玻璃栈道频出 或陷“东施效颦”

近几年，全世界的游客似乎都跟玻璃较上了劲，玻璃观光体验项目频繁出现.初步统计，近年来国内景区打造的玻璃项目达数十个，2014年9月，河北白石山玻璃栈道对外开放；2015年7月，湖北省首条玻璃栈道在罗田县天堂寨风景区建成；2016年4月，湖北宜昌长阳清江方山景区悬崖玻璃栈道正式开放；2016年6月，湖南张家界大峡谷玻璃桥完成桥面玻璃安装；不久前，密云清凉谷玻璃走廊、绍兴新昌的玻璃栈道开放的消息不胫而走，目标直指今年“十一”黄金周……这不禁引发业内思考，游客真需要如此众多的高空刺激项目吗？

景区一窝蜂“上马”玻璃栈道

继世界最长玻璃桥在湖南省张家界市大峡谷被叫停之后，玻璃栈道话题依旧火热，不但加大了人们的好奇心，也将玻璃栈道这类近几年逐渐火热的新型观光设施推向高潮。

作为一种新型旅游体验设施，玻璃栈道体验诞生于2007年的美国科罗拉多大峡谷U形观光台，时隔几年，犹如雨后春笋般出现于中国各地景区。玻璃栈道（台、桥）一般建在风景壮美、地势险峻的山岳峡谷中，大多沿着悬崖绝壁而建。

相关人士指出，借助这种透明的步道载体，将游客的观光视角从平面维度转变成了立体维度，游客不但可以移步到普通桥梁、道路难以企及的位置观看独特景观，更可以如飞人般凌空清晰俯瞰脚下悬崖峭壁，树木飞流，体验一把心跳加快的刺激，将以往简单而略显平淡的观光活动融入了动人心扉的刺激成分，一些地方甚至将其作为创建5A级景区的一张“牌”看待。

据不完全统计，2014年以来，各地先后有10多座玻璃栈道建成开放，仅今年以来就有多座玻璃栈道在湖北宜昌、湖南怀化、北京平谷、密云等地建成开放，玻璃栈道的最长、最高等数字不断被后来者刷新。

被指成景区“提款机”

官方数据显示，自张家界大峡谷玻璃桥试运营以来，上桥游客共计9.2万人，日接待游客量近万人，开业当天，大量游客通宵排队等候体验，这也给景区配套设施带来挑战。

据报道，以早期保定涞源县白石山景区玻璃栈道为例，其影响力让游客呈“井喷”式增长，但也因为进出口交通瓶颈和运力方面存在不足造成景区外的大量拥堵，并引发一些游客随意插队引发游客情绪激动，以及游客无视景区的安全标识牌和交通指引，在山间随意找路往上攀爬造成了景区内拥堵，也让景区背负了“提款机”的骂名。

据悉，虽然当前只有部分景区将玻璃栈道体验作为单独收费项目建设，大多数景区都将其作为增加游客体验价值、丰富景区项目的附加产品看待，最多收取几元钱的鞋套费。据了解，张家界大峡谷玻璃桥规定每天仅限8000人上桥，这个原本出于安全角度考虑的规定，却让“抢门票”之潮愈发狂热。由于网络售票配额较少、旅行社之间的竞争，都使黄牛有了可乘之机，有游客爆料称238元的景区门票已被炒到近千元。

虽然玻璃栈道的运行有着严格限制，诸如单向通行、限量通行、不得长时间逗留，禁止用硬物砸划、禁止从上向下扔垃圾等异物、禁止攀爬跳跃，但遍地开花的玻璃栈道产品也因缺乏评估标准和安全标准，成为了游客们关注的焦点。北京联合大学旅游学院教授徐菊凤认为，玻璃观景设施自身承载力有限，必须严格控制游客流量与游客停留时间，并保障玻璃的洁净与安全，同时还要充分保障游客的安全，必须对游客进行有效疏导与引导。一些景区刚建成的玻璃栈道，由于地处游客必经之路，也没有采取维护措施，仅仅数月就已经布满游客鞋迹划痕，失去玻璃的透视功能。加之如果疏于管理维护或游客引导不善，轻则导致游客体验效果差，重则导致安全问题，都会违背景区投资建设的初衷。

折射业内创新不足

诚然，旅游的竞争已经不再是以前纯粹旅游资源优劣的竞争，它已经加速进入了“下半场”，比拼的是旅游产品的深耕细作、场景体验和特色服务。对此，国际旅游投资协会总干事王琪对本刊表示，比比皆是的玻璃栈道产品也折射出业内创新不足的问题。

王琪认为，鉴于玻璃栈道产品聚拢不少游客的成功事例，投资人出于急于收回回报的心理，才出现了景区纷纷上马玻璃栈道的行为，但其效果也会随着时间的推进、案例的增加以及游客阅历的增加而减小。“一个旅游产品要想达到长期吸引游客关注，仅依靠类似‘玻璃栈道’这种新奇的体验产品远远不够，需要更多依赖于创新、文化的支持。”

“旅游文化投资与其他投资有着很大不同，不是单纯的投入与产出的思路，玻璃栈道需要匹配更好的内容，山够不够高，地势和风景够不够特别都是衡量玻璃栈道能否长线吸引游客的原因。”王琪告诉本刊，“旅游的本质是满足人的精神需求，以景区为例，作为文化旅游的典型代表，其所蕴藏的文化底蕴和知识产权并非一朝一夕形成，而是需要长期积累，也要求投资建设此类项目时应审时度势，清晰把握其功能定位。”

此外，王琪还指出，作为早期国内玻璃栈道景区的代表白云山景区，当前也面临着一炮而红之后的忧虑，“景区投资者和经营者往往在引爆眼球之后要思考如何留住游客，这也需要采用更多创新的方法，包括软件、硬件、营销方面的调整。”

◇编者手记◇

玻璃栈道莫要东施效颦

不久前，一篇“行走在湖南省平江县悬崖峭壁上的栈道工”的文章在朋友圈爆红，文中记录了湖南平江栈道施工者们的日常：早6晚5的工作制，工人们在没有栏杆和一些防护措施的保护下，身负重担，凭着一顶安全帽和一身虎胆，在绝壁上徒手搭建了“通天大道”。

唏嘘的背后，留给我们更多一些思考，除了让这些拼命挣钱的工人得到经济上的回报外，玻璃栈道是否真的有必要遍地开花？

在玻璃栈道数量崛起的当下，诸多景区为了创造噱头拼命找不同：你号称最长，我就来个最宽；你要悬空，我就倚绝壁而建；你用汽车碾压来证明安全，我就用大锤砸……最终掩盖不了东施效颦的尴尬。

从长远发展来看，大量同质化的产品，很难保证不恶性竞争，有量无质，以次充好的现象能否出现也未可知。反之，如果将玻璃栈道之流视为景区的标配，那么会否让一批不适合玻璃栈道体验的游客在戏谑与调侃的绑架下强行“推上”云霄？以刚开放不久的北京密云清凉谷景区空中栈道为例，内悬挑而出的栈道距离崖壁5米多远，完全没有任何支撑攀扶的地方，这样的设计在国内也并不少见，如果将其他人因恐高而紧张尖叫，或闭目而行甚至四肢匍匐于地而行的景象，视为一道能增添乐趣的特殊“风景”，这对人们“恶趣味”何尝不是一种拷问。

玻璃栈道这个炙手可热的体验项目，留给人们不仅仅是表面的“心惊”，也有细思之后的“胆寒”。

文/杨洁

编辑：杨洁　美编：尹莉　校对：郑棋　travel@ynet.com