

旅 业视点

人在家中坐 景从手机来

本报记者 刘圆圆

受新冠肺炎疫情的影响,如今的景区少了摩肩接踵的游客,却多了另一种身影,他们拿着一部部手机,带着无数网友开启了“云旅游”。

5月19日,“中国旅游日”到来之际,文旅部开展“万名导游带你云旅游”直播推广活动,很多有影响力的导游都在景区现场开启了直播。



5月15日,肥西县柿树岗乡村民通过“云上”直播表演当地传统非遗文化项目莲湘舞。新华社发

“云”上观景需求暴增

“不能出门,我就关注了几个旅游主播,跟着他们去各种地方,看以前没来得及看的风景。”最近,居家办公的赵琦成为了“云游客”,一边在网上四处“打卡”,一边为自己以后的出行规划线路。他关注的主播身处全国各地,徽州的古村落、杭州的西湖边、黄山的奇松怪石尽收眼底……“等疫情过后,我一定要到这些地方去看看。”赵琦对记者说。

比起四处“打卡”的旅游博主,来自北京的“旅游达人”沈飞则更喜欢看专业导游的讲解,“他们具备更多旅游知识,也更擅长讲故事,不管是讲趣事笑谈,还是讲人文历史、传统习俗,每场直播都干货满满。”

在携程平台上,一位金牌导游通过一镜到底式全程讲解,为观众解读场馆的设计理念、建筑背后的寓意巧思。抖音上的网红导游“杭州小趣”,则因直播风格幽默,常常讲有趣的故事和历史小知识,收获了1000多万粉丝。

据《2022新旅游消费趋势报告》显示,“直播云旅游”已经被超过一半的Z世代年轻人所接受。《“五一”抖音旅行报告》显示,今年“五一”假期,2.5亿人次在直播间跟着导游打卡景点;网友宅家观看旅行视频,做了38.5亿次“云游”。

旅游企业触网转型

“云旅游”为人们打开了看世界的“一扇窗”,也为旅游商家带来线上线下融合发展的新机遇。游客无法远行,旅游商家、泛旅游品牌便主动“走出来”。

“作为黄山网红景点,今年以来,西海观光缆车共直播110余场,吸粉5000余人,累计点赞数突破400万次,单场最多观看人数突破1万人。视频里,小火车在奇松、怪石、云海穿梭,巨大的视觉冲击力,让不少网友表示想亲自来黄山体验下网红小火车的魅力。”黄山风景区宣传部副部长葛旭芳介绍,疫情期间,黄山旅游股份积极推进“云”举措,探索宣传营销新路径。“‘云游’尝试,既

为景区自有品牌建设及品质提升搭建了全新的运营场景和展示平台,也为疫情后吸引消费者走进山岳、亲近自然、放松身心,深入了解景区文化和历史提前“种草”。

“2022年4月21日,黄山景区以‘云开疫散,情满黄山’为主题开展直播,并与千里之外的陕西省华山景区进行了同屏直播,两大名山的主播隔屏互动,共同邀约网友,互送福利、互相种草。”葛旭芳告诉记者,这样一场直播过后,也打开了景区互动直播的思路,或许也会引来多方合作伙伴。“我们非常高兴能与更多的景区实现这样的友好互动,相互‘种草’。”

其实,不止黄山景区发力直播,国内各地都在为促进“云旅游”另辟蹊径。

“五一”期间,山西省太原市的文物景区和博物馆推出多场直播吸引超过100万人次观看;上海野生动物园连续20多天带观众逛园区,看老虎、猴子、斑马等野生动物,近30天直播间累计观看人次已超千万;山东开展了300余项“云旅游”“云演艺”“慢直播”等线上活动,陪伴人们“云游齐鲁”……

与此同时,各大旅行平台也加大了线上内容投入,直播、纪录片、线上活动等为用户呈现云端旅行的体验内容。“五一”期间,携程、途牛、飞猪等各大旅行平台推广直播渠道,不少商家入驻平台,个人、景区、酒店、品牌商家都通过线上渠道收获了大量客户。4月,商家已在携程平台上开播超1500场,用户观看量同比去年同时段提升82%。

提前种草 为日后旅游打基础

在业界专家看来,“云旅游”开启了“种草”功能,让潜在的旅游爱好者接触到更多旅游信息,更好地制定旅游计划,在疫情得到缓解后实现从“云端”走向现实,为旅游业恢复发展打下基础。

“‘云旅游’不是一个新概念。”中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏表示,大约在10年前,这一概念已经受到关注。当时的“云旅游”,主要指利用云计算技术,将旅游全过程资源、服务等数据化,在线化、智能化,将导游、导购、导游和导航功能整合到一个平台中,为游客随时随地提供互动式、多媒体、全资讯的智慧旅游实现模式。

刘思敏认为,新冠肺炎疫情暴发后,“云旅游”契合了疫情期间游客无法实地体验的需求,起到了部分替代的作用。当然,各地景区开展云旅游,也是一个非常好的营销手段,景区通过视频、直播、在线互动、VR体验等方式,给消费者提供了丰富的在线体验。让潜在旅游客户可以提前了解,对游客未来选择旅游目的地也起到正向的作用。同时,通过直播等方式,吸引眼球,流量本身也可以变现。很多景区把纪念品、景区周边特产等,通过流量加物流的方式变成了收益,也是一种经营。

“但一旦疫情过后,人们还是要到现场旅游,毕竟旅游的本质还是空间上的移动,讲究的是身临其境,所以线上旅游终究是不能完全代替实地旅游体验的。”刘思敏说。

闲 话闲游

让历史融入当代生活 ——穿越时光隧道探访浙江奉化博物馆

本报记者 鲍蔓华 通讯员 严世君 林朝静

曾经用来炼钢、发电,冒着黑烟的厂房在废弃多年后,摇身一变成博物馆,以一种全新的面貌重回人们的视野。在位于宁波奉化江畔的奉化博物馆内,观众李先生感叹道:“人们在这里不仅可以探究工业遗存变身现代化博物馆的奥秘,还可以开启一段‘时光之旅’,品读城市文化。”

5月18日,在武汉举行的“国际博物馆日”中国主会场活动开幕式上,公布了“第十九届(2021年度)全国博物馆十大陈列展览精品”名单,2020年正式开馆的奉化博物馆从全国200多个参评项目中脱颖而出上榜获评名单,成为本次入选唯一的区县级博物馆。

“早就听说奉化博物馆外面的广场很特别,钢筋、红砖、光影、历史与现代相交错,一上午我拍了近百张照片,收获满满……”摄影爱好者陈晨表示,奉化博物馆是众多摄影人不能错过的取景宝地,能让观众品读当地的历史和文化。

奉化博物馆建筑主体为20世纪80年代的奉化热电厂,是奉化区文物保护单位。2016年,当地政府开始对其进行改造。博物馆主楼由原热电厂发电车间改建,其他如烟囪、堆煤场、沉淀池、冷凝塔、滑道、输煤带,以及老厂房的柱梁钢架结构和混凝土墙、耐火砖等部件都保留原状,建筑本体就是最大的展品。

此外,奉化博物馆园区还有3个常设展厅和5个临时展厅。馆内展示了奉化从新石器时代的河姆渡文化到秦汉、唐宋、明清、民国等各个时期的历史沿革、文化特色和民俗风情,其中包括各种精美的瓷器、玉器、书画,涵盖名人名师、家族文化、宁波帮文化等。馆内有文物珍宝藏品6万余件。其中,东汉青釉绳索纹瓷罐和民国木船雕是国家级文物。

“对于博物馆而言,老的工业遗存就是活的展品。”王伟表示,如今的奉化博物馆已化身为当地的新地标,保留了奉城的工业历史记忆。“我们致力于让过去和现在相融相生,并服务于当代生活。希望愈来愈多的人们来这里体验‘穿越之旅’,聆听家乡历史人物的传奇故事,了解古代传统礼仪,欣赏奉化先民生活器具,品尝家乡独有的古代美食。”

作为奉化博物馆的基本陈列展,“山海交响”奉化历史文明展”以编年体史诗的形式,用文物、文献、历史遗存的组合,构建

携程多措并举发力青年文博旅行

本报记者 刘圆圆

5月18日国际博物馆日,携程上线“博物馆好有意思”活动,从年轻人喜爱的博物馆藏品、趣味型博物馆、待解锁的隐藏玩法、博物馆云旅游四个方面入手,一改往日博物馆“严肃”的形象,基于深厚的历史文化底蕴,丰富的文物宝藏,打开年轻人畅玩博物馆的另一种旅行方式。同时实现博物馆的文化传播效果。

记者昨日从携程获悉,挖掘本地博物馆文化资源已逐渐成为大众青睐的一种出游方式。

日前,携程社区数据显示,2022年1-5月,携程国内最受欢迎景区前十类排名中,博物馆展览排在第四位,每10个从携程预订景区门票的游客中,就有1个预订了博物馆。刚刚过去的“五一”小长假,文博游在本地旅游市场表现亮眼。来自本地的博物馆展“五一”门票预订较清明增长260%,越来越多游客选择走进博物馆感受文化魅力。

读 图时代



位于北京市大兴区魏善庄镇的爱情海玫瑰园,将“雾培”技术引进到温室大棚内,多种蔬菜“扎根”空中,住上了“楼房”,成为一道亮丽的风景线,游客在采摘中感受生态旅游的乐趣。

本报记者 齐波 摄

信 息速览

感悟中华文化 推广“云游”线路

——中旅旅行推出中国旅游日系列活动

本报讯(记者 徐金玉)近日,中国旅游集团旅行服务有限公司(以下简称“中旅旅行”)依托文化遗址、非遗体验项目等文化资源,推出博物馆主题旅游培训课程,开展形式多样的主题活动,用传统文化点亮美好旅程,带领大家一同领略特色文化之旅。

5月18日,中旅旅行在“中国旅游课程”上线了“中国博物馆奇妙之旅”主题课程。此次课程推出了全新“云游”线路,通过深挖北京、敦煌、西安、洛阳、郑州、成都、苏州、上海等八座城市博物馆资源,将故宫博物院、中国国家博物馆、中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆、莫高窟、陕西历史博物馆、秦始皇帝陵博物院、河南博物院、三星堆博物馆、上海博物馆、苏州博物馆十座博物馆的历史典藏、乐团表演和科技体验项目融

会其中。虽相隔万里,对中国博物馆感兴趣的人境游客人仍然可以通过视频展示、VR观展、虚拟体验等交互形式品味中华文化。

近来,为将文化资源与旅游产品有机融合,中旅旅行重点围绕博物馆、非遗馆、旅游景区丰富文旅产品供给,推出了“亲子骑行——京剧寻根之旅”“二十四节气——立夏日红楼大观”等非遗文化体验产品和“孔子曰——孔庙国子监之行”“北海——你所不知道的团城”等亲子教育类产品。

据中旅旅行相关负责人介绍,未来,中旅旅行将持续探索线上旅游新模式新路径,以“创新传承”赋予传统文化时代生命力,为国内外消费者打造“云游”新场景,进一步提振行业发展信心,助力推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

旅 界达人

导游曹震: 当我成了“主播”

本报记者 徐金玉

“大家好,欢迎来到我的直播间……”早晨5点多,当很多人还沉睡在梦乡时,曹震已早早“上岗”,开始讲解历史文化、分享签约产品……忙碌了两三个小时后稍事休息,9点多,他的第二场直播又如约而至。

每日播两场,一上午播五六个小时,已然成了曹震的常态。这不禁让人忍不住慨叹,本以为受疫情冲击,不少导游处于“待机”模式,没想到,这位众信旅游集团股份有限公司领队、第四届全国导游大赛金奖得主甚至比以前还忙。在多了“导游主播”这一标签后,他勤奋地上班“打卡”。“不只是我,同行们都这么拼!”曹震笑着解释。

自从疫情暴发以来,身为导游的他们面前摆着一道“必选项”:及时调整自身状态,在危中求机、寻求转型。一向以“嘴皮子”著称的曹震,瞅准短视频平台的机遇,立刻做出了改变,及时掌握了“流量密码”。

“2020年7月21日,是我第一次直播。半个月后,数据陡然上升。甚至有一次,直播间有4万多人同时在线,大家一边互动,一边听我讲述故宫的历史故事。那‘声势浩大’的一幕,真是在线下做导游时难以想象的。我整个人像打了鸡血一样,特别兴奋,直播过程中,讲话就没有停过。”曹震现在提起仍难掩激动。接下来的两个月,只要他上线,就会有两三万人涌入直播间。一时间,他的粉丝数也直线上涨,目前已拥有86万多粉丝。

“每天节奏忙碌,几乎是连轴转。一大早要早起,从房山坐地铁到故宫后,就上线在直播间内开讲。”手里拿着稳定器,对着镜头声情并茂讲述着的曹震,时常成为游客镜头中的风景。

“直播结束后,我的另一份工作开始了。要根据自己之前准备的文案脚本,拍摄短视频内容。等故宫闭馆后,在回家的地铁里,我还会争分夺秒地剪辑视频。”为了做好自媒体,这位“85后”的年轻人学到了很多新技能。从文案撰写到影像拍摄,再到视频剪辑,一人可以全部搞定。



“一期短视频,不是一天就能完成的,有时需要跨越两三天,甚至三四天。”曹震说,比如第一天用两到三小时查资料,第二天到场景内拍视频,有时要拍多遍才能满意,再花时间进行一些剪辑设计。现在,曹震的“技术活”已然驾轻就熟,总体时长加起来,大概四五个小时就能出一条内容。

直播日常,不仅让曹震的职业热情一直在,还在频繁的互动中,拉近了他和粉丝间的距离,甚至还有了“一碗炸酱面”的故事。

“之前,有11位粉丝来北京玩了两三天,他们来自内蒙古、上海、安徽、山西、天津等地,和我相约。作为东道主,我请他们品尝了咱老北京地道的炸酱面。”曹震笑着说,于是,这段温馨的“交集”在直播间传播开来。今天在直播间,还有粉丝线上“邀约”,他们约定好了,来北京一定“补上”曹震专属的炸酱面。

现如今,由于北京疫情反复,曹震只能由室外转战室内,在线的粉丝数也回落到了3位数。“做主播以后,还是会比较关注这些数字变化。面对这种不可控的因素,心里多少会有些落差,但不会怨天尤人,也在努力平稳情绪。”曹震说,这几日,他正在探索不同时段的人群递增变化,摸索着新形势下的新规律。“这是一个挑战自我的过程,只要开播,就要调整到最好的状态,努力尽善尽美,让很多和我一样居家的朋友们,依然可以在我的直播间里,感受到历史文化的气息,让日子过得更为充实、健康、快乐。”曹震说。