

旅拍要美更要好

敖蓉

市场瞭望

受疫情影响,人们出行受到一定限制,但出游愿望并没有消解,反而更加渴望和珍惜出门旅游的机会。无论是花样翻新的房车、露营、木屋等住宿方式,还是从北京故宫、西安大唐不夜城到西南民俗村寨的旅拍,体验式消费为旅游市场带来了更多新玩法,受到消费者欢迎。

旅拍有多火?前几年大家还追着冬天故宫里的第一场雪,如今再进紫禁城,三五步间就能遇到媲美清宫剧妆容服饰的“王爷”“格格”们,他们在摄影师的镜头中穿越般与红墙黄瓦融为一体。如果说,到故宫去旅拍还需要提前几天预约摄影师,购买千元左右古风写真套餐才能进“宫”体验一下的话,那么到一些西南地区的民俗村寨,旅拍就相对容易了。走进民俗文化旅游区,三五个相邻商铺中总有一家店铺经营着旅拍业务,游客即便初来乍到,也能很快地挑好民族服装、扮好风情妆饰,请当地摄影师在吊脚楼、风雨桥边留下靓丽影像,这样的一组旅拍套餐价格在几百元至千元不等。在暑期等出行旺季,甚至晚上9点、10点左右,还有游客正在化妆等待拍照,让人感慨旅拍的火爆。

作为一种体验式消费,旅拍受到越来越多人青睐,不过要想让旅拍从消费者的一时喜好变成长久的出游标配,还需从提供更专业的服务、更匹配的场景和更规范的监管等方面入手,规范旅拍行业的发展。

旅拍最初的目标客户是新婚夫妻。但最近几年,越来越多年轻女性和家庭游客也把旅拍当成出游时的一项重要内容。在智能手机普及、摄像功能越来越强大的今天,为什么人们到景区去玩还要专门花时间、花钱请人来拍照?受市场需求、技术开发、颜值经济、社交媒体传播等多方面因素推动,更多消费者把对美的愿望催化成更多个性化、定制化、风格化的消费需求。单从旅游看,人们不再满足于简单的人像记录,还希望为旅行增加一定的文化附加值和艺术美感。甚至有些消费者旅游的主要目的就是旅拍,到西安拍汉服,到敦煌拍侠客,到西江苗寨拍民族风……由此,在商业摄影行业,旅拍已经从特定的人群消费扩展到不分男女老少的各类群体。相关数据显示,旅拍的市场规模、消费人

群、从业人数在疫情期间均保持了稳定增长。

如今,作为一种体验式消费,旅拍受到越来越多人青睐,不过要想让旅拍从消费者的一时喜好变成长久的出游标配,还需从提供更专业的服务、更匹配的场景和更规范的监管等方面入手,规范旅拍行业的发展。

很多旅游景点为吸引客流,已经开始把旅拍作为卖点进行推广,并提供相应服务项目。要想让这种体验式消费满足人们的需求,吸引更多客流,应当站在受众的角度开拓市场。从消费者的选择看,相比自然景观,一些人文景观往往更契合旅拍,正是那些不同地域各具特色的文化魅力促成了旅拍从婚庆消费走向旅游消费。因此,主打文化历史特色的旅游景点不妨依据自身优势,将服装租赁、快速拍摄与线路规划等服务进行综合设

计,为游客打造一些主题鲜明更具场景感的旅游环境,让拍照更容易,让景区更出镜。

培育旅拍消费,景区所在地和相关摄影机构还要在专业程度上下真功夫。目前从事这一行的摄影师中,并非人人都具备一定的专业水准,很多甚至是草台班子。但摄影对专业技术要求较高,同时旅拍又是一种体验式消费,人们非常在意服务水准。因此,培育旅拍市场,相关机构和地方需着力提升摄影师、化妆师和修图师等不同从业者的专业程度,设定适当的准入门槛,提供必要的培训机会,提升景区旅拍品质,让消费者获得更满意的服务,从而增加当地客流量。

“十一”假期,很多人会选择去旅拍,相关市场管理部门应对旅拍消费中的消费纠纷予以足够重视。目前很多旅拍机构与消费者之间都是依托互联网平台进行线上交易,监管力度较弱。同时旅拍行业尚无规范合同,或者双方没有对具体细节进行明确约定,“霸王条款”“天价底片”等情况时有发生。消费者在旅拍时,应优先选择正规平台和机构,对签订合同和保留证据多留点“心眼”;相关监管部门和行业协会需尽快设立行业标准,制定合同范本,规范行业发展,努力为消费者提供价格透明、合规的产品,培育好这一新兴消费领域,助力其长期健康发展。



廊坊市安次区商贸文旅消费季暨御龙河之夜光影音乐节开幕式上,市民纷纷拿出手机拍摄这绚丽瞬间。
陈 童摄(中经视觉)

走入廊坊印巷街区内,只见中式仿古门头让人眼前一亮,门头上方记载了廊坊印巷主题街区的历史和由来,墙壁上的筒体素描壁画:老火车站、老百货大楼、老天桥等老廊坊地标建筑一一呈现,让人一边回顾着廊坊的发展历史,一边体会街区独特的文化底蕴。再行往深处,各家装修风格迥异的美食小馆,正静静等着顾客的光临。记者随意走入一家店铺,伴着温馨的音乐,买一份喜爱的饮品,点三五样心仪的小食,一股惬意之情油然而生。

每当夜晚来临,河北廊坊的各种夜市便陆续敞开怀抱,吸引着人们到人民公园去散步,到廊坊印巷赏古、到万达广场购物、到天下第一城游园林、到新朝阳观光夜市品美食……廊坊市全力推动“夜经济”向纵深发展,为区域扩大内需提供动力。

今年以来,廊坊市紧抓“夜经济”的筹划和发掘工作,相关部门出台促进城市消费的十六条措施,由政府牵头、企业参与,紧紧围绕人民公园、御龙河郊野公园、万达广场、廊坊印巷、新朝阳观光夜市、嘉华港湾、天下第一城等重点区域,深挖廊坊文化底蕴,全面打造灯光明亮的购物商场、情怀满满的小巷美食、热情满满的健身公园,培育出一批主题网红打卡地和广场文化形象IP,不断“点亮”城市夜景,以“夜经济”为龙头,聚人气、促消费,拉动第三产业复苏回暖。

为了推动消费、提升人气,廊坊市共向市民发放了20万份文化惠民优惠券;安次、广阳、高新、固安、三河等县(市、区)也纷纷投入300万元到500万元不等的资金开展助商惠民促消费活动。

“旧城老街承载着文化,记录着历史,最能让人产生情感共鸣。我们将逐步完善廊坊印巷街区的硬件设施,进一步推广廊坊街巷文化,不断引入新元素,让廊坊印巷成为一张亮丽名片,让市民喜欢上这里。”廊坊市广阳区解放道街道党工委书记潘英会说。

潘英会告诉记者,廊坊印巷所在地原有居民古建住宅74户,占地面积18734平方米,38户住宅已开发成商业模式,入驻商户31家,其中21家是餐饮企业,其余为咖啡馆、甜品店、婚纱摄影店、画艺、舞蹈工作室等。目前,廊坊印巷街区日均人流量约2000人次,节日期间日均人流量约8000人次,年营业额达3000万元。

“咱廊坊现在晚上能去的地方可比之前丰富多了,廊坊印巷里美食各有特色,而且因为是在老城区的胡同里,有种闹中取静的感觉,晚上更有味道。”“80后”刘亦然说。“新朝阳的观光夜市也是我们年轻人最喜欢去的地方,我经常和朋友们下班之后去那逛一逛、聚一聚。”同行的伙伴王新说。

几张小桌、十几个小板凳,构成了这座城市夜晚最简便、最惬意的美食广场,摊主们忙得不亦乐乎,顾客们吃得尽情尽兴。凉皮、烤冷面、烧烤、臭豆腐、麻辣烫、水果捞……一到傍晚,新朝阳夜市整条街都人气满满。

新朝阳夜市的美食区有100余个摊位,商品百货区有50个摊位,还有10多家文创、诗集摊位等,这得益于市里“夜经济”的快速发展。据新朝阳观光夜市负责人介绍,夜市有专人负责食品安全及各项安全保障,保证市民吃得放心,逛得安心。

在廊坊新朝阳顺观夜市,丰富多彩的文化演艺、休闲娱乐活动迎来了众多观众捧场,同时也为200多个摊位的经营商户提供了稳定的客源。“每天能卖一两百个冰淇淋,收入有1000多元,节假日收入还会更多!”在夜市经营冰淇淋的摊主夏青表示,相比于门店经营,“我更喜欢夜市摊位,开业后一直在这里经营,夜市收费合理,环境也够档次,尤其是客流比较丰富”。

“夜经济”作为一种特殊的经济状态,既是白天经济活动的延续,又独具特色,能够有力拉动消费,促进社会经济发展。今年上半年,廊坊实现限上消费品零售总额263.2亿元,增速达3.9%,总量居河北省第三位,为区域经济高质量发展注入了新的动力和活力。下一步,廊坊还将继续按照优化结构、完善功能、提升品质的思路,进一步谋划发展四季夜间经济,不断丰富业态内容,全面满足多元消费。

科技赋能,传统食品成新宠——

一碗浆水闯天下

本报记者 赵梅

地道风物

简单的蔬菜经制作发酵后,变成富含益生菌的调味品,这便是西北人酷爱的地方美食浆水。

随着时代的发展,浆水制作的创新产品不仅层出不穷,更是搭乘网络电商走向全国。科技的赋能让平凡浆水的健康价值再度出圈,成为老少皆宜的新宠。

创新求变

浆水是用包菜、芹菜、胡萝卜等蔬菜为原料,经漂煮发酵而成的西北特色美食,可以调汤、做面,可饮可食。李时珍的《本草纲目》中就有“浆水,性凉善走,故解烦渴而化滞物”的记载。

西北人吃浆水历史悠久,范围主要包括甘肃、青海、陕西、宁夏等地。作为西北传统小吃,甘肃兰州、天水、临夏等地家家户户都会做,也喜食。随着时代发展,人们看到了浆水的商机,浆水成为广受消费者喜爱的特色小食。

在甘肃,提起浆水无人不晓。特别是夏季,浆水便会成为餐桌上的宠儿。不论是菜市场摊位上还是超市里,随处可见浆水的身影。

“大白菜做的东北酸菜适合炖肉,西南酸菜适合做鱼,而我们西北酸菜浆水适合调汤做面。”甘肃圆根香生物科技股份有限公司经理袁振莹说,甘肃浆水产品因地域不同,所用菜品和菜量以及发酵时间不同,产品有浆水和酸菜的区别。

袁振莹所在的甘肃陇南市武都区邻近四川。1996年,经商4年的他受当时畅销的四川榨菜启发,萌生了将当地家家户户都会做的酸菜变成商品的想法。

从家庭制作到工厂化生产,首先要解决保质期和香型问题。袁振莹选择当地周边大量种植的蔬菜,经过两年试验,在用水泥池、木桶发酵都失败后,最终选用大缸成功发酵。生产工艺也从最初的全人工演变成半机械化,切断、切丝、漂烫都通过生产线实现。

如今,圆根香公司能容纳200多斤酸菜的大缸从开始的几十个发展到1000多个,浆水酸菜的保质期也从1个月延长到9个月。销售从最初的不被认可到主销甘肃当地,再到后来从陕西辐射到整个西北地区,又通过网络电商销售到全国各地。

“每年一入夏,就到了浆水的畅销期。6月至9月销售收入曾达到300多万元,去年年销售收入1000多万元。”袁振莹说,为顺应市场需求,他们还研发出炒制好的即食半成品。

在甘肃陇源农业科技开发有限公司,2018年建成的浆水酸菜现代化生产车间一派繁忙景象。一袋袋芹菜、包菜、蒲公英、苦苦菜、混合野菜等碗装、袋装浆水源源不断产出,年产普通浆水1500万袋。

甘肃陇源农业科技开发有限公司创始人王兵是甘肃天水人,曾在外打拼的他看到浆水酸菜的商机后,果断回乡创业。在多地考察并拜访中医后,王兵携手甘肃农业大学和兰州交通大学实验平台及科研团队,历时11年



图① 图为兰州市场上销售的自制浆水。 本报记者 赵梅摄

图② 图为浆水速食产品。 本报记者 赵梅摄

试验14300多次,研发出多种浆水和酸菜产品,并申请了专利。

新品受宠

盛夏时节,不论是西北百姓的餐桌还是饭店、餐厅,用浆水制作的浆水面、浆水拌汤等各种美食就成了“主角”,留在唇齿间的是清冽酸爽和悠长的回味。如果说传统浆水酸菜是中老年人抹不去的乡愁味道,那么各种口味的浆水小吃、浆水饮料则是青少年的新宠。

在甘肃陇源农业科技开发有限公司,五香味、泡椒味、仔姜味、麻辣味的小包装发酵山野菜让人口齿生香,原味、金橘柠檬、蜂蜜柚子味的浆水饮料更是让人欲罢不能。

在前期传统浆水投产后,王兵又根据市场需求,开发出各种口味的即食浆水酸菜和浆水饮料。浆水凉菜和“浆V”系列浆水饮料生产线年产浆水山野菜1000万袋、浆水饮料3000万瓶。去年,浆水面预包装产品已上市,因食用便捷和口味正宗深得消费者喜爱。

“我住在上海老家在甘肃,没想到在上海也能吃到甘肃的浆水面,很正宗!”上海市民刘志强说,浆水面预包装食品不仅满足了口腹之欲,还慰藉了他的乡愁。

在兰州的一些饮品店,浆水饮料也悄然兴起。黄瓜青柠檬、鲜冻柠檬薄荷浆水饮料……以浆水为主料,配料的现做饮料,在盛夏时节广受消费者青睐。

“夏天是浆水饮料销售高峰期,一天最多能销售近1000杯,单月最高能销售2.3万杯。”甘肃放哈餐饮娱乐管理有限公司市场部负责人杨丽斐说,小时候长辈们经常会在浆水里放糖给小朋友喝,当作夏日饮料。2015年,他们便尝试推出了冻黄瓜青柠檬浆水和鲜冻柠檬薄荷浆水,市场反响不错。

“去年我们试着做了花椒浆水、气泡浆水,今年还开发了香菜浆水。”杨丽斐说,为了让更多年轻人接受传统浆水,也让更多外地来兰州旅游的朋友尝尝老兰州的浆水味道,他们还做了很多尝试。

在开放加盟之前,放哈浆水饮品的销售区域主要在兰州市以内的直营店面,目前已同步至甘肃和青海所有的直营店面、加盟店面。

科技助力

“菌粉配比很重要,既要保证菌量又要保证菌活。”兰州大学生命科学学院博士生吴迎一边制作浆水酸奶一边说,浆水酸奶的制作与普通酸奶的制作方法相同,将生牛奶高温消毒杀菌后接种含有GR-3的菌剂,再进行4小时发酵和12小时冷藏处理,难点和关键点在于加入的菌粉配比。

“这碗酸奶中降尿酸益生菌的菌株活性比浆水面可高多了。”兰州大学环境微生物课题组负责人李祥锴介绍。一次偶然的机会,李祥锴捕捉到甘肃人因喜食浆水而少患病

风,于是他开始研究浆水中益生菌降低尿酸的效果。经过大量前期调查摸底,他和团队推测作为发酵食品的浆水中含有某种对痛风有积极作用的益生菌。经过4年多研究,去年3月,兰州大学环境微生物课题组发布了一项最新研究,从浆水中分离出一株发酵乳酸杆菌GR-3,可有效降低动物体内尿酸并控制尿酸积累。此项成果发表在微生物领域知名期刊《肠道微生物》上,一时间让传统浆水的消费再掀热潮。

如何在注重健康养生大环境的当下将这项科研成果通过转化惠及大众?经过认真研究,李祥锴和课题组将目标锁定在酸奶上。如今,面向痛风人群研发的“浆瑞康”浆水酸奶上市已近8个月,在武汉销售高峰时期一周出货量达到1.2万杯,8个月销量达12万杯。兰州的浆水酸奶市场正在逐步打开。

课题组又趁热打铁,开始研制浆水啤酒。“我们不断调整工艺,把从浆水中提取的GR-5益生菌参与到啤酒发酵周期中进行发酵,最终制成了浆水啤酒。”兰州大学生命科学学院研究生王泽民说,浆水啤酒的嘌呤含量比普通啤酒降低了50%。

“下一步,我们将通过公司化运作进行市场推广,争取在今年9月、10月大规模上市。”兰州大学环境微生物课题组负责人李祥锴介绍,目前浆水啤酒已完成小试和中试,商标注册等工作也在进行中。他们正在和企业商谈,希望能早日投产。