



临沂费县“飞行嘉年华”现场，滑翔伞表演赛在许家崖水库启动。

## 一场飞行嘉年华吸引13万游客 飞半小时花费超千元，低空旅游较“小众”

蓬莱飞仙、敦煌飞天、嫦娥奔月……从远古时代开始，内敛而浪漫的中华民族就已经开始憧憬蓝天，创作了一系列神话故事。如今，飞机已经成为大众常用交通工具，人们开始探索使用通用航空飞行器来一场“低空旅游”。11月7日，2016低空旅游研讨会在临沂召开，通用航空大发展的背景下，探讨“低空旅游”有了实际意义。

本报记者 许亚薇

### 低空旅游项目让 旅游淡季游人如织

从传统的旅游行业规律来看，每年过完“十一”黄金周，几乎全国各地都进入了旅游业的淡季。无论是景区、景点，还是度假村、旅行社，绝大多数会开启休养生息模式。然而，就在最近几年，旅游行业从业人员开始探索旅游业态的更多可能，这其中就包含备受关注的“低空旅游”。就在最近，一场“飞行嘉年华”让临沂费县开启了时髦的“低空旅游”。

刚刚过去的10月13日至20日，在临沂市费县许家崖水库举办了首届“飞行嘉年华”，重磅引入2016全国动力伞优秀选手赛，成为国庆之后独具特色的亮点活动。据了解，开幕式上，20个热气球、30余架动力伞、30余架滑翔伞、三角翼飞机等共100多架飞行器齐登场，是省内首次举办多种飞行器加入的低空旅游项目。

“出人意料的是，飞行嘉年华活动开幕式当天，一共吸引了3万多人来到现场，不仅有参与低空飞行的人，还有不少当地村民

和游客加入到嘉年华。”中体飞行体育产业发展有限公司CEO赵磊明说，依托飞行嘉年华，当地村民聚集在一起成了集市，带动周边区域发展。

中体飞行体育产业发展有限公司是此次活动的承办方之一，该公司的CEO赵磊明还有另外一个身份，他是航空飞行营地准入标准的起草人。“作为近年来滑翔伞运动热门城市的尼泊尔博卡拉，仅2015年全年到场及体验滑翔伞的中国游客人数就超过100万。”赵磊明表示，中国人消费航空的时代已经到来了。

### 通用航空产业发展 为低空游增底气

“低空旅游是民间创造的概念，官方正式称呼是‘空中游览’。”中国旅游智库委员于冲说，我们已进入大众旅游时代，既然作为民间约定俗成的说法，我们认为叫低空旅游更贴近大众和市场。

于冲总结道，低空旅游是指利用通用航空的设施，整合周边的旅游资源开展的以通用航空体验为特色的旅游活动。

“抓住通用航空产业与其他业态，特别是旅游业、体育业的融

合，就抓住了新的经济增长点。”提及通用航空产业的发展，中国工程院院士、沈阳航空航天大学校长杨凤田多次聊起今年5月《国务院办公厅关于促进通用航空业发展的指导意见》(下称《意见》)，“业内人士看到都受到很大鼓舞，总要求中，关于培育通用航空市场，加强通用航空市场建设，促进产业建设，扩大低空开发，强化全程安全监管、保障措施等方面，共提出了23条。”

《意见》中还明确规定了到2020年的发展目标，即从300个通用机场增加到500个，通用航空器中现有的1874架增至5000架，年飞行量由现在的73.2万小时增至200万小时以上，通用航空业经济规模超过1万亿元。

### 国内88条航线中 持续运营的不到20%

从我国目前的情况来看，发展“低空旅游”存在着不少障碍，无论是国家政策法规，通用航空产业硬件设施、人才培养，还是低空旅游行业产品，与一些国家相比都存在着不小差距。

有业内人士提到了低空旅游行业专业人员的短缺问题。“培养

通用航空飞行员，考取运动飞行员执照需要花费12万元，而达到教员水平则需要50万元。”杨凤田说。

据于冲介绍，从通航企业来看，截止到2015年年底，全国共开辟了低空旅游的航线88条，大多集中在北京、四川、海南等地。但据业界人士分析，真正能够持续运营的不到20%。尽管有诸多的原因，关键还是在低空旅游产品的包装、线路的设计，特别是市场的营销和开拓存在较大的问题。

此外，低空旅游依旧是旅游行业中的“奢侈品”，属于小众市场。“通常情况下，一刻钟的飞行价格在500元到800元不等，2014年运营收入为1亿元，占整个通航产业收入的1.3%。”中国旅游报社社长高舜礼在其演讲《低空旅游如何飞出新天地》中讲到。

### 打造通用航空产业 的文化氛围

在杨凤田看来，通用航空产业要大发展，必须先玩起来。这一点得到了于冲的充分认可，他说，同样的景观，在天空中看和在地面看是完全不同的，游客完全可以地面上看完后再登上飞行器从天空来一次俯瞰。

“从近期来看，建议以省、市旅游部门为主，编制低空旅游规划，实现与通用航空产业规划对接和融合；但从长远来看，需要发挥低空旅游传承弘扬航空文化的引领作用，培育通航产业市场。”于冲说。

于冲看来，文化氛围在通用航空产业发展中起到非常重要的作用。他举了美国通用航空发展的例子，很多美国人在儿童时期就开始体验模拟飞行，美国营造航空文化氛围主要的方式有举办航空节、通航企业和飞机制造企业举办开放日，在节假日举行群众性的航空活动，如飞行表演、跳伞表演、热气球等。同时他们每年还举办各种各样的航空表演，在美国的很多城市都建有航空博物馆，直接作为传播和传承航空文化的载体。

山东省摄影家协会主席、飞越齐鲁品牌创始人侯贺良也从其专业角度出发提出了自己的见解，“在全省或者某一个区域内建立低空旅游网络，打造一年飞遍齐鲁的低空旅游线路，对于摄影人来说也是很有吸引力。”侯贺良说，低空旅游的线路很重要，飞上天要有景色看，总不能看农田。

## 发展低空旅游要让游客“先玩起来”

本报记者 乔显佳 许亚薇

早在明代，我国就有一位叫万户的中产阶级，将47支火箭绑在椅子上，手举两只大风车希望到空中走一遭。不幸火箭爆炸，万户献出生命。这个故事足以显示，自古至今，地球人对于飞天的梦想由来已久。

设想万户的初衷，绝不只是像今天乘坐飞机等交通工具，从甲地到乙地，而是更有趣的：玩。他的行为可视为中国古人空中旅行的第一次尝试，万户本人也完全称得上是低空旅行的先驱。

长期以来，低空旅游尽管万众期待，但始终处于“只听脚步，未见来人”的尴尬境地。究其原因，政策限制是一方面，市场开发滞后也是原因之一。要想开启低空游，必须尽快释放公众对低空旅游的向往和热情，像本次会议达成的共识一样：发展低空旅游让更多游客“先玩起来”。

当前，中国进入了大众旅游的时代，旅游成为社会消费必需品之后，消费者不再满足于常规旅游产品，出现审美乏味。而对空中游览、飞行体验、私人飞行、体育飞行等内容的低空旅游，则

抱有巨大兴趣和需求，如果抓住民众的这一需求，在产业、产品等方面先行一步，因势利导，有望引爆交通、物流、抢险、勘探、培训等关联产业业态。

游客在尝试多次低空旅游后，或许有机会成为低空飞行器的驾驶者，甚至拥有者。因此培育更多低空旅游的消费者，是培育低空产业消费市场最现实、最便捷的渠道。

当然了，突出抓好低空旅游产品营销，让现有的通航企业先玩起来。一方面需具有专业知识、线上线下同步资源整合的通

航运营服务公司，将低空旅游各主体方准确定位、抽丝剥茧、细化分工，创造四方共赢(通航公司、低空旅游运营服务公司、国家景区或旅游地产公司、营销渠道)的完整低空旅游市场环境条件。另一方面通过低空旅游管理系统，进行“通航+旅游+互联网”跨界整合模式，打造全方位立体旅游环境，逐步为消费者实现国内“一键起飞”的低空旅行；在地方项目落地的过程中，将低空旅游规划和运营服务进行一体化市场操作，使低空旅游项目运营点，产品丰富多元化，盈利模式

清晰，投资方便快捷进入，全方位发展低空旅游。

11月7日低空旅游研讨会最后，中航空旅、新之航传媒、山东通航公司三方签订合作协议，组建山东低空旅游股份有限公司，这标志着“玩起来”有了实际操作意义，寻找通航企业与旅游业的结合点，在商业模式上寻找突破，做好低空旅游产业发展规划。