

昆明融创文旅城 构建知名旅游“目的地”

2018年,“诗”和“远方”走到了一起。

文旅融合、跨界创新,新文旅的供给发生了前所未有的结构性改变,众多文化场景资源不仅在空间上被重构,在内容上也叠加了新的元素,层次更丰富,体验更多样。

在云南着力打造世界一流“健康生活目的地”的背景下,“半城山水半城湖、半城春色半城梦”的昆明,积极推进旅游业态从观光型旅游到复合型旅游转变,从资源型旅游向价值型旅游转变,着力打造世界知名旅游城市、国际旅游集散地和目的地。“目的地”成为昆明文旅融合发展的题中之义。

按照省委、省政府提出“大企业引领、大项目带动、大资金介入”的新路径,随着政府对旅游产业空间、业态发展、公共服

务建设等方面的关注逐渐增强、支持力度逐渐加大,多家在文旅方面有实力有规模的企业进驻昆明,一批以“目的地”为目标的文化旅游项目建成开放,形成了文化旅游融合发展、中小项目协同发展、重大项目遍地开花的格局。

12月21日,位于西山侧、滇池畔的昆明融创文旅城开业,为自然美景赋予了文化、旅游、康养等更为丰富的内涵,烟波浩渺五百里、醉卧云中睡美人,拥有着西山、滇池以及宜人气候和清新空气的昆明,由“镜头下的名片”进一步向可赏、可品、可玩、可驻的旅游目的地转变。

据了解,昆明融创文旅城开业当天客流如织,络绎不绝,证明了市场对它的初步认可。融创在文旅项目规划建设中的考虑和落地实践,无疑对全省的旅游升级转型有着积极的作用,或对更多文旅项目起到借鉴和示范的作用。

响应政府号召

顺势布局文旅

在联合国世界旅游组织第22届全体大会上,中国发起成立世界旅游联盟,成为未来促进经验共享的重要平台,旅游已不单单是游山玩水,在外交舞台上正扮演着越来越重要的角色。

今年,中国旅游研究院发布的《中国入境旅游发展报告2019》中指出,我国入境旅游进入稳步增长通道,入境旅游市场规模保持稳步增

长。同时报告提出将入境旅游振兴与国家战略更紧密地结合,进一步释放文旅融合发展带来的新动力。重视城市在国家入境旅游体系中的支撑作用等建议。

正因为如此,融创将第一个完全自主设计、研发、建设、招商、运营的文旅项目放在了昆明,融创西南区域集团总裁助理兼云南地产公司总经理王志刚表示:“在中国‘一带一路’

倡议中,昆明市既是云南省的省会,也是重要的节点城市,在经济和文化方面具备辐射南亚、东南亚的优势和实力。希望通过昆明融创文旅城项目,吸引周边国家的游客,展示云南开放的姿态和良好的旅游形象。”

中国旅游研究院昆明分院院长云南省旅游规划研究院原院长姜若愚教授认为,旅游是体现和平崛起、柔性外交的重要途径,旅游外交的本质

是提供让所有人快乐的普世价值,具有互利共赢、利益交融的典型特点,是促进各国人民交往的最有效方式。“从更深层次解读,融创此举是对国家‘一带一路’倡议的响应,很有远见。今天来看,这个作用可能还不明显,但是通过提前布局长期运营,逐步推动着城市旅游形象和旅游知名度的提升,对周边国家旅游人群的影响力会逐步显现。”



多窗下的昆明融创文旅城(局部)

完善产业链条

赋能文旅发展

“目的地”三个字,简单又复杂,文旅产业的超长链条与无边界,使得目的地的创新打造具备相当的难度。究竟怎样的模式才是正确的?

事实上,在网络高度发达和技术复制十分便捷的今天,已经没有什么意义上的“模式制胜”。一方面消费需求多样性和地域特色的千差万别,单纯复制已很难再出佳作;而另一方面,所谓“成功模式”的背后,隐藏的信息是文旅产业链的整体把控能力,

以及一点沉下心来做事的耐心。内容才是王道。

在此前对王志刚的采访中,他曾经这样表态:“文旅行业要对城市、资源、地域文化和客户需求做深度解读,这是需要时间和耐心去完成的,但是必须做。”

所以我们看到,在融创已落地的10座文化旅游城中,都坚持用持续的投入和运营,不断升级迭代项目的产品和服务,不断进行自我超越,带

着客户思维去做细节运营,是融创文旅团队一贯的做法,通过洞察不同客户在不同阶段的需求,把产业链条的每一个环节都吃透,从细节之处提升产品力和服务力。比如探索商业、乐园、酒店三个核心业态的共享服务;为游客提供定制化菜单式服务;演艺团队操刀进行改版,完成秀场表演品质升级等。

而在融创文旅产业链条的把控上,目前已拥有了一支7000人的文旅

团队,具备了从创意研发、规划设计、建设运营到经营管理的文旅全产业链运营能力,形成了完善的业务闭环。

在最近的一个月,融创将企业战略定位升级为“中国家庭美好生活整合服务商”,在地产+服务、文化、文旅的基础上,又拓展了会议会展、医疗健康两大板块,形成全方位“美好生活”的六大业态组合,这六大业态互相协同发展,为文旅项目的建设运营赋能提质。



昆明融创海世界



昆明融创雪世界



观看球幕电影,体验“飞越”云南

强化公共属性

优化空间结构

改革开放以来,随着中国经济发展与国民收入的增长,旅游从只是少数人的享受,逐步成为国民大众日常生活常态。

所以文旅项目不应只应为少数人服务,而应大众共享。

姜若愚解释:“文旅项目开发主要靠两个方面,一是优美的自然景观,这是天赋的;二是人文资源,包括悠久的历史文化和绚丽多彩的民族文化,这是时间沉淀的,两者都是公

共资源。用公共资源打造的项目必须具有公共属性。”

参照瑞士的日内瓦湖,昆明融创文旅城项目中是这么做的:打造生态景观区、旅游区、城市发展区三个层次。临近洱海是生态景观区,用一个大面积的湿地公园为草海湖城设置了一道生态保护的屏障,这是全开放的公共区域;向外一层是旅游区,用主题乐园、旅游小镇、星级酒店群和主题客栈打造了一个全民共享的准

公共区域,再向外才是居住生活相关的区域。

这么做好处显而易见。遵循“绿水青山就是金山银山”的发展理念,在尊重和保护自然山水格局前提下,城市建设与自然景观有机融合,让居民“望得见山、看得见水、记得住乡愁”,同时更大尺度地让渡了公共空间,使项目具备了大众得以共享的公共属性。

当然,在追求社会效益的同时,

也能兼顾经济效益。姜若愚特别提到:“时代给地产+文旅的项目提出了更高的要求,过去有很多所谓的文旅项目,靠地产开发作为唯一盈利来源,把景观资源变成了文旅噱头,新形势下这样的模式已经行不通了。强调项目的公共属性实际上也是在提醒开发商,专注于公共旅游区也就是文旅内容的运营,通过文旅自身的造血能力,良性运转,实现长期可持续发展。”

全年龄、全场景的昆明新“玩场”。

这里常常有想停驻的旅游居住空间。昆明融创万达嘉华酒店和昆明融创万达文华酒店,带来可以一览滇池美景的舒适商旅空间。在滇池后海商业街区还引入了26族道、花间堂等标杆民宿客栈。无论停驻在哪里,都拥有国际化酒店品质的别致出游体验。

单一的自然资源被整合提升成为多层次、相融合的欢乐场景,让短时光向长时间停驻、全体验型度假方式转变,同时也提供了满足消费者多元需求的本地生活服务。

旅游业从观光向休闲度假转型,实质是从文化接触向文化融合的转变。

昆明融创文旅城通过不间断的民俗活动和表演形式,将云南民间文学、传统音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、杂技、民情等元素的文化融合到滇池后海旅游小镇的各个场景中,体现了传统文化的现代旅游演绎。

白族广场,每年将举行盛大的白族三月街节庆;哈尼族广场,有载歌载舞的6月节;彝族广场,人们将在火把节围着火堆载歌载舞……以“白族、苗族、纳西族、哈尼族、傣族、彝族”6个少数民族为元素的主题广场和览海文化广场,将不定期为游客展示民族文化、活动和节目。游客不仅可以通过街区建筑感受民族风情,还能从浓郁的节日活动和广场主题表演中,感受少数民族的文化氛围。据了解,昆明融创

因地制宜资源

创新产品供给

旅游资源、文化元素并不能等同于文旅产品,更不能等同于好的消费体验。游客的消费层次不尽相同,观光、休闲、度假、体验,不同发展阶段和不同层次需求同时存在,寻找文旅融合的边界,打破边界、重新定位,把资源的使用效率发挥到最大才能取得相应的成功。

不做简单复制,因地制宜创新产品供给,把资源、文化元素很好地“翻译”成符合新消费群体所能理解、接受并买单的产品及服务组合,这是昆明融创文旅城的全新探索。

昆明被称为“春城”,就用“雪世界”让“春天”与冰雪邂逅。总建筑面积约3万平方米的融创雪世界,拥有目前云南最大的室内滑雪场,集娱雪与滑雪功能于一体,可以实现全季节恒温的冰雪体验。

昆明与大海的距离有近一千公里,就用占地面积4万平方米的融创海世界,拉近大海与昆明的距离,海世界馆内错层设计,分为大洋环游区、热带雨林区、海岛珊瑚礁三大区域,不用走出昆明就可以经历奇妙的环球海底。

此外海世界还配套了拥有全球前沿科技的球幕影院——在20米高的球幕前面,采用悬空式飞行模拟,并辅助声、光、电、雨特效场景,游客可以身临其境“飞越”大理的苍山洱海、丽江的玉龙雪山,用“独特视角”去

观赏云南风光。

融创具备不断迭代文旅产品的能力,力图使每一个项目都与当地的民族文化风情相深度融合,实现“一城一色”。昆明融创文旅城在云南风情的深度文化体现中,就结合了新非遗、新文创、新民俗、新时尚的特点。

不同于其他融创文旅城项目,昆明融创文旅城提供了一种全新开放式特色小镇体验,并在整体风貌上融入了云南少数民族文化特色,一条开放式设计的滇池后海商业街区,融入了白族、苗族、纳西族、哈尼族、傣族、彝族文化,打造一水一街五桥六院七广场,串联起整个文旅城的特色建筑,无处不透露着文化的肌理,深度实现了“城市标杆开放式街区商业”。“民族风情与现代时尚品牌交融的特色小镇”双重定位。

目前该街区已引进杨丽萍等明星自有特色品牌,更有紫檀博物馆、大象书局等创新业态的进驻。国际艺术文化舞剧《云南映象》也长期驻场于此,特别为此设计的云南印象剧场,能够同时容纳1000位观众,一个承载着云南民族文化对外宣传的文旅新名片已然呈现。

作为昆明人“身边的乐园”,昆明融创文旅城给昆明市民带来了近在身边的欢乐,也为全国游客带来了属于云南的特色文化体验。



“滇池后海”商业街的民族风情展演



国际艺术文化舞剧《云南映象》

持续文化导入

演绎现代旅游

提及文旅项目,不得不说到故宫,六百年时光,铺洒在千亩青砖上;五千年文明,流淌在万座殿宇间……可以说历史的厚重,是故宫最好的凝结。据故宫博物院官网介绍,2019年春节,世界各地的观众已实现了“进宫过大年”——北京紫禁城按照宫里的年节礼仪,用丰富的藏品装饰一新;每座宫殿、每个庭院都宫灯高悬、张灯结彩,贴春联、挂福字,不仅有沉浸式深度体验,还可以品尝御膳房的美味小吃……

旅游业从观光向休闲度假转型,实质是从文化接触向文化融合的转变。

昆明融创文旅城通过不间断的民俗活动和表演形式,将云南民间文学、传统音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、杂技、民情等元素的文化融合到滇池后海旅游小镇的各个场景中,体现了传统文化的现代旅游演绎。

白族广场,每年将举行盛大的白族三月街节庆;哈尼族广场,有载歌载舞的6月节;彝族广场,人们将在火把节围着火堆载歌载舞……以“白族、苗族、纳西族、哈尼族、傣族、彝族”6个少数民族为元素的主题广场和览海文化广场,将不定期为游客展示民族文化、活动和节目。游客不仅可以通过街区建筑感受民族风情,还能从浓郁的节日活动和广场主题表演中,感受少数民族的文化氛围。据了解,昆明融创

文旅城每年将举办各类节庆活动不少于20次。

文旅界时下最热门话题莫过于“夜游经济”。国务院《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》明确提出大力发展夜间文旅经济。相关行业各种夜游经济论坛此起彼伏,政府寄予厚望,业界一花各表,消费者各种体验不亦乐乎……

日常时间,昆明融创文旅城则利用河道进行水灯祈福活动、夜间游船体验、晚间水上乐队演奏等活动,同时联合商户,分时段打造夜间欢乐夜游、夜间舞蹈互动、夜间艺术手工体验、街区乐手演奏及演唱等项目,形成常态化的活动主题。

通过不间断的节庆和活动,将云南文化源源不断导入项目所营造的场景中,丰富了体验内容,在提升景观效果和夜间照明特色的基础上,更好地将融创滇池后海的建筑特色、文化底蕴向外展示,同时营造出良好的夜间氛围,打造更好的夜游体验,满足游客全时段游赏景区的需求。

昆明融创文旅城通过一手思考与实践,增加对游客和周边消费者的黏性,夯实旅游“目的地”基础,实际上,这也是宣传云南文化的一种有效的方式,有助提高云南和昆明作为“目的地”的影响力和知名度。

链接

据了解,今年6月份开业的广州和无锡融创文旅城,以文促旅、以旅彰文、和合共生,充分体现了文化让旅游更“聚人气”、旅游让文化更“接地气”,而此次开业的昆明融创文旅城,在此基础上又有了新的变化,结合国际型知名旅游城市的“目的地”定位,旅游产品进一步创新,文化引入更有深度,体验方式更加独特……

随着游客对传统的文化景区已经出现审美疲劳,对新的事物充满期待,像昆明融创文旅城这样突出特色和体验性的文旅商业综合体将成为城市休闲度假群体的“新宠”。它打造的是文旅复合模式,通过文化、民族主题,聚集商业、旅游、休闲于一体,满足消费群新消费需求;

极具个性化的小镇模式,协同推进公共文化服务和旅游公共服务、为居民服务和为游客服务,发挥好综合效益,成为了深化文化和旅游融合发展的重要内容,带起了生活、旅游、消费、购物、娱乐的全周期。

根据广州和无锡融创文旅城的游客总量统计数据,结合昆明本地居民和旅游人口测算,昆明融创文旅城开业后,预计年游客量将超过1800万人次,提供就业岗位约3万个,将为城市带来经济发展的新动力。王志刚表示:“站在新的历史起点上,昆明融创文旅城将着力提高消费者体验,打造目的地型文旅消费场所,助力城市旅游转型升级,与政府、民众同心合力为昆明建设区域性国际中心城市作出积极贡献。”

