



大众旅游

大众报业集团(大众日报社)主办 国内统一刊号: CN37-0001 邮发代号: 23-1 热线电话: 0531-82676314 Email: dalvyou@163.com

迎接高铁旅游时代(一)

山东旅游,如何借高铁提速

——武广高铁旅游市场开发实地探访

□ 于鹏 胡伟 刘英

按 2月20日,京沪高铁试运行“首演”成功。按照时间表,京沪高铁山东段将于6月上旬进入试运营。交通进入高铁时代,无疑是对旅游发展的空前利好。山东旅游如何做好承接?现已运行的高铁或将给我们带来怎样的启发?2月23日—25日,山东省旅游局特派调研组,分三路对武广、京津、沪宁高铁的运营及旅游市场开发等问题进行了实地考察,本报派出记者跟随采访,亲身体验了一次高铁旅游。今将调研采访稿件刊发,以供业内人士参考。

高铁带来更多“远方客”

“武汉市接待国内外游客8945万人次,实现旅游总收入753亿元,分别增长39%和48%,咸宁市分别增长61%和74%。”——武广高铁开通一年后,湖北省境内沿线两个站点城市武汉、咸宁的旅游呈爆发式增长。而据湖北省旅游局统计,2010年,湖北全省接待海内外游客2.11亿人次,实现旅游总收入1460.53亿元,同比分别增长39.01%和45.4%,其中,全省接待的国内游客人数创新高。

“这是湖北省旅游史上发展速度最快的一年。”湖北省旅游局副局长潘细汉说。

潘细汉表示,武汉高铁从根本上改变着内地的旅游交通格局,拉近了鄂湘粤三省的距

离,拉近了珠三角、长株潭城市群、武汉城市圈三大经济体的联系,带来了“同城效应”和“近城效应”,为区域经济发展注入了强大的动力。同时以资源整合、产品组合、客源聚合为基础的三省旅游一体化被推上前台,湖北作为中部地区旅游目的地地位凸显。2010年,到湖北旅游的游客省份前两位分别是湖南省和广东省,其中湖南游客达1309万人次,广东游客达1200万人次,同比分别增长35.99%和67.37%。

受访的湖北旅行社代表对大众日报记者说,高铁开通带来大量外地游客。如去年武汉樱花节期间,600名广东游客包高铁来武汉赏樱花。“赏花高峰期,有的旅行社日均接待百余广东游客,这在往年是从来没有过的,完全要归功于高铁带来更多的‘远方客人’。”

“快旅快游,快旅慢游”应对挑战

2009年12月26日,武广高铁在全国率先开通运营,入鄂游旋即“井喷”。铁路运输提速,为旅游引入了“快旅快游”、“快旅慢游”新理念,对接待设施和服务提出了诸多新挑战。

湖北省旅游局表示,这些问题主要表现在,一是对省内旅游交通建设的挑战。高铁运营后,游客入鄂快捷,如果省内交通、景区内部交通跟不上,旅游产品组合不进行调整,“快旅慢游”仍然得不到实现。此外,乘坐高铁而来的高端游客对住宿、餐饮、娱乐、综合服务设施的要求较高,这对旅游质量提升和人才建设也提出了新要求,湖北旅游必须努力适

应。

潘细汉介绍说,配合高铁旅游,湖北加强了对鄂西生态文化旅游圈与大别山的山地生态观光、度假和避暑产品深度开发,对武汉樱花节以及鄂西的冬雪观赏、滑雪产品大力推介。湖北省旅游局还曾举办了针对泛珠三角启动的“2010广东人游湖北主题年活动”、“湖北十大主题旅游线路设计大赛”,让客源地游客亲身感受并推介湖北旅游,从而促成湖北与珠三角旅游的一次对话沟通。

今年,湖北省还将针对高铁游发展,继续加强旅游基础设施建设。在高铁武汉站建设大型旅游集散中心,其中武汉将依托高铁优势,以东湖风景区为核心,以大黄鹤楼风景区、省博物馆、首义园等为重点,发展大都市休闲旅游。同时,制定高档次旅游饭店建设的政策和措施,积极协调有关部门,在立项审批、项目用地、税费减免等方面加大落实力度,对高档次旅游饭店建设给予大力支持。湖北将加强与外省的合作,与重庆联手打造长江三峡无障碍旅游区,与安徽、河南联手打造大别山全国重要红色旅游基地,与广东、湖南等联手打造高铁旅游示范区。

“内功提升还包括针对高铁游人群进行服务的升级。”武汉大学旅行社地接部经理讲了这样一件事例:去年,该旅行社地接游客70%来自广东。而广东游客的消费水平和消费习惯具有特殊性——在广东同行发来的跟团通知单中,时常会有这样的标注:“该团要求配备行李车及行李员,费用另算。”该旅行社马上针对这一情况

对地接服务进行了调整,并就很多广东游客听不懂普通话的现象,对本地导游进行了粤语培训,服务的提升赢得了较好的市场口碑。

湖北业界为山东高铁游献策

京沪高铁山东段运行在即,山东旅游应当如何准备?

“首先要做好产品建设的工作。建议山东应对长三角的客源市场进行细致的分析,将江、浙、沪统一纳入重点客源城市进行促销,打造一批与高铁品质相得益彰的精品名牌旅游产品及特色旅游产品。”湖北省旅游局副局长潘细汉说。

湖北旅行社代表建议:山东应及早做好市场调查,加大与客源市场旅行社的对接合作,积极引导相关旅游企业对高铁游引起重视。同时,大胆吸收游客的新鲜创意,设计出适合客源地游客喜爱的多样化、主题性旅游产品。

湖北省政协委员、民盟湖北省委秘书长朱梅曾对湖北旅游提出:“迎接高铁旅游,在旅游设施的建设和服务上还需更上一层楼。比如,加强高档次酒店和旅游餐厅建设,满足节假日来自世界各地游客的需求。”民盟湖北省委还建议:“应该积极抓住高铁机遇,加强高铁交通规划与旅游规划、城市规划及航空、水运、公路、地铁、公交、出租车等无缝衔接,促进旅游同城化进程和区域旅游一体化。”

诸多建议,无疑也让我们想到将要借助高铁“提速”的山东旅游。

报网互动



旅游购物有了服务标准

□记者 刘英 报道

本报济南讯 一项新的山东省地方标准——《旅游购物从业人员服务规范》,自2月1日开始实施。此举使旅游购物场所的售货员、收银员、保安员和客服人员的服务行为有了参照标准。

该标准为推荐性地方标准,由省旅游局和省质量技术监督局提出并起草,意在归纳旅游购物商店对客服务的实践经验,规范旅游购物行业服务标准,打造舒适的旅游购物环境。比如规范中提到“卖场人员应根据团队游客人数和实际情况照顾好游客,重点关注团队里的老年人、未成年人和残疾人。应尊重游客自由购物的权利,不得过分推销”等内容,能够有效规范旅游购物场所从业人员的服务行为。

据山东旅游商品开发服务中心主任贺思旭介绍,旅游者不同于普通的购物人群,特别是外地游客来到山东购物,本地的旅游购物从业人员应该为其提供更为周到和专业的服务。该标准实施后,对于提升旅游购物从业人员素质、规范服务标准、打造“好客山东”文化旅游品牌、建设诚信旅游购物品牌等将起到积极的推动作用。

临沂将举办 陨石文化交流会

□记者 吴洪斌 报道

本报临沂讯 2011年中国(临沂)第三届陨石文化交流会将于4月1日至5日在山东省临沂市举行。会议弘扬“大陨石、大文化、大发展”旗帜,普及陨石科普知识,为国内众多星友搭建陨石交流交易之平台。

本次活动为期五天,主要举办陨石高峰论坛,进行陨石鉴定,按照国际模式进行陨石交流交易,举办国内首场陨石拍卖会,国内著名陨石陨落区专题报告会,并成立中国陨石爱好者陨石猎人联合行动委员会。本次活动由临沂市观赏石协会陨石专业委员会承办,已成功举办了两届,成为目前国内规模最大、影响力最大的陨石业专业会议,对宣传山东、宣传临沂作出了积极贡献。

孔子故里 谋划承接高铁游

□陈曙剑 胡伟 报道

本报曲阜讯 2月23日,曲阜市召开高铁旅游经济座谈会,就如何抢抓京沪高铁开通并在曲阜设立停靠点的大好机遇,加快发展曲阜旅游产业进行了深入探讨。该市遗产委、旅游秩序督查办公室、文物旅游局等市直部门及23个乡镇(街道)负责同志参会,共谋承接高铁旅游。

与会人员座谈后一致表示,京沪高铁的建成通车加上曲阜站点的设立,将为曲阜旅游产业发展带来前所未有的发展机遇,该市直部门、乡镇(街道)将通力合作,承接高铁旅游发展机遇,为加快孔子故里旅游发展服好务。

全球宜居城市排名 温哥华居首 青岛入选

本报讯 《经济学家》杂志信息部(EIU)所做的年度调查显示,加拿大温哥华连续第5年名列世界最适合居住城市之首,澳洲墨尔本排第二位,榜上前10名几乎由澳洲和加拿大城市垄断。中国香港排名第31位,北京则排名第72。

另外,日本大阪排名第12位,与瑞士日内瓦并列,是亚洲排名最高的城市。中国内地8个城市入选:北京市(72位)、天津市(73位)及苏州市(75位),其它5个入选城市包括上海、深圳、广州、大连及青岛。

本报开设 “乘着高铁去旅游”专栏

本报讯 京沪高铁开通在即,大众日报(大众旅游)将联合山东省旅游局、17市旅游局开辟“乘着高铁去旅游”专栏。

专栏将分期介绍山东的旅游资源、特色旅游产品、经典旅游线路、风味美食、特色街区及京沪高铁沿线城市旅游资源等。同时,我们也将开展“京沪高铁游,献计好客山东”金点子征集活动,对于被采纳的建议,我们将给予丰厚的奖品。

联系人:于鹏
邮箱: dalvyou@163.com
详情咨询: 0531-82676314

□ 责任编辑 梁利杰
电话: (0531) 85193248

迎接高铁旅游时代(二)

中高端自由行散客是高铁游主力

——沪宁高铁旅游市场开发实地探访

□ 本报记者 刘英 胡伟

上海、江苏一直是山东省开发国内旅游的重要客源地,京沪高铁开通后,如何有效拉动两地客源向山东流动?山东旅游调研组重点对开通半年多的沪宁高铁旅游市场进行了调研,对上海、南京两地游客来鲁旅游的需求变化做了综合分析。

通过与当地旅行社的座谈,调研人员发现,南京、上海两地的旅游客源普遍对于自然类、休闲类、养生类及度假类的旅游产品更感兴趣,更欢迎体验型、参与型和互动型的旅游活动,而人文类的旅游资源或单纯的观光型旅游活动对于他们的吸引力则相对较弱。高铁的开通对于两地中、高端旅游客源,特别是中、高端自由行散客和商务人士的出游将带来积极的影响,是两地的一个共性。但受两地客源的出游习惯不同,与山东空间距离不同,消费能力和消费观念不同,山东旅游在两地影响力和市场开发程度有差异等因素的影响,两地对于山东高铁旅游产品的市场需求也存在较大的差异性。

对南京市场来说,山东旅游在该地区的推广集中在青、烟、威、日照的海滨旅游和枣庄周边游,当地人对于济南、淄博、莱芜、潍坊尤其是临沂的旅游资源既陌生又很感兴趣,应该说市场开发的潜力是相当大的。当地旅行社的主要业务量还是以普通团队为主,受价格因素的影响较大。高铁票价较高的限制以及与山东相距较近的现实,使得南京赴鲁旅游的普通

团队仍会选择传统的公路交通。高铁开通最直接的影响将是对南京及周边地区的中、高端商务人士、自由行散客的出游产生积极的作用,突出生态、休闲、度假、养生、田园特色的自助游、周末游产品,以及包含创新元素的人文类产品将会大有市场。

对上海市场来说,枣庄、临沂、沿海各地以及山水圣人旅游线都具有一定的影响力和吸引力。上海与山东空间距离相对较远,上海游客消费能力相对更强,消费观念相对更新,对新事物的接受能力相对更好,上海地区企业总部数量多,白领阶层等中高端人群体量相对较大,这些都决定了高铁的开通对于山东旅游在上海市场的积极影响将更加明显。高铁不仅给商务客、中高端自助游散客提供了便利,也为大量的普通游客提供了更多的出行选择,预期将会有相当比重的普通旅游团队选择高铁做为全程或单程交通工具。因而在设计开发高铁旅游产品时,应考虑到更多人群的需求,兼顾到更多的产品种类。

统计资料显示,团队游客仅占我省国内游客总数的20%,自助游散客越来越成为我省国内游客的主要来源。而通过此次调研,调研专家分析高铁旅游人群更是以散客为主。因此,在促销内容上,建议考虑以旅游形象宣传、旅游资源宣传、各地接待设施及特色推介、散客旅游攻略介绍等为主,以旅游线路产品推介为辅;在促销对象上,以面向大众和中高端特定人群为主,以面向旅行社为辅。在促销载体上,注重网络和平面媒体对中高端人群的影响力。



2011发现“好客山东”之美第一站——走进枣庄

2月26日—27日,由本报、山东省旅游行业协会、大众旅游摄影俱乐部联合发起,举办了“发现‘好客山东’之美摄影采风活动第一站——走进枣庄”主题摄影采风活动。

(详细图文报道见本报第15版)

迎接高铁旅游时代(三)

京津客关注山东短途品质游

——京津高铁旅游市场开发实地探访

□ 本报记者 刘英

京津是山东省重点客源市场,2009年北京来山东游客占4.9%,居省外第二位;天津占2.1%,居省外第九位。2月23日至25日,山东旅游调研组先后走访京津两地的旅游部门和旅行社,考察两地对山东省高铁旅游的兴趣点。

据京津几大旅行社反映,2010年山东旅游线路业务量占其国内游客组团业务量的7%左右,个别旅行社不足3%,其中,黄金海岸旅游线占山东业务量的90%左右。山东距离京津较近,单位组织和散客出行便利,加之旅游资源差异性较小,所以不是京津市民参团出游的主要目的地,在旅行社业务量中所占比例较低,而京沪高铁开通所涉及到的济南、泰安、

济宁、德州、枣庄5市,具有巨大的发展潜力,同时也面临地接等方面的巨大挑战。

调研认为,京津两地游客对山东旅游兴趣点基本一致,京津市民久居城市,喜欢休闲放松,依据年龄不同,休闲方式各异,一日游、二日游等短途旅游对京津游客吸引力比较大。据旅行社反映,京津城际高铁开通后,北京旅行社推出赴天津“品美食,听相声”一日游,非常火爆。利用周末时间,参与农家乐旅游在京津市场很受欢迎,尤其是有水的景区,东平湖、运河等开始受到京津旅行社和游客的关注。今年是建党90周年,京津企事业单位、院校及相关部门等,对红色旅游有一定需求,各大旅行社普遍看好今年的红色旅游,尤其是枣庄台儿庄、临沂等很受欢迎。美食旅游也是京

津游客十分关注的,如泰山三美的白菜、豆腐,曲阜的孔府宴,阳谷的水浒宴,东平的糟鱼等。此外,孔子文化节、泰山登山节、潍坊风筝会等旅游节庆活动,以及花博会、园博会等,比较受游客欢迎,各大旅行社也非常关注。此外,随着京沪高铁的开通,北京至胶东半岛之间的时间大大缩短,海滨旅游的吸引力将与日俱增。

“开发高铁旅游产品要有针对性,北京和天津离山东很近,出行首选交通可以是飞机、动车,也可以是普快、汽车,关键要看游客怎么到目的地更便捷,哪类产品更具备吸引力。”面对山东调研组,京津两地的旅行社提出了这样的观点。旅行社担心,无论散客还是团队客,乘高铁到站后,目的地的旅游交通或

将成为瓶颈。如果“飞着来”后“爬着走”,游客的时间将全部浪费在路上。因此,需要建立健全面向散客的旅游集散中心、导游、食宿等服务。各大旅行社认为,山东地接社的接待能力和服务水平还需要进一步提高,需要加强旅游景点的规范化管理,做好景点路标等各种导向牌的设置,加强导游的培训,使导游能够深入地讲解景点所蕴含的文化价值。

京津两地旅游业界还表示,游客对山东新兴的、新建的、新业态的景点很感兴趣,建议设计推出不同价位的高铁专项旅游新产品、新项目,实现报价、服务的规范统一,避免形成恶性竞争。