

# 欢庆双节开心游

## 乐享秋色“过林卡”

本报记者 代玲

秋日的雪域高原，碧空万里、青稞飘香。周末，拉萨市民琼珠次仁带着一家老小来到距离市区40公里外的神秘树林“过林卡”（郊外野炊）。

“拉萨的秋天很舒服，风景也很美，特别适合户外活动。”琼珠次仁说，趁着这样的好时节，全家出来过林卡，放松一下身心。

神秘树林位于拉萨河畔的林周县边交林乡当杰村藏嘎组，占地1200余亩。因空间开阔、水系环绕、林木茂盛，近几年来在拉萨“林卡圈”内声名鹊起。每年4月底至10月，是拉萨最适宜过林卡的季节。一到周末或节假日，神秘树林里就人潮涌动。

“我们是提前两天才预订到的。”琼珠次仁说，神秘树林的林卡很火，现在正是秋游好时节，要是不提前一些，可能就订不到了。

拉萨周边分布着数百个林卡，为什么神秘树林能脱颖而出？

神秘树林里多为树龄达30余年的大杨树。初秋时分，它们已渐渐被黄色所晕染，别有一番景致。“金黄的青稞地，连片的杨树林，清澈的河流，特别适合秋游。”琼珠次仁说，除了景色美，基础设施的不断完善和服务质量的不断提升，也是他们青睐神秘树林的重要原因。

2019年，神秘树林开始成为林卡。这几年，随着拉萨至林周道路条件的改善，从拉萨市到神秘树林驾车仅需40分钟左右，越来越多的人选择到神秘树林过林卡。

抓住机遇，林周县积极发展林卡经济，引导当地村民参与到旅游产业中。林周县文旅局工作人员周月丽介绍，去年4月至今年7月，政府投资700余万元对神秘树林进行了生态修复和基础设施提升改造。现在，神秘树林内不仅有林卡帐篷、露营地、林间栈道，还配套了停车场、移动厕所等设施，开展了骑马观光、休闲垂钓等游乐活动。今年5月至8月，神秘树林收入已达到120多万元，其中骑马等活动收入占到了四分之一。

对于热爱过林卡的格桑玉珍来说，神秘树林吸引她的地方在于在这里可以选择

租用现成的帐篷或天幕，也可以选择自带，方式十分灵活。

趁着秋色正好，格桑玉珍一家就自带天幕和食物到神秘树林过林卡了，仅需支付每车15元的停车费和50元的场地费，便可玩上一天。

2021年时，藏嘎组有意愿的村民都可以各自在神秘树林搭建帐篷，经营林卡。今年开始，神秘树林由藏嘎组集体经营，共有51户村民参与。“大家都很用心，努力做好服务。”村民查果说，现在的经营模式让他们更能拧成一股绳把林卡经营好。

“我们不怕来过林卡的人多，就怕没有来。”村民白玛央金说，以前各自经营林卡时，每户一年才收入7000元左右。今年虽然林卡季还没结束，但是照现在的收入趋势，分红上万元是绝对没问题的。

“抓住中秋国庆假期，我们要再努力，让今年经营林卡的收入再往上涨一涨。”白玛央金说。

不仅村民努力经营，以神秘树林为切入点，而且边交林乡还按时节打造了“边林生态旅游季”。9月至10月正是以“秋色”为主题开展林卡活动的好时节，当地政府通过丰富多彩的活动，不断提升神秘树林的品牌效应和吸引力，让更多人了解、认识、走进神秘树林。9月8日，第十六届西藏珠穆朗玛摄影大展“林周生态艺术共享季”系列活动在神秘树林拉开序幕。此前，雪顿节期间，神秘树林还举办了一系列文艺活动，吸引了大量游客前来。如今，过林卡已不仅是本地人的游乐方式，越来越多的外地游客也参与到林卡游中。

“现在，来神秘树林过林卡的外地游客已占到了三分之一。”周月丽说，游拉萨过林卡的休闲方式正逐渐被广大外地游客接受。

来自北京的游客李丹就是在互联网平台上看到了过林卡的短视频，才萌发了和朋友体验一把的想法。“没想到，拉萨的林卡这么有意思，让我有了一次难忘的秋游经历。”李丹说，以后会再来体验林卡露营。



北戴河鸽子窝公园上演海上光影秀。

郎千硕摄(中经视觉)

## 浪漫秋游有潮范

本报记者 王胜强

中秋、国庆“双节”，刚刚经历了火爆暑期旅游季的滨海城市河北秦皇岛，备好了传统与新潮融合的文旅大餐，诚邀四海宾朋共度佳节、共赏“海上明月”。

在华灯初上的北戴河鸽子窝公园，游客们听涛、观海、赏月，共享“海上生明月，天涯共此时”的良辰美景。他们有的提着自制花灯，穿着汉服做游戏，传来阵阵欢笑；有的吟诗诵月，感受诗词歌赋之美；有的载歌载舞，复刻古时秋忙情景，庆祝丰收；有的共放天灯，祈愿平安幸福；有的猜灯谜，体验文字中的浪漫巧思……

“大雨落幽燕，白浪滔天，秦皇岛外打鱼船，一片汪洋都不见，知向谁边……”伴随着雄浑的朗诵声，“海上奇幻夜”海上光影秀将中秋夜游推向高潮，如水的月色和炫目的灯光交相辉映，光与影的浪漫给游客带来沉浸式夜游新体验。

“下午开车两个小时，到这儿正好赶上晚饭时间，既能品尝美食，又能欣赏到这么震撼的光影秀。”唐山游客王梅说，“以前都是白天来鸽子窝公园，没想到这里的夜晚更美。”

褪去暑热的秦皇岛北戴河新区阿那亚社区凉爽、澄净、空阔。很多游客特地选择秋日来阿那亚，静静地体验这里特有的文化气息和浪漫氛围。孤独图书馆、海边礼堂、女神剧场……在众多的地标建筑前，人们一一打卡留念。

在草坪上陪孩子玩飞盘游戏的北京游客李杰告诉记者，他一个月前就预订了阿那亚民宿。李杰说，几位北京的朋友已经约好这几天也会到达阿那亚，“到时候我们准备参加社区组织的足球联赛，一定要玩个痛快”。

节日期间，阿那亚社区除了各种艺术展演、全国风筝冲浪节、国际滑板大师赛等文旅活动，还推出传统聚会——中秋家宴。此前，召集令一发出，阿那亚APP上已有不少业主迫不及待地报名。

相比阿那亚浓浓的文艺风，北戴河新区

的另一个文旅重镇——渔田七里海度假区则以全天候旅游度假体验撑起秋日旅游市场的一片天。该度假区启动了“渔田丰收季”，众多有颜有趣有料的活动吸引了来自周边城市的家庭。在稻田亲子研学活动现场，农业专家和导游带领孩子们在度假区的“七里稻田”单元认识水稻和稻田生态圈，学习扎稻草人，体验割稻、打稻、晒稻收获全过程，既增长了知识，又提高了动手能力。

来渔田七里海度假区游玩的天津游客陈军民一家参加了景区推出的免费“海洋牧场”捕捞游活动，吃上了亲手网打上来的生蚝、螃蟹等海鲜。“这趟出游实在是太有意思了！”陈军民在朋友圈分享了自己的渔获。

据了解，以“越夜越精彩”而闻名的渔田七里海度假区在“双节”期间还推出了渔田金秋烟花大会，为节日增色。八分钟烟花秀、水上舞影、国潮电音秀等夜游场景在景区一一上演。中秋之夜，一艘用高科技灯光技术装扮的月亮船环绕景区水系游行，给游客带来奇特的游玩体验。

同样坐落在北戴河的碧螺塔海上酒吧公园则举办了“海上赴月节”，成为年轻人喜爱的潮流儿景区。无处不在的音乐、梦幻般的灯光、欢腾的人群，还有海浪和篝火，绘就了碧螺塔海上酒吧公园别样的浪漫。在景区口水街、浪街、金街主题美食街边，观海上生明月，品秋色吃美食，别有一番情趣。来自山东的游客李伟说：“这里是一个多彩的世界，既有中秋节日的氛围，也有时尚浪漫的消费场景，大家都能在这里找到自己喜欢的地方，每一层都有你的世界，每一层都有你的色彩。”

此外，秦皇岛市还推出“浪漫之秋·畅玩秦皇岛”系列文旅活动，旨在充分展示秦皇岛的山水风景、人文胜景、生态美景，让广大游客沉浸式体验秦皇岛世界文化遗产、自然生态、多彩民俗等文旅资源，为游客呈现一个多业态、高颜值的全景秦皇岛。

199元的阿迪、耐克随便挑，有些款式转一圈回来就不见了，不少消费者光是找车位就耗了1个多小时……这些热闹的消费场面都发生在周末和节假日的奥特莱斯。从“野性消费”到被大牌折扣吸引，如今年轻人买东西也不再像过去那么冲动了，越来越多人选择购买刚需或高性价比商品，折扣模式已经成为今年零售行业最亮眼的一匹黑马。做好“既好又省”大文章，正推动着新业态、新模式持续激发消费新活力。

中国百货商业协会日前发布的《2022—2023中国奥特莱斯行业白皮书》显示，2022年中国奥特莱斯行业的销售规模增速为8%，高于其他零售业态，未来仍将处于快速发展阶段。另有数据显示，今年上半年，全国奥特莱斯销售额超过1300亿元；被称为“线上奥莱”的唯品会也悄然翻红，3个月实现新增活跃用户高达400多万，整体业绩增长超过13%。

无论是奥莱还是唯品会，它们的走红恰恰反映出消费者对性价比和消费体验的更高追求。随着人们生活水平的提高和观念的更新，“消费升级”浪潮渐成规模，当年轻人既向往品质生活，也奉行着自己的一套省钱之道。他们不愿意在“9.9包邮”的噱头里寻找廉价替代品，相反，兼具品质和性价比的折扣零售正中下怀，让越来越多年轻人甘愿在打折区里精挑细选，以满足他们对品牌、时尚和体面的需求。

折扣零售在俘获了消费者芳心的同时，也在经营模式、服务内容、业态组合与营销手段等方面不断推陈出新。例如，品牌在奥特莱斯渠道的玩法持续升级，除了去库存之外，还向奥莱投放专供商品甚至定制化服务，既不与商场里的正价货品冲突，又能给消费者带来更加丰富的购物选择。互联网的快速发展也为折扣零售行业的兴起提供了便利，唯品会等电商平台通过建立全球买手制度与大量品牌合作，保障了货源的多样性和稳定性。

不过，随着大型电商平台纷纷涉足奢侈品业务，一些奢侈品牌也在自建线上渠道、流线下，同质化竞争加剧，出境游消费分流，如何在品质和价格之间寻找平衡，如何在保证正品的基础上建立平台自身的口碑，如何在拓宽下沉市场的同时打造更多加分项，这些都是折扣零售亟待解决的问题。

全渠道、精细化运营仍是折扣零售行业发展的趋势。在商品供给端，除了要与品牌密切合作，在强化整体供应链建设的基础上，结合不同品牌的区位优势、客群类型、经营阶段等特性，做强做深一个或多个优质品类，同时强化品牌货品类型的丰富度、流行度以及独家货品的供给，形成差异化优势。在消费体验端，探索从零售场转变为社交场的功能延伸，不只限于打造舒适的购物环境和场景，还可以植入音乐节、艺术节和主题市集等文旅属性较强的体验内容，包括匹配餐饮、亲子、娱乐等项目，与商品折扣联动形成特色化标签，吸引更多消费者的目光。与此同时，以数字科技赋能实现线上线下全面融合，也将助力顾客体验和经营管理的智慧化、数字化升级。

折扣零售爆发式增长的背后，是中国消费者消费理念从“更贵更好”到“又便宜又好”的转变。当商家既可以打出折扣的招牌，又能获得消费者信任的时候，势必为扩大内需注入源源不断的新鲜血液。

市场观察

激发市场

郭静原



周末和节假日，越来越多的人选择到神秘树林“过林卡”。

本报记者 代玲摄

凭借秀美的自然风光、丰富的旅游资源，海南一向是热门旅游目的地。近年来，从老牌旅游景区的焕新升级，到网红打卡点的火爆出圈，海南旅游设施日趋完善、旅游玩法更加多样，吸引着越来越多游客。美团数据显示，近1个月，海南游客好评率达91.3%，安心、舒心、放心的旅游消费环境持续稳定。

绚烂又震撼的骑楼灯光、热闹又精彩的中秋创意集市、中国传统拜月典礼……中秋之夜，逛海口骑楼老街，体验一番老海口的生活，感受一把轻松和闲适，亲手做一个月饼，品尝老街传统美味，或者扎一盏灯笼，既应景又有趣。

“今年的中秋国庆假期，骑楼老街举办了丰富多彩的活动，包括文艺展演、老街巡游等。”海口市龙华区旅文局副局长孙勇刚说，骑楼老街已经成为国内外游客海口行的必选打卡地，街区紧扣需求，推出众多文旅活动和产品，满足不同层次游客的期待。

假期旅游“火”的背后必然是消费需求“旺”、市场供需“活”。作为中秋国庆假期期间的热门旅游目的地，海口不断丰富和创新文旅供给，推出多个新举措、新项目、新线路、新玩法，50余项文体活动“敞开怀抱”迎接各地游客，以火热的市场带动绵长的客流，充分激发旅游消费活力。

## 琼韵映月庆中秋

本报记者 王伟

“为了享受今年最后一个长假，不少人早就开始酝酿出游计划。市内旅行社对今年中秋国庆长假充满期待，纷纷发力，期望能有好的收获。”海口市歌文旅行社负责人周敏告诉记者。

“黄金周人流聚集，海口致力于打造安全舒心的旅游环境，提高游客满意度，让更多游客来了还想来。”海口市旅文局副局长蒋祖华说，海口市将推出海口放心游平台，涵盖景区、旅行社、酒店等诚信商家，设立20万元先行赔付资金池，用于游客在平台诚信商家旅游消费时遇到消费纠纷的先行赔付。

每到节假日，海南的“演艺+旅游”总能引爆市场，许多年轻人不远千里拎着旅行箱来到海南看演唱会。旅游行业在加速复苏的同时，也基于用户和市场需求在转型升级，“音乐+旅游”逐渐成为新的出游风向

标。这个假期，多场演唱会、音乐剧等演艺活动在海口、三亚等地举办。

“出去玩+看演出”的消费叠加，将有效聚合商人气。在此背景下，海口深度推进“音乐+文旅”模式，推出同程音乐生活节、“沐光而行·星耀海口”演唱会等活动，为游客提供更加丰富的文旅消费产品，为拉动旅游增长提供澎湃动力。

“同程音乐生活节现场设有展览、文创、美食、互动等展位，为大众呈现兼具综合性与品质感的音乐生活盛宴，解锁旅游文化消费新场景，助力实现文化、旅游和经济的有机结合。”同程旅行相关负责人饶思碧说，希望通过“音乐+文旅”的模式促进旅游业和音乐产业的融合，为城市发展带来新的动能和机遇。

今年中秋国庆假期，三亚文旅融合叠加效应凸显。10月3日，2023“回忆经典 唱

响三亚”群星璀璨演唱会在三亚市体育中心白鹭体育场开唱，谭咏麟、陈慧娴、阿杜、吕方、卓依婷等歌手带来众多经典歌曲；三亚海棠湾开维费尔蒙酒店在每日傍晚时分举办日落仪式，黎族阿哥阿妹举起火把，跳舞欢迎客人；三亚湾红树林度假世界推出电音节、冲浪生活展等亲子类产品，同时联动其他湾区红树林品牌酒店，推出一站式游艇出海、夜游三亚湾等产品，丰富游客的游玩体验。

“海南将持续加强旅游新业态监管，对潜水、冲浪、海上休闲、野外探险、高空跳伞、低空滑翔和直升机观光等旅游新业态全面开展执法检查，做到不留盲区、不留死角、不打折扣，进一步促进旅游新业态规范经营和有序发展，以良好旅游环境迎接各方游客。”海南省旅游和文化广电体育厅副厅长李仲广表示。



图为2023年海南七

仙温泉嬉水节上的表演。

文宏志摄(中经视觉)