

“低空+旅游”如何激发消费新活力?

新华社 李晓婷 吴慧珺 周慧敏

从蓝天“一跃而下”体验跳伞乐趣,在直升机上俯瞰山河,于城市烟火中欣赏一场无人机灯光秀……随着各地低空文旅项目“上新”,低空经济以“云端视角”持续点燃消费热情。

记者在多地走访看到,“低空+旅游”正以立体化体验塑造文旅消费新场景,激活“吃住行游购娱”全链条消费,成为撬动文旅市场的“空中引擎”。

新玩法:“低空+文旅”带来丰富体验

“从空中看三亚的海景,像是打开了新世界!”在海南最大的跳伞基地——三亚塔赫跳伞基地,内蒙古游客王晓玲体验了固定翼跳伞后难掩兴奋。

刚刚过去的“五一”假期,三亚塔赫跳伞基地日均接待量较平日增长约70%,2024年基地接待跳伞客人超过1万人次,今年一季度已经达到6000人次。三亚塔赫极限运动俱乐部有限公司总经理张恩铭说:“低空旅游以高空视角赋予传统景区全新魅力,尤其受年轻群体追捧。”

安徽九华山风景区,5月3日,在直升机轰鸣声中,合肥游客王强一家俯瞰春日山景,连声惊叹“半小时太值了”!项目运营负责人刘留告诉记者,目前,该游览项目共开设3条航线,体验时间在5分钟到25分钟之间,价格区间在几百元至上千元不等。

据赛迪顾问预测,我国低空经济规模有望在2025年跨过8500亿元大关,2026年有望达到万亿元级别。去年以来,多个省份积极规划设计低空应用场景,探索特色旅游飞行航线等低空文旅新业态。

记者走访看到,以载人直升机为主的低空观光项目正从“小众体验”迈向“大众消费”。重庆巫山开通直升机俯瞰长江三峡项目;江苏苏州开通金鸡湖、苏州古城等低空观光航线;安徽肥西县祥源·花世界旅游度假区正在打造空中赏花项目,为游客带来“空中观花海,云端瞰江淮”的全新体验……

科技赋能下,低空文旅应用场景深度拓展,不仅丰富了文旅业态,也带动餐饮、住宿等消费多点开花。

无人机演绎的灯光秀正在点亮夜经济。自4月19日起,重庆将无人机灯光秀从“节庆限定”升级为常态化展演,5000架无人机编队以“月月焕新”模式,演绎“山水人城”联动的视觉奇观;“五一”期间,安徽省黄山市休宁县祥源齐云山生态文化旅游度假区内,约1100架无人机每晚准时腾空而起,展现出仙鹤、宝剑、榔梅花等文化元素,吸引游客打卡。

无人机表演带动酒店、餐饮商家纷纷推出“观演套餐”。重庆市综合经济研究院院长丁瑶说,“无人机+夜景”的组合拳,推动文旅业态向立体化、科技化转型,形成“空中消费+地面服务”的全新产业链条,助力打造“低空+”文旅生态,让“流量”直接转化为“销量”。

强支撑:政策助力低空文旅“高飞”

低空文旅的“腾飞”离不开政策赋能。低空经济连续两年被写入政府工作报告,《提振消费专项行动方案》明确支持低空消费发展,各地因地制宜推出支持低空文旅发展的各项举措。

“真金白银”推动产业发展。安徽合肥提出,对开设经民航部门审批的载人eVTOL航线的企业,分类别给予补贴,其中观光旅游类航线每人100元/架次;重庆开展低空飞行消费周,今年共发放3000万元低空飞行消费券,今年活动期间拉动消费超5亿元;江苏苏州支持低空载人观光,对开通观光航线的企业,每增加一条新航线给予2万元补助,每家企业最高50万元。

“建圈强链”促进融合发展。海南三亚推动低空旅游产业与酒店民宿、会议展览、节庆赛事等其他产业融合发展;四川鼓励发展以低空经济为主题的新型文化业态、文化消费模式,支持举办航空会展、航空论坛,支持开发低空文创产品。

持续推动应用场景“上新”。浙江提出,支持发展



5月2日,游客在三亚塔赫跳伞基地体验跳伞。
新华社 郭程 摄



5月3日,在重庆市永川区大安通用机场,鹿峰航空专业人员引导小朋友体验低空飞行。
新华社 陈仕川 摄

电动垂直起降航空器观光、热气球环游、滑翔伞运动等低空农文旅活动;四川支持建设航空运动体验基地和航空飞行营地,举办大型航空体育和无人飞行器等赛事活动;海南提出,拓展低空飞行器旅游观光场景,支持海口、三亚等环岛旅游公路沿线市县,结合驿站布局开通直升机、eVTOL、飞行汽车等低空旅游观光线路。

国际先进技术应用推进中心(合肥)执行主任程羽说,在政策驱动下,各地通过创新推出多元化低空文旅体验,撬动文旅消费市场,更通过常态化运营、文化融合与产业链延伸,让低空经济成为文旅产业升级的“空中引擎”。

谋长远:多举措推动低空文旅高质量发展

“低空+”打开文旅想象新空间,如何能“飞得更稳”?

“低空文旅作为新兴业态,行业发展初期难免出现人才短缺、运营不规范的短期乱象,一窝蜂上项目、同一区域同质化竞争也时有发生。”海南省航空运动协会秘书长徐丽文说,近年来,协会一直呼吁运营企业进行人员、飞行器材、运营场地备案,并运用行业协会的专业力量,引导和鼓励企业规范化运营。

受访人士认为,需通过政策、技术、场景与生态的多维协同,破解成本高、项目同质化等问题,释放低空文旅市场活力。

“要吸引低空领域的高端人才留下来。”徐丽文建议,发展低空旅游要从旅游观光、赛事经济、应用场景开放等方向着手,鼓励相关企业落地,实行低空人才落户补贴,推动当地低空经济人才储备发展。

差异化竞争成为破局关键。祥源齐云山生态旅游度假区董事长梅岭以无人机表演为例:“必须深挖本地文化,避免千篇一律。”她提出构建“低空文旅品牌矩阵”,联合文旅、科技企业打造区域IP,通过短视频、直播等精准营销提升转化率。

海南旅游发展研究院院长陈耀建议,以海南为例,未来可推动利用海南自贸港政策对低空设备的展销和交易,进一步吸引低空设备组装、研发和制造企业,逐步形成海南特色的低空经济产业链。

向云端,探新路,低空文旅高质量发展还需技术创新持续赋能。程羽认为,各地可探索推动轻量化、低成本设备研发,推动低空场景的创新,拓展“低空+研学”“低空+康养”等模式,“未来低空旅游将不止于‘天上飞’,更要实现‘地上热’”。

《半月谈》 刘美子

如今,山寨食品的“势力范围”早已突破传统农村市场的局限,凭借与正品高度相似的包装、极具迷惑性的名称以及低廉的价格,悄然潜入监管薄弱地带,在网购、外卖等平台以及一些线下零食店等渠道频频“冒头”。

“搭车”线上售卖

“看着像老干妈,包装上的名字却是‘陶碧华’”“远看是金典牛奶,近看却是全典牛奶”……不少网友在社交平台上晒出自己踩过的坑。曾经以农村市场为主要根据地的山寨食品,如今借助网购、外卖以及一些新商业模式,大规模蔓延至线上平台,出现“搭车”售卖等现象。

直播间、线上购物、外卖平台成为山寨食品的温床。一些商家将山寨食品与餐食打包成套餐捆绑销售,部分商家还使用“收藏店铺送饮料”或“低价加购饮料”等促销手段吸引顾客购买。网友反映,线上看这些山寨食品外观与正品相似,极易误导消费者。

更需警惕的是,山寨食品还存在损害消费者健康的风险。部分食品包装上的营养成分标注不实,可能存在滥用食品添加剂、微生物超标、重金属含量超标等情况。一些山寨食品甚至“碰瓷”药品进行非法售卖,如“安宫牛磺丸”冒充“安宫牛黄丸”。

界定不清 威慑不强

山寨食品是一种处于法律灰色地带的“侵权产品”。虽然部分生产商在法律层面拥有完整手续,是经过独立注册的合法企业,但本质上侵犯了消费者的知情权,用“合法外衣”掩盖产品潜在问题。

依据《中华人民共和国反不正当竞争法》,擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识的行为属于不正当竞争行为。但部分基层市场监督管理人员反映,现实中对于“相同或者近似”这一关键概念的具体界定仍不够清晰明确,缺乏可操作性强的细化标准。

记者调查发现,当前食品造假涉及面广、手段多样、手法隐蔽、危害程度深,取证与执法难度较大。即便被查,一些制假者往往仅面临罚款或吊销营业执照等较轻处罚,相较于所获取的高额利润,处罚力度微不足道,威慑作用不强。同时,由于信息偏差、辨别能力缺乏、损害甚微而维权成本高昂等因素,消费者往往只能自认倒霉。

全链条整治山寨食品

近日,国家市场监管总局针对农村市场发起假冒伪劣食品专项整治行动,剑指原料污染、知假造假、误导消费三大顽疾。打击山寨食品是一项系统性、长期性、广泛性的治理任务,需要多方面共同努力。

提高违法成本。受访专家认为,相对于不法行为获取的高额利润,罚款、吊销营业执照等较轻处罚起不到应有的警示作用。专家建议,严格购物平台、外卖平台准入标准,并提高对食品造假者的处罚标准;对于情节严重的食品造假行为,应依法追究造假者的刑事责任,让不法分子付出沉重代价。

织密食品安全网。专家表示,执法和监管部门应梳理分析线上销售数据,通过大数据、人工智能等信息技术追溯产品的销售商和生产商,掌握侵权主体和行为的相关证据,更高效识别和追踪山寨食品的生产和销售链条。

提高全民食品安全意识。受访者建议,加大对山寨食品危害的宣传力度,增强消费者的辨别能力;加强监督力度,建立第三方食品溯源平台,确保所有在售食品来源可追溯、去向可查证、责任可明确,方便消费者查询和举报,形成全社会共同抵制山寨食品的良好氛围。

山寨食品“搭车”,蔓延线上平台