

申城赏花游扎堆 如何避免不单一?



申城各大公园人流如织。

阳春三月,桃花怒放、樱花盛开、油菜花灿烂,随着清明节小假期临近,外出踏青、赏花迎来小高潮。不知从何时开始,上海乃至苏浙不少景点都将“赏花游”作为重要的旅游产品打造,各地赏花点如雨后春笋般涌现。然而,青年报记者近年来对申城多处赏花地的实际走访,发现沪上不少赏花地,存在游玩项目单一,难有回头客的尴尬境地,个别景点甚至存在名不副实、基本无看点等现状。

青年报首席记者 陈轶珺

现象 赏花游大热引发“羊群效应”

昨天市旅游局公布了上海春季赏花地图和18个赏花点。事实上,从上周末开始,沪上赏花游就持续火热。市内,大宁灵石公园的郁金香争奇斗艳,顾村公园的早樱盛放如云霞,植物园里百花争艳,还有雕塑公园的梅花林、中山公园的樱花、人民公园的白玉兰等街头赏花点,处处凸显申城无处不飞花的景象。

上周日一大早,家住大华康泰新城的孔女士把老公和儿子从床上拉了起来,一家人计划好去顾村公园看樱花,怕晚了人挤人,结果仍然遭遇了人比花多窘境。同样是在上周末,大宁灵石公园的郁金香展也迎来了17万人次的游客,也创了公园开园13年来的新高。

这只是上海赏花游的一隅。事实上,早在2014年,整个上海的赏花游就交出一张漂亮的成绩单。以去年清明小长假为例,浦东新区的上海桃花节、顾村公园的樱花节、奉贤的菜花节

三大春季赏花节庆活动吸引了大量市民游客,累计接待游客分别为7.32万人次、30.7万人次、20.08万人次。

“四、五年前,上海还只有植物园培育有大面积的鲜花,现在更多的公园推出花展、花节,市民看花赏春越来越方便。”上海植物园的相关负责人曾表示,面对众多的花节、花展,植物园的游客不减反增,因为这些花节也渐渐培养了市民赏花的习惯,吸引了更多游客。

经济学里经常用“羊群效应”来描述经济个体的从众跟风心理。也许是瞄准了赏花游的经济效益,近年来,沪上不少地方纷纷开始栽花、种树,搞起了赏花游。“以油菜花为例,前几年上海大型的油菜花节就奉贤庄行一处,今年单单上海崇明就冒出了两处与油菜花有关的赏花线路。”上海一位旅行社的相关负责人坦言,这两年江浙沪地区每年赏花游的旅游线路都以平均20%的速度在增加。

幕后 部分景点栽几十株花也来吆喝

就在赏花游如火如荼的背后,各种问题也随之出现。这些问题造成的结果,就是一些景点的赏花游成了“锤子买卖”,难以吸引游客再来光顾。

去年国庆,听说上海某处新建了一处玫瑰园,白领李小姐邀请了三个闺蜜一起去赏花。倒了3部地铁,又拦了出租,差不多折腾了两个小时。终于到达传闻中号称六千亩的玫瑰园。可走进景区内,四人大失所望,园内到处都是泥巴,花儿也没开几朵。除了花以外,只有一个人工湖算是景点,整个景区十分钟就转完了。“虽然门票只要10元钱,但时间不要钱啊。实在太坑爹了,这景点完全是半成品,没建好就要开门迎客,那么心急要赚钱啊。”

李小姐一行四人大呼上当:“我一定不会再来第二次。”

同样遭遇吐槽的还有上海崇明的一处薰衣草园,当时身为崇明人的叶小姐决定去捧个场。然而,她去了

以后才知道这里跟想象中完全不一样。“原以为薰衣草园应该像法国普罗旺斯的薰衣草一样,是人间仙境,微风吹过,紫色波动如海洋里掀起一层又一层紫色的浪。但那里的薰衣草就一小茬,一眼就看到了边儿,花朵也很稀疏。”不到20分钟就逛完了,这也敢吆喝游客来赏花,太让人失望了。”

申城一家旅行社负责人坦言,江浙沪乃至全国地区,像这样一两年内新建的赏花地有很多,向旅行社自荐的也不少,但真正能当成旅游产品向游客推介的却没几个,最重要的原因是名不副实,栽几十株花就推赏花游。个别赏花点甚至是铁打的营盘,流水的兵,什么火种什么,全无自己的特色。不过现在技术发达,有些景点拉不到旅行社的客源,就PS了一点美图,写点清新的文字,放上网络,自我吆喝。倒也吸引了不少游客,但不少人乘兴而去,败兴而归。”

窘境 游玩项目单一缺少配套服务

事实上,除了顾村公园、大宁灵石公园,同一时段沪上可踏青的赏花点为数不少,那么,为何只有顾村、大宁灵石公园两个公园火了?青年报记者了解到,这两个公园热的主要是便捷的公共交通,轨交7号线顾村公园站出来便是公园2号门,1号线直达大宁灵石公园。若说是赏花,这几年滨江森林公园举办的杜鹃花展也很不错,但单日的游客量远远不如顾村公园、大宁灵石公园。毕竟公共交通、尤其是便捷的轨道交通对游客的吸引力还是最大。没有轨道交通、自驾也很远的崇明东平森林公园、松江佘山森林公园,它们的园内环境、举办的各种活动也都很好,但客流就是上不

去。除此之外,一些景点过于强调原汁原味,不愿投入建设配套设施,景点仍处于原始状态,造成了“花虽好看赏花难”的窘境。一些业内人士坦言:“不少赏花点缺包装,缺创意,缺产业链,缺基础设施和配套服务。虽然上海郊区,果园、苗圃不可胜数,但并非所有的都能成为赏花点,而要适应赏花游客的需求,应当完善基础设施,做好配套服务。”

同时游客自身植物知识的缺乏也是赏花游较为单一的重要原因。对于很多游客来说,赏花仅停留在看花之美的层面。而如何去欣赏,又如何在百花丛中找乐趣,还需要有所引导。

经济 办各类花展其实是亏本买卖

赏花游如此扎堆,上海部分区县、各大公园、民营景点仍热衷于大办花节,难道这一朵朵“花”真能带来巨大的经济效益?青年报记者了解到,由于造价高昂的花型景观和每年耗费巨大的养护成本,多数主办方都表示“不赚钱”。

和其他鲜花节相比,顾村公园的樱花节年年都能吸引游客纷至沓来,客流屡创新高,然而顾村公园依旧难以依靠举办樱花节而实现盈利。

宝山区绿化局局长杨辛曾在接受记者采访时透露,一般情况下,在入园的人流中有“四六开”的说法,即40%免费入园的儿童、老人等,周一至周五是以老人为主,学生也是半价,而以剩余60%的入园门票率来计算。

据披露,今年截至目前,顾村公园的营业收入达到1270万元,举办樱花节的投入则在492万元左右。看似盈利,但与高昂的养护成本相比,仍

难以实现收支平衡。从目前来看,亏损依然无法避免。”杨辛告诉记者,目前顾村公园一期建成达180公顷,每年约需要4000多万用于养护管理,其中政府补贴每年高达1千万元,剩余3千万则通过餐饮、娱乐、住宿配套服务等各种经营来进行创收。

“办公园、办花展就政府层面都是‘亏本生意’,特别是前期需要不断‘砸钱’。以宝山地区为例,除了顾村公园和炮台湾湿地公园2家收费外,其余近20所公园全部免费。可以说经济效益是最后的。”杨辛告诉记者。

“以公益性为主,更注重社会效益,不以经济效益为前提。”上海植物园的相关负责人也表示,从2007年开办花展伊始,植物园的门票价格多年来都未改变,直到去年略有上涨,从原来的15元上调至20元,但花展并不另行收费。相比开办花展动辄千万元的巨大投入,门票收入仅仅是个点缀。”

[专家说法]

应将赏花与当地特色结合

作为都市旅游的新亮点,全国大多数城市都存在赏花旅游项目一哄而上、重复单一、同质化竞争的隐忧,那么,赏花经济还能火多久,出路在哪里?华东师范大学旅游系副教授刘德艳并不反对申城赏花游的同质化竞争,她认为眼下摆在旅游管理部门面前的是如何长远规划好赏花经济,令赏花游魅力常驻的问题。

“上海的自然旅游资源基础比较差,每到春天,‘花’是最佳的卖点。上海从南汇的一朵桃花开始发展赏花游,通过多年发展,赏花游已从区与区之间的竞争发展到了,园与园的竞争。说到底赏花只是一种手段,主办方更多的是看中这朵花带来的眼球效应,靠花吸引游客的注意力。此外,取消五一长假后,春季只剩下两个

三天的小长假,无法进行中长途的旅游。但人们出游的欲望需要得到释放,仅仅靠个植物园无法满足人们的需要,赏花游便由此兴起。”

刘德艳补充,扎堆并不是坏事,关键避免单一。应以赏花为切入点,将其与当地特色相结合,打造具备自身优势的旅游产品,才能有根有源,长久发展。一些有文化传承的景点可以将赏花与历史民俗结合,而上海则可以考虑将赏花与科普、亲子结合。比如,在各大赏花景点设立专业人士不但能监督游客文明赏花,指导游客如何赏花,以及平日里如何种植护理花草。如果有专业人士的指导,游客一边赏花,还能学习相关知识,也丰富了赏花游的内涵。此外,还能通过区与区的联动,在竞争与合作中加强产业链的延伸。



市民在花丛前合影。

本版摄影 青年报记者 吴恺