

最近天津人的闲谈中、计划内、朋友圈里,最火的话题之一就是——看花。春水初生,春林初盛。春日的神州大地,从南到北,次第花开,各地以花为“媒”、以节“引流圈粉”,拉动文旅市场强势复苏。美团、大众点评数据显示,3月以来,踏青赏花类景点门票订单量同比增长129%。本地及周边踏青赏花游预订量持续攀升,预订人次已超过2019年同期。携程数据显示,3月赏花类度假产品预订量同比增长880%,部分热门目的地的酒店、民宿需要提前半个月预订。

除本地踏青郊游外,还有不少游客选择飞赴春季热门旅游目的地。西藏林

芝的桃花、河南洛阳的牡丹、新疆伊犁的杏花、贵州毕节的百里杜鹃等都吸引了众多游客。在携程春季旅行趋势榜的“春季赏花”主题中,天津排名全国第八,比肩传统热门目标城市,赏花类景区门票订单同比增长525%。

花开花落二十日,一城之人皆若狂。一个花季,为天津这座城市带来了什么?是什么让天津以花破题,突围而出?花季过后,又为天津留下哪些体验、情怀和期待?

春日赏花游,看天津如何“火出圈”

■ 本报记者 廖晨霞

三大收获

收获一:

旺人气 聚商气 春日经济成色足

桃花灼灼,十里红妆。一场“十二花神”汉服秀带运河桃花节火出圈,中央广播电视总台5次聚焦春天的红桥区,6个央视平台同步直播北运河畔桃花朵朵开,仅新浪微博直播间就有178万次的观看量;天津发布、津云等直播活动吸引超17万人云游红桥区。运河桃花节期间,红桥区全区商场客流量同比增长214%,销售额同比增长204%。

“这海棠花节带来的游客可真不少,都想听听天津五大道的前世今生。”一位导游告诉记者。“津遇和平·海棠花”活动燃爆全城,短短10天,和平区金街、五大道等主要景区商圈国内外游客人数创历史新高,累计接待游客944万人次,同比增长240%以上,其中近四成游客为外地来津;文旅商消费持续火爆,综合收入达12.5亿元、同比增长105%。

人气带来客流,客流留住消费,这是“赏花游”带来最直观的标杆。据和平区文化旅游局相关负责人介绍,海棠花节期间,区域大型商超销售额同比增长近四成,如海信广场4月1日至2日的周末销售额突破750万元,创历史新高,仅4月2日单日销售额就实现4倍以上增长;那家·油麻菜馆、遇见芸台等店铺“一座难求”,餐饮商户返台率普遍超200%、最高达500%,营业额平均增长2至3倍;丽思卡尔顿、威斯汀等酒店平均入住率超90%,唐拉雅秀4月1日满房,接待游客7104人次、同比增长85.73%,实现收入353.77万元、同比增长122.2%。

收获二:

新印象 新标签 带你重新认识一座城

“天津旅游业是不是被严重低估了?”一城繁花火了天津,也点燃了网友讨论的热情:“历史底蕴深厚、建筑风格突出,市民热情友善,商场多、博物馆多、名人故居多、景点多……没想到,你是这样的天津!”

运河桃花节、五大道海棠花节、水上公园牡丹节、蓟州西龙虎峪杏花节、梨花节……天津的春天落入了一片花海,配合由南到北气质迥异的风物、建筑、景观,以极具冲击力的视觉大片颠覆了以往给人的低调印象,让更多的人重新审视、认识这座宜古宜今、包容宏阔的城市。16个区的文化旅游局长披挂上阵,讲一方水土、数美食美景、论历史人文,619岁的天津染一缕花香,添十分少年感,重拾百分百烟火气,呈现在世人眼前。

“天津太低调了!按照传统旅游习惯,一说到天津,很多人就认为是老工业城市,没有什么好玩的。”小宇在旅行社从业多年,今年销量最高的就是赏花主题的“机加酒”业务区,她告诉记者,“游览文化类景区需要有相关的知识,游览山岳型景区对年龄有所要求,而赏花主题游适合更多游客,符合当前慢游、休闲游的新风尚,也契合天津厚积薄发、悠闲沉静的气质。借花为‘媒’,让更多的外地人关注天津,挖掘天津好玩的、好吃的,这是天津的一个机遇。”

收获三:

新人群 新玩法 带动旅游创新供给

与以往多是“大妈们围着丝巾以各种姿势聚在花前拍照”不同,在这波赏花游热潮中,年轻人是绝对的主力。携程数据显示,这波人群中,“90后”以35%占比领先各类人群,其次是“80后”,占比达30%，“00后”人群排名第三,占比20%。这波消费人群更喜欢感知自然、体验生活,热爱“氛围感”,钟情“沉浸式”“慢游”的新型旅游方式,愿意为旅行感受买单。个性化需求的快速增长,推动着行业创新。

不仅可以围炉煮茶、观花赏景,还可以烧烤、露营、喂小动物等,进一步增添了赏花趣味……深度体验式度假的赏花游正在崛起。露营游方面,“露营+”的商业模式为住宿、餐饮等线下业态赋予了更强的服务延展和体验升级,民宿风行、研学互换游……更多新兴元素为市场创造了新商机。美团数据显示,3月,该平台收录的露营相关商户同比增长超七成,其中融合业态商户居多。露营装备类产品价格、销量也出现井喷式上扬。为了拍出与花合影的氛围感,赏花游还带动了与拍摄相关的周边服务。摄影师李璇在海棠花节期间兼职旅游跟拍:“我还要跟踪牡丹节、梨花节,如果市场好,考虑专职做旅拍,时间自由,收入也不错。”在小红书上,“看花不扎堆儿 天津这些角度更好拍”“天津:教你在公园拍出森林电影感大片”等类似的拍摄技巧讨论热度居高不下,“天津网红拍照地”话题浏览量达到1315.2万,“天津约拍”话题浏览量达到5224万。

赶市集、看展、夜游、打卡盖章、写生游……在社交平台上,网友们解锁越来越多的天津赏花新玩法,相关浏览量都在百万级以上。



▲西青中北镇运河文化旅游区的烔河村房车露营公园受到了众多市民游客的青睐。本报记者 潘立峰 摄

▲红桥区桃花堤公园。本报记者 吴迪 摄

破题秘笈

新语境 新讲法 好故事带火天津游

“大理道看腊梅,桃花堤头,蓟州桃花谷看桃花,不等水上神户园的樱花落,下营镇的梨花,睦南公园、大悲院的玉兰就续上了……”从繁花似锦争相吐艳的春日,到果实累累霜叶满天的深秋,从耳熟能详的海棠、桃花、梨花到“养在深闺”的八重樱、马鞭草、郁金香,在微信、小红书、抖音等各大平台,网友自发编写了天津的“赏花攻略”,时间线清晰,观景地详尽,并附上了各大景点路线;热情的本地市民贴心地把自己私藏的美食地图、特色小镇、小众景点大方“献宝”,活脱脱一幕三维立体的《报花名》。

这是一场缘起自发、口碑相传的邀约,也是天津

尝试立体精准营销,用年轻人喜爱并擅长的语言向全国乃至全世界的游客展示天津形象的大胆尝试。在运河桃花节筹备期间,红桥区主动对接和平区,创新策划推出《和平和平,这里是红桥,我要开了,你呢?》《我是和平,我是和平,红桥红桥,你先开我压轴!》互动式报道,将运河桃花节、海棠花节拟人化,以隔空喊话的形式新颖互动,邀请游客来踏青赏花,赚足线上线下眼球。

2020年以来,以“天津常走走”为主题,市文旅局与携程、抖音等互联网头部企业合作,创新思维,为文旅“带货”、为城市“代言”。天津,在各大平台“火”了,且方兴未艾。

新路径 新景观 串珠成链美到全域

“桃花堤门口就有免费公交车,看完桃花可以直接到西北角尝最地道的天津小吃,逛陆家嘴、水游城,对我这样的外地游客来说,真是太方便了!”桃花节上,来自河南郑州的大学生彭宇告诉记者,网上看到西北角是来天津旅游的打卡地之一,自己早就计划好了,“这次正好一站搞定。”

“现在是天津最美的季节,沿着海河可以走遍桃花、海棠、玉兰、杏花、梨花……坐在海河游船上吹吹风,打卡天津之眼、解放桥、望海楼,实在太美了!”海河游船上,市民陈先生和朋友畅游一路繁花,收获满船春色。

古运河畔桃之夭夭,运河桃花消费节上,免费通勤巴士串联起西北角商圈、天津之眼摩天轮、三岔河

口、大悲院、三条石博物馆等特色游览消费场景;4月里海棠成锦,海棠花节晚宴串联起五大道、金街、解放北路、周邓纪念馆、文化中心;牡丹节上,古文化街献宝“读天津,赏文化”精品旅游线路;海河文化旅游节“津城十大精品旅游线路”出炉,游船一路顺水行舟,看运河古线花落成诗……每一个花期都链接了天津主要景点、商区、文化地标,让游客一站驻足,不再“雾里看花”。

持续打造热点,从一处美到全域美,将季节性的“春日经济”变成“全年候经济”,今年,天津将“串珠成链”打造“1·游天津”四季场景,全力打造国内文化旅游目的地,助力国际消费中心城市建设。

新融合 新元素 文旅商嫁接繁花似锦

“花的元素和天津的欧式建筑是绝配,超级浪漫。”在西岸艺术馆广场上,正在写生的李磊从哈尔滨一路画到天津,他告诉记者,自己的很多画友都把天津列入了写生计划:“深度挖掘这些资源,可以比照安徽宏村的模式,开发更多类似‘跑章游’‘写生游’的个性化旅游产品和线路,不仅可以带动周边的住宿、餐饮,还可以开发手账、印章、艺术周边的文创产品。”

“首届海棠花节联动五大道、金街、小白楼三大重点商圈,我们组织了涵盖赏花、消费等四大板块,61项文旅商深度融合活动。特别是通过擦亮IP,拓展沉浸式光影秀、文艺演出、阳台咖啡、文创市集、美拍美妆、夜赏海棠等丰富多彩的活动场景,打造五大道国际消费中心城市‘现象级名片’。”和平区文旅局相关负责人介绍,借助海棠花节全域多点的活动,成功吸引了大量京津冀游客,天津作为短途游、周末游目的地“强势出圈”,成为近一段时间最火爆短途旅游目的地之一。

运河桃花节期间,红桥区联动举办了专题天塔灯光秀、聚焦国风情境音乐会、书法笔会等“1+20+N”场活动,津城春色、汉服和非遗展示、相声大会、美食市集等多样活动,受到诸多游客和海内外网友热捧。南开区牡丹节开幕现场,既有唐装美女游花海、国风国潮展新意,又见书画园艺赏芳菲、戏曲古韵听悠扬,踏青、赏花、泛舟、品茶……一系列文旅活动让游客大呼过瘾,喊话“花期这么久相约一起赏花否?”

海与河的交汇孕育城市生命,铸就了天津的城市性格,涵养了独特的城市气韵。以水西庄为代表的城市园林艺术,海河上身姿各异、互为风景的桥梁,五大道小洋楼和意式风情区流转的浪漫情调,成为繁花深邃的背景;茶馆里相声艺术,海博馆咖啡香,油菜花田里露营悠闲,是这座怡乐祥和、中西合璧、开放包容的城市民生幸福的底色。正是在这样的文化滋养、融合下,天津从赏花赛场上弯道超车,破题而出。

他山之石

天津准备好了吗

赏花季的热闹背后,也出现了一些不协调的反馈。旅游城市的心态准备不及,一跃成为热门旅游目的地,市民是否做好准备?硬件有待提高,游人骤增凸显景区接待能力不够,交通拥堵出行不便,造成旅游体验“打折”,呼唤游客限流、分时、导流;服务软环境欠缺,投诉时有发生,急需加强规范管理的同时,作为城市名片,出租车司机的旅游礼仪培训也应提上日程……

近来靠一把“烧烤小串儿”火出圈的山东淄博交出了一份或可借鉴的答卷。他们专门定制了“淄博烧烤地图”,开通了“烧烤专列”,在高铁站安排了专门的“烧烤志愿者”,无缝对接游客;为了解决交通难题,他们在站外新增了21条烧烤公交线路,保证游客一下车直达“烤点”,街区有专门的摆渡车,招手

即停,免费乘坐。爆火之后,当地的出租车和烧烤商家都收到了文件:一是不打表的,拒载的,只要被投诉立马停运。二是坑人的骗人的,只要抓到立马关门。为了打出城市的名片,淄博的民众自发地把周末的就餐位置让给远道而来的游客。最火的店老板因为超出接待能力,会主动推荐其他烧烤店……

花无“百日红”,好花如何常“开”?随着赏花文旅不断升温,想要留住游客,靠的不仅是城市的好山好水好风景,更需要的是烟火气、人情味。天津如何顺势整合资源,从空间、时间、形式等维度拓展“花的颜值”,用多样化的活动和产品将“季节性经济”变成“全年候经济”,用天津独有的开放、包容和热情从“引来人”到“留住客”,实现“赏花经济”的可持续发展,这将是一篇常论常新的大文章。



和平区睦南公园的玉兰花。本报记者 吴迪 摄



静海区独流镇的油菜花吸引众多游客争相打卡。本报记者 潘立峰 摄