基本都不可能超越八达岭,但当下消费者对旅游的需求更多体现在体验、度假方面,长城组团应该形成各自的旅游特色,谋求长远发展。为此,北京商报记者也实地探访多个重点长城景区,了解到不同长城组团的发展路径以及面临的挑战。

在诸多知名长城中,被称作“玉关天堑”的八达岭长城由于开放时间最早,拥有知名度最高,常年占据长城景区游客量榜首。数据显示,2018年度八达岭长城接待游客高达990多万人次。大量客流带来丰厚收益的同时,景区承载力遇考、安全隐患以及游客体验感不佳等问题日益凸显。为此,八达岭长城景区自今年6月1日起,开始实施全网络实名制预约售票,并试行单日游客总量控制,每日最大流量为6.5万人次。

作为极具代表性的长城景区,八达岭长城最早在景区开发、运营模式、文化体验等方面,成为其他长城景区的开发参考模板,并形成带动作用。但是经过多年发展后,目前的八达岭长城景区仍主要依靠长城观光游览的门票经济,在文化挖潜方面,缺乏国家级高水平的长城文化博物馆、展示馆等载体,缺乏为游客带来可听、可看、可参与的鲜活文化形态。此外,行业对八

达岭长城文化的研究还比较零散,民俗、非物质文化方面的调研与延伸还比较欠缺。

对此,董耀会指出,八达岭长城通过几十年的发展,已经被塑造成为国家品牌,是长城旅游景区中最典型的观光旅游景点。之前由于八达岭长城的游客量无限制地增长,接待承压,最终迫使景区实施限流和全网络售票,牺牲近40%的旅游人口红利以保护长城景区环境,保障游客游览体验。需要注意的是,现阶段,以长城观光游览项目为主的门票经济已经发展到极致。在旅游业消费升级的大环境下,八达岭长城应该从单一的业务运营向多元化文旅业态转型,为游客提供更多能玩、能吃、能住的旅游服务。

“八达岭长城主要面向国内旅游人群,其‘龙头’地位和吸客能力无可厚非,其同一组团中的居庸关长城游客量同样居高。但这两座长城都以一日游游客为主,而慕田峪长城的客群定位上其实与之有所不同,外国游客、高消费客群比例更高,且虽然景区内部开发受限,但对周边乡村度假民宿带动能力较强,形成了环长城的多个特色民宿村落,不同于八达岭的一日游景区和统一建设运营的古北水镇,慕田峪长城风景名胜区与当地原著民共生,共同发展,正努力打造慕田峪长城国际旅游小镇。”慕田峪景区相关负责人告诉北京商报记者。



探索

错位揽客术



先行

“文+旅”探路者