

夜游经济，景区弯道超车的新机会

文/康影

如今夜游经济是国内旅游发展的大方向,各地区政府、各个旅游景区也在积极大力地进行发展。夜游经济对于旅游产业的重要性是显而易见的,目前基本占据了旅游市场份额的70%。夜游经济是新型景区可以通过弯道超车超越传统观光景区的一次机会。

夜游经济的发展离不开两个基本要素:灯光布置与文化底蕴。只是利用灯光装置将景区建筑照亮,那只能叫作“景区亮化工程”。若想要从根本上带动景区的餐饮、旅游产品售卖、住宿条件的优化等方面,促进旅游的多次消费,必须要有文化作为底部支撑,这样才有利于景区特色的宣传、推广。

旅游作为国家经济的一个支柱产业,全面带动了人民的消费。我国“90后”“95后”的人群虽然目前仅占据总人口基数的12.4%,但他们却掌握着全国57.6%的市场消费份额。尽管我国每年旅游次数能够超过两次的人群是55岁以上的中老年群体,但是他们对于旅游业的消费贡献仅占4%。所以,“90后”和“95后”才是未来一段时期内比较有价值且有效的旅游消费者。更多地为这类有效消费者服务,可以更加节约有限的旅游资源,也可以带给他们更加完美的旅游体验。很多“90后”“95后”游客都会选择通过马蜂窝、小红书、抖音、快手、微

信公众号等新媒体平台来获取所需的旅游讯息,他们接受新鲜事物的速度更快,对于传统旅游门店的服务并不太看重,更加注重的是旅游产品能否满足自己的个性化需求。他们更加偏爱“一觉睡到自然醒”,没有“打卡”传统景点的习惯,讨厌“上车睡觉下车拍照”的旅游模式,在他们的旅游行程中,“从中午开启一天的美好”更多地变成了常态。很多人都有“白天观光夜晚生活”的习惯。但大部分景区目前仍是保持白天开放、夜晚闭园的运营状态,在时间上无法满足这类消费者的消费需求。

但在政策要求和市场需求的双重推动下,我国的夜间经济旅游业开始凸显了它的重要性,有越来越多景区开始尝试进行夜间旅游文化的开发,使旅游消费全面升级。

这些景区已经先行一步成为了“第一个吃螃蟹的人”。

山东淄博的周村古商城景区,已经积极响应《2020年淄博市夜间经济文化氛围提升行动实施方案》,在今年3月推出了周村“星光游园会”的主题活动,打造出周村夜间旅游经济的新地标。“星光游园会”让消费者在绚烂灯光的陪伴下接受文化的熏陶。逛夜市、吃小吃,在24小时书店里汲取知识,听深夜话剧,将“食、住、行、游、购、娱”的旅游六要素完美融合。“星光游园会”可以称作“一场火树银花不夜天的绚丽灯会”,灯会设置了十个主题。在游园会上,游客可以看到周村大街600年来的历史文化,当地的“非遗”也在此一一展现给游客,珐琅艺术、锦灰堆、周村芯子灯、葫芦烙画、刻瓷艺术吸引了众多游客的眼球。

陕西西安的大唐不夜城已经成为人们夜间游览的第一选择。不仅远道而来的游客都要去大唐不夜城逛一逛,就连当地居民也被这里



摄影:宋讲理

的唐风古韵深深吸引。大唐不夜城已经成为了全国步行街改造升级的典范。从举世闻名的大雁塔开始出发,经过大雁塔的北广场,穿过玄奘广场,再步行至贞观广场、创领新时代广场,它们串联起了大雁塔周边的大唐芙蓉园、曲江池遗址公园等著名旅游景区。步行街的沉浸式体验,可以带领游客“梦回唐朝”。各种“唐朝商铺”陈列街道两旁,可以在这里找到“李白的茶”“大唐炸货铺”“嘻游记”;步行街周边的仿唐建筑比比皆是,配电箱上的回纹造型也都展示了“唐风元素”。在抖音上,一位“90后”姑娘扮演唐朝仕女的不倒翁表演视频,总播放量已经高达15.9亿次。这个表演项目让西安的历史文化底蕴不再冷冰冰地展示在博物馆,而是变得温暖、容易亲近,成了“文化+演艺+夜景”的旅游消费新模式,让游客不需要遵循“白天看景、晚上睡觉”的传统,丰富了夜间旅游的新业态。

夜经济的发展,需要完善旅游软硬件配套实施,营造5A级夜游环境。如举办各种夜间活动,支持文化沙龙、美术馆、剧院、电影院、24小时书店的发展,让博物馆在夜间开放成为可能,彰显地域文化风范,实现“让文物说话,让历史说话”的目标。游客对于夜间旅游的消费意愿越来越强,参与度也随之提升。激发夜间旅游经济的活力,需要提



升城市的治理水平,相关的配套设施也应随之建设完善,增加旅游产品的优质供给。可以利用大数据实时监测景区的客流量,根据实际情况分流游客群体,平衡景区内的客流密度。

挖掘夜间旅游经济的消费空间,扩展市民对文化消费的深度与广度,增强市民夜间消费的活力。发展夜间旅游经济应该充分挖掘本地夜间休闲资源,再结合当地特有的文化特点,打造一系列休闲旅游产品。夜间旅游经济要与城市中的历史文化深度融合,体现当地的文化底蕴,打造旅游特色品牌,为居民和游客提供常态化的夜生活。

