

作为世界四大草原之一,呼伦贝尔大草原的美动人心弦,受到众多旅游爱好者青睐。受新冠肺炎疫情的影响,呼伦贝尔的文旅产业同样面对重重挑战。市场主体在想什么,准备做什么?新形势下文旅产业如何调整发展路径?

# “草原游”如何实现逆势升级

## ——呼伦贝尔文旅产业调查

本报记者 余健

春看漫山遍野的杜鹃花,夏享一碧千里的大草原,秋赏五彩斑斓的千顷层林,冬观气势磅礴的茫茫雪原……走进呼伦贝尔,四季皆可入画,呼伦贝尔大草原是世界四大草原之一,不少旅游爱好者的旅游首选地。

呼伦贝尔市地处中俄蒙三国交界,其旅游重要节点均为口岸城市,受新冠肺炎疫情冲击较为严重。对此,当地积极出台一系列有效措施,激发市场主体活力,让“草原游”逆势升级。

数据显示,2022年上半年,呼伦贝尔市接待国内旅游人数达389.1万人次,收入46.97亿元,过夜游人数187.02万人次,收入36.47亿元,一日游人数202.08万人次,收入10.5亿元。其中,国内旅游收入、过夜游人数和过夜游收入3项指标均居内蒙古首位。此外,一日游发展迅猛,旅游人数和收入同比分别增长379.2%和929.4%。

在困难与变化中,呼伦贝尔的旅游从业者们都做了些什么?是如何探索新形势下文旅产业发展路径的?带着这些问题,经济日报记者走进呼伦贝尔。

### 精耕深度体验旅游

呼伦贝尔市地处内蒙古东北部,总面积约25.3万平方公里,北部和西北部与俄罗斯接壤,西部和西南部同蒙古国交界,拥有森林、草原、湿地、湖泊、河流等十分丰富的自然资源,是中国优秀旅游城市、全国唯一的草原旅游重点开发地区、国家级旅游业改革创新先行区。

要问当地人哪里的草原最美,他们会告诉你“莫尔格勒河景区”。该景区地处呼伦贝尔大草原腹地,地势平坦开阔,莫尔格勒河迂回曲折,两岸水草丰美,是草原旅游打卡必选地。“以往,景区的年接待量常破百万,这两年受疫情影响,游客人数大大减少。随着自由游客增多,消费需求也随之变化,游客越来越关注旅游消费体验。”呼伦贝尔市莫尔格勒河游牧文化旅游开发有限公司营销主管杭天宇告诉记者,“这种消费需求变化对我们也有很大触动,我们正积极打造以原生态观光体验为主,兼具休闲度假、教育科普等功能为一体的呼伦贝尔大草原——莫尔格勒河国家5A级旅游景区,充分利用得天独厚的资源禀赋,让大家真正感受到呼伦贝尔大草原的无限魅力。”

同样作为旅游必打卡地的还有额尔古纳湿地景区。这里是亚洲高纬度、低海拔、原生态湿地中物种最为丰富的湿地系统,草原、森林、界河、湿地相互辉映,景色美不胜收。

“如今,纯粹的观光旅游已经无法满足游客需求,旅游体验项目正备受青睐。”额尔古纳湿地景区主任臧翠英告诉记者,他们大力完善景区基础设施,增加了低空飞行、网红打卡点、主题邮局特色明信片邮寄等体

验项目。

在低空飞行项目现场,记者看到,虽然体验价格每人近500元,但仍有不少游客争先恐后尝试。“大家喜欢在高空俯瞰‘亚洲第一湿地’的感觉,壮观又刺激。”臧翠英说,随着旅游项目不断丰富,游客二次消费显著提升。

在记者采访中,“品质游”也是高频词之一。鄂伦春自治旗副旗长张子成告诉记者,近年来,当地积极整合文化旅游资源,因地制宜推出8条精品旅游线路,并通过聚焦“沉浸式”旅游潮流,推出“做一天鄂伦春猎人”民俗体验、“树屋星空”森林康养等一批富有鄂伦春特色、符合市场需求的深度体验旅游产品。

新巴尔虎右旗则把文旅产业发展定位在“原”字号主题上,打造私人定制主题游、民俗文化深度游。“我们将在游牧草原深度游体验基础上,陆续推出原生态景色、原住民生活、原民俗民风体验式文化旅游产品,满足高端差异化文旅需求。”新巴尔虎右旗文化旅游体育局局长赵宝力尔说。

### “旅游+”各显神通

驯鹿在林间来回穿梭,狍子在园中嬉戏玩耍,松鼠在人群间自由觅食……走进敖鲁古雅使鹿部落景区,人与自然和谐共处的画面随处可见。这里地处“中国冷极”之称的根河市,因拥有中国最后的使鹿部落和一群驯鹿而闻名。“不仅能与大自然零距离,还能接触到最后一个狩猎部落!”北京游客袁女士一边逗着驯鹿,一边对记者说。

“动物虽多,我们却不想打造动物园,而是依托当地资源禀赋,创建富有文化内涵的旅游目的地。”敖鲁古雅使鹿部落景区负责人闫浩告诉记者,景区从去年11月份起提升改造,目前已取得阶段性成果,敖鲁古雅鄂温克族驯鹿文化博物馆、撮罗子营地以及敖鲁古雅原始部落等项目正在积极推进中,驯鹿苑、文创商品店等已开始营业,运营情况良好。

根河市属于呼伦贝尔旅游线路末梢,一般旅游行程超过3天的游客才会前来。不过,今年根河市文旅产业恢复情况还不错。“今年景区只运营了一部分,待升级改造工程全部完成,预计营收还会增加。”闫浩说。

如果说“旅游+文化”为敖鲁古雅使鹿部落景区注入了活力,那么“旅游+农业”则让额尔古纳河畔韦农牧场的奥洛契庄园有了更多底气。“作为典型的农旅结合项目,奥洛契庄园从2017年开始打造,旨在依托自身农牧业产业基础与当地特色的旅游资源打造田园综合体,为室韦农场转型升级打开新窗口。”内蒙古室韦农牧业有限责任公司总经理田一民告诉记者。

2019年,庄园对外开放。不仅游客十分认可,且在庄园带动下,农牧场生产的农副产品也成为旅游产品,附加值显著提升。然而受疫情影响,游客明显减少,收入大打折扣。尽管如此,这座田园综合体并没有停下发展步伐,积极筹划新的高端住宿餐饮项目。“奥洛契庄园的根和魂在农牧业,只要基础还在,我们对未来发展充满信心。”田一民说。

陈巴尔虎旗则把“旅游+”的重点放在了体育竞赛、民俗活动上。陈巴尔虎旗文化旅游广电局副局长苏毅岚告诉记者,“为激发文旅市场活力,带动当地人游

呼伦贝尔,陈巴尔虎旗举办了草原马拉松、草原徒步、草原风筝节以及天天那达慕等活动。我们希望通过多元化的活动吸引游客,激活短途近距离旅游需求,缓解疫情对文旅产业带来的影响”。

### 产业链延展成体系

夜幕降临,呼伦贝尔古城步行街华灯璀璨。前不久被评为国家级夜间文化和旅游消费集聚区,是人们感受呼伦贝尔味道与文化的好去处。

在古城街区的游客服务中心,记者遇到蒙兀文化传播有限责任公司负责人徐伟晶,她从事过多年旅游业的营生,如今在古城开办了文创商品店。“旅游已经成为一种生活方式,但不能局限于传统旅游业,未来的旅游必须与文化深度结合,做成产品,形成产业。呼伦贝尔旅游资源丰富,文化底蕴深厚,文创产业大有可为。”

徐伟晶转行做文创已有8年,公司在当地已经形成一定规模和影响力。她能清晰感受到游客在文旅消费理念、方式以及能力等方面的变化。“在满洲里直营店,我们自主设计的文创商品虽然售价30多元,但比附近5元钱的旅游小商品更为热销。如今,不少文创店的客单价都在提升。”徐伟晶表示,文创产品的设计开发应该更多元些,设计思路更开阔些,这样产品的市场也能更广阔。

与徐伟晶多元发展思路不同,鄂温克族姑娘艾吉玛把民族文创做到了极致。“我们每年大大小小‘太阳花’文创产品会卖到8万个左右,年销售额在百万元以上。”这位年轻的鄂温克族太阳姑娘文化发展有限公司负责人告诉记者,“太阳花”是鄂温克族文化中的一个重要符号,目前相关手工制品的品种日益丰富,还呈现出融合发展态势。

“太阳花、皮雕、刺绣等都是呼伦贝尔地区别具特色的民族工艺,我们与手艺人精诚合作、融合发展,让一件工艺品兼具多项民族工艺,很受市场欢迎。”艾吉玛告诉记者,他们与当地20多家旅行社以及周边景区、博物馆等合作销售手工艺品,并在线上面向全国销售。“每年5月到9月的旅游旺季,线下购买的游客比较多。这些年,游客不仅喜欢看美景,更喜欢听故事,文创产品就是承载故事的好地方。”艾吉玛说。

冰舞秀《呼伦贝尔之恋》则将文、旅、体完美结合。“我们的演出以当地传说为故事主线,将冰上杂技、魔术与多媒体特效结合,为广大观众呈现视觉盛宴。”呼伦贝尔之恋文化发展有限公司总经理陶贵川介绍,“在今年北京冬奥会期间,这一作品作为文化和旅游部对外文化交流项目走进了43个国家,将中国冰雪故事传播到世界各地。”

### 构建文旅新形象

内蒙古自治区文旅厅公布的数据显示,2022年上半年,呼伦贝尔市场主体数量实现稳步增长,115家文化和旅游市场主体获审批,增长12.45%;新设立旅行社29家,增长5.62%。

位于海拉尔区尚品众创赋能空间的呼伦贝尔真鑫相伴旅游有限公司,就是刚成立一年多的旅行社。“我们主打私人定制的高端游,今年虽受疫情影响,但接待量和订单数还算不错。”公司旅游定制师马铭璐说。“我们招商孵

化的项目更倾向于文旅项目,毕竟呼伦贝尔文旅产业有基础有优势,我们对此很有信心。”负责该众创空间运营的葛时语告诉记者。

“为缓解疫情不利影响,呼伦贝尔已向文化旅游市场主体推出了3类13项补贴措施,并积极开展‘我爱我家,温暖畅游’文化旅游惠民季、旅行社承接机关企事业单位培训等活动,带动文旅消费,激活文旅市场。”呼伦贝尔市旅发委办公室副主任、文化旅游广电局局长臧著强告诉记者,今年,呼伦贝尔市办理完成了197家旅行社申报暂退质保金949.5万元,26家旅行社申报缓交质保金520万元,并计划发放400万元文旅惠民消费券。

“我们还率先上线预约宝分时预约系统,开发‘融易宝’等文旅惠民数字平台与数字化文旅产品,用数字化为呼伦贝尔文旅产业赋能。”臧著强说,呼伦贝尔市全力推进文旅重点项目建设,今年计划实施重点文旅项目75个,同比增长140.6%,总投资94.22亿元,同比增长201.6%。

多年从事旅游营销研究的呼伦贝尔学院副教授蒋玉华认为,呼伦贝尔市文旅产业发展成效明显,但仍存在地区发展不平衡等问题,尤其在疫情影响下,文旅产业面临巨大挑战:从供给端来看,文旅资源大量闲置、文旅企业资金回收困难;从需求端来看,人们的长距离旅游需求受压抑,但城郊游、乡村游、微度假等文旅产品丰富度不足,导致域内旅游实际接待能力较低。

蒋玉华建议,呼伦贝尔市要充分利用呼伦贝尔大草原旅游形象的知名度和美誉度,在保持原有定位前提下,构建“草原+”多样化、完整的旅游形象体系。呼伦贝尔市在发展草原旅游、森林旅游、冰雪旅游、边境旅游等方面具有优势,应深化全域全季全业发展理念,全力推进农旅、工旅、体旅、交旅等项目融合,实现“旅游+”全面提速;并依托独特文旅资源基础,着力创建国家级旅游休闲城市,推动高端国际旅游目的地建设。

“呼伦贝尔市文旅将在做好常态化疫情防控,守好安全底线的基础上打好底子、创好牌子、做大盘子。”臧著强告诉记者,“首先是打好底子,全力推动文旅项目尽快建成达效,包括交通基础设施建设、景区基础设施升级改造等,通过项目建设支撑文旅产业提质增效;其次是创好牌子,发挥‘呼伦贝尔大草原’市域公用品牌的示范效益,同时擦亮‘呼伦贝尔大兴安岭’‘冬季英雄会’等金字招牌,创建国家级旅游休闲街区和旅游休闲城市,建设文化艺术之都,引领文旅产业全域全季全业发展;最后是做大盘子,继续采取务实举措暖企纾困,提升市场主体信心,同时吸引更多社会力量参与到呼伦贝尔文旅事业中来,推动文旅产业高质量发展,实现旅游总人数、总收入和市场主体数量稳步增长。”

图为呼伦贝尔额尔古纳市的湿地美景。(资料图片)

### 呼伦贝尔市



### 调查手记

呼伦贝尔旅游资源丰富,人文底蕴深厚,更有别具特色的民俗风情。疫情的确带来了不小的影响,但也给呼伦贝尔文旅产业升级发展带来了契机。可以看到,呼伦贝尔旅游业正向品质化、差异化、品牌化方向发展,大草原吸引来的“流量”正在成为“留量”。

品质化发展成为共识。在生态优先、绿色发展导向指引下,呼伦贝尔各地都在想方设法丰富旅游体验项目,提升文旅服务水平,用品质游代替观光游。游客数量可能减少了,但经济社会效益可能却更多。品质化同样体现在文创产品上。正如一位蒙古刀制作的非遗传承人所说:“手工制作的蒙古刀不便宜,但购买的人不少,高品质的好作品基本不愁销路。”需求客观存在,关键是要优化供给。

差异化发展正在推进。大草原是呼伦贝尔的名片,但不是全部,这里还有“草原明珠”海拉尔、“塞外苏杭”扎兰屯、“中国冷极”根河、革命老区阿荣旗、天鹅故乡陈巴尔虎旗……除了草原旅游线路,呼伦贝尔已经打造了许多具有各旗市区特点的特色线路,包括“穿越时空”历史文化体验之旅、“游牧天边”民俗体验之旅、“游憩自然”生态体验之旅等。差异化发展让人们看到了更多元更精彩的呼伦贝尔。

品牌化发展蹄疾步稳。呼伦贝尔文旅能够在疫情期间有序发展,离不开“呼伦贝尔大草原”这块闻名遐迩的金字招牌。如今,“呼伦贝尔大草原”有了更为丰富的内涵。今年5月份,呼伦贝尔市发布“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌,希望借此做好做深做透“旅游+”“+旅游”这篇大文章,不断推进农牧业现代化产业化进程,进一步提升呼伦贝尔的知名度、美誉度和产品竞争力。与此同时,各旗市区也在重点培育和打造独有的文化旅游品牌和文创产品。

让  
流量  
成为  
留量