

图说旅游



休闲生态采摘

8月21日,来自市区的刘彦芳一家正在沂蒙绿源采摘园正采摘火龙果。近年来,沂南县精心打造休闲农业特色品牌,推动了沂南乡村旅游升温。



社区大门成景观

8月18日,垦利县垦利街道书香社区古色古香的大门,两位市民正在留下美好瞬间。



低碳骑行

8月18日,中国·垦利郝家第七届葡萄文化旅游节骑行活动举行,19家单车俱乐部及单车团体共335人参加了活动,倡导绿色出行。



乐享葡萄采摘游

近日,枣庄市山亭区洪门葡萄采摘节开幕,吸引了来自北京的200余位热情的游客前来采摘参观。

创新发展机制 建设旅游强省

蒙山沂山联手创“沂蒙山”5A景区

◆两地按5A级标准,全面提升景区软硬件,目前,创建5A申报业已完成。

◆联合申请,可实现“沂蒙山”品牌优势最大化;统一规划,可避免资源开发同质、重复,发挥各自特色,实现项目互补。

◆为破解两景区统一机制、管理模式、利益分配等问题,双方拟成立沂蒙山景区经营管理公司,实现景区管理、经营、营销、服务的统一。

□ 本报记者 高晓雷

继济南“天下第一泉”申报国家5A景区成功后,临沂蒙山旅游区和潍坊沂山旅游区跨区域联合创建“沂蒙山”5A景区,成为我省创建5A景区下一个重点。

8月23日,记者从省旅游局获悉,经过一年时间筹备,目前,蒙山、沂山按照国家5A级景区标准所进行的景区软硬件全面提升工作已接近尾声,申报5A的报告书及各项档案材料已报送国家旅游局,正静等国家旅游局的景观质量评审和暗访评审。

争创5A景区,做大做强我省知名旅游品牌,这是建设旅游强省的重要内容。我省不久前出台的《关于提升旅游业综合竞争力加快建设旅游强省的意见》中提到,加强旅游产品品牌建设,到2017年,设区市至少建成1处5A级旅游景区或国家级旅游度假区或国家生态旅游示范区;对新创建的5A级景区等将给予奖励。

据了解,蒙山旅游区和沂山旅游区同为国家4A级景区,也是当地知名旅游目的地,各有一定的体量和影响力。去年,两地均提出各自创建5A级景区的目标。省旅游局经过研究分析,建议两地不妨借助“沂蒙山”这一已有形象和口碑,提出“沂山、蒙山联合创建沂蒙山旅游区”,共同申报5A的总体思路。

省旅游局规划发展处负责人、沂蒙山创5A工作协调小组办公室主任蒋卫东称:“两地虽属不同行政区划,但同属沂蒙山革命老区和同一条山脉,而且沂蒙山这一品牌早已家喻户晓,若彼此单独申报,各自景区体量不是问题,品牌影响则相对欠缺。”

省旅游局这一建议立即得到临沂、潍坊两市及蒙山、沂山两管委会的认可和采纳。蒙山旅游区管委会副主任解东和沂山旅游区管委会副主任李刚在接受采访时坦承,两地以“沂蒙山”名义联合创建,确实是“创建成功的一种需要”。一年来,省旅游局对“沂蒙山”5A创建工作大力支持,今年4月份专门成立“沂蒙山旅游区创建国家5A级旅游景区工作协调小

组”,确保各项创建工作的落实。

在省旅游局统一调度下,创建小组办公室先后组织召开协调推进会议三次,并组建了综合协调、档案材料、宣传营销、规划推进、现场建设五个创建推进工作组。潍坊和临沂两市对照国家5A级景区创建标准,围绕各自分工,协调推进5A创建工作。

解东称,一年来,蒙山旅游区围绕创5A标准进行了8个方面的硬件提升建设和5个方面的软件提升建设,省级层面的抽评和各方面评审均已通过。李刚介绍说,沂山旅游区也进行了总投资过亿元的旅游硬件和内部管理的提升改造工作,对包括景区景观、导视系统、语言广播系统、游客中心、停车场、换乘中心等进行了全面提升。

不同地市辖区、两个完全独立管理系统的景区,联合创建打造5A景区,最困难处莫过于两景区的统一机制、管理模式、利益分配、营销推介等环节。解东解释,省旅游局已经成立了筹建沂蒙山旅游区领导小组,蒙山和沂山各有景区管委会,两者在省旅游局领导下相互协调统一创建,政府层面的体制机制已经理顺,主要难点在于经营管理层面。下一步,双方将着手筹划成立一个沂蒙山旅游景区经营管理公司,把相关各个景区的经营管理统一到这个公司里。

蒋卫东向记者证实,下一步将成立沂蒙山旅游景区经营管理公司,统一整个沂蒙山旅游区的营销、管理、经营、服务等工作。

蒙山、沂山联合打造5A,对双方来说是一次“双赢”。解东称,沂蒙山在全国各地包括港澳台地区,知名度都是非常大的。两地联合打造这个品牌,有利于挖掘历史文化资源、红色文化资源,实现该品牌优势最大化。同时,先期两地“各自为战”,彼此存有一些矛盾和竞争,资源开发呈现同质化、重复化现象,如今通过出台统一的沂蒙山旅游规划,对各景区重新进行定位,对相关旅游产品开发也重新进行梳理,使得每个景区都有不同的定位和主题,在项目上呈现出互补,有利于整个沂蒙山旅游产品集群的开发。

蒋卫东也指出,两地若联合创建5A成功,我省5A级景区将达到10个,对我省旅游发展意义重大,对当地经济发展的带动作用也是不可估量的。同时,对于两景区自身来讲,可以借助创建5A使整个景区软硬件设施得以全面提升,对于景区今后融资也有极大便利。“由于5A景区的通过率、数量少,景区等级高低是作为景区资源价值评估和获取金融机构贷款授信的直接依据,5A这块牌子即是最好的抵押。”



□记者 房贤刚 报道

明湖花船

▲8月24日,游客在济南大明湖荡舟,与泉水节巡游花船共游。初露娇容的花船引发了不少市民和游客的好奇心,纷纷租船泛舟湖面,与之近距离接触。



“沂蒙山”品牌应深挖红色资源

□ 本报记者 高晓雷

笔者籍贯是山东临沂,在省外来访或旅游时,不止一次地遇到这种情况,对方问我家乡是哪,我答道山东省临沂市,结果对方一脸疑惑,不知所云。当我改口“我来自沂蒙山区”时,对方立即恍然大悟,连称“知道知道”,甚至双方感情也一下子拉近不少。

别人知道“沂蒙山”,并不是因为这里有哪座山,而是因为这里是革命老区,有红嫂的故事,有沂蒙六姐妹的故事,有革命战争时期无数的支前民工和独轮车……简言之,是红色文化让沂蒙山区名扬天下、家喻户晓,红色文化与沂蒙山区早已牢牢捆绑在了一起。

红色旅游是当今旅游业的一个重要主题。反观省外以革命老区为品牌打造的景区,无论是井冈山还是西柏坡,皆主打红色旅游,深挖红色旅游资源,已成为我国红色旅游重要目的地。同时,绝大多数游客也首先是冲着红色文化而去。可以说,一旦以“沂蒙

山”为品牌的国家5A景区申请成功,相当一部分游客会慕名“红色旅游”而来,若游客不能或者很少体验到红色文化,这对于沂蒙山旅游品牌的持久树立,将产生不利影响。

可喜的是,当地已经认识到红色文化对于沂蒙山旅游品牌的意义。关于未来景区主题定位,蒙山旅游区管委会副主任解东说:“从主体的对外形象来讲,沂蒙山旅游区应主推红色文化这一品牌形象,坚持‘以红带绿,红绿结合’,以红色旅游来吸引人,以绿色旅游来留住人。”

诚然,相较于井冈山和西柏坡等革命老区,沂蒙山区的红色文化主要以故事为载体,以精神产品的形态而存在,这给景区旅游规划和旅游产品的打造带来一定难度。但是也应该看到,革命时期的老区,在改革发展的今天,衍生出“沂蒙精神”,产生了九间棚等新时期典型,如何深挖这种奋斗的精神,并唤起人们的共鸣与体验,这应该是沂蒙山旅游品牌打造过程中的一项重要内容。

文明游 你我他

行业痼疾与文明出游矛盾重重

◆价格因素、国际社会对中国游客的不良印象等行业痼疾,无意间给旅游者造成一种被拉开距离、分出档次的感觉

◆2003年“非典”之后整个旅行社行业的低水平运营延续至今,旅行社深陷低价竞争的漩涡

◆《旅游法》的出台,在破除行业痼疾的同时,也能对文明旅游有所裨益

□ 本报记者 付玉婷

《旅游法》实施在即,提升公民出游文明素质,更好地发挥导游、旅行社的监督引导作用是近期舆论热点。此前因零负团费、低价团而名誉受损,因在线旅游市场蓬勃发展而饱受边缘化与冷落之苦的传统旅行社,似乎迎来了意气风发的新时代。

但也有业内人士称,行业痼疾不除,这种旅行社行业发展的“新时代”乃至“文明旅游”,恐怕都只能如水中明月、镜里鲜花,可望不可及。

一些行业痼疾本身与文明出游存在矛盾

山东旅行社总经理助理王义芳以一个简单

的例子来阐明这种关系:“外国人来华旅游必吃中餐,品味和感受的是一种文化氛围。而国人出境旅游也吃中餐,风卷残云般10来分钟吃完了,这其中则有价格因素。安排西餐的话,报价会高出不少。”再加上国际社会对中国游客的不良印象,不少餐厅专门划定中国团队用餐区域,这些都在无意间给旅游者造成一种被拉开距离、分出档次的感觉,“自尊、自信的心灵得不到认可和满足,自爱文明的行为也相应会大打折扣。”

王义芳坦言,旅行社虽然也希望做品质,但很长时间内心有余而力不足,受大环境的影响,深陷低价竞争的漩涡。一个乍听起来难以置信的例子是,在物价不断上涨的情况下,北京的旅游团餐费标准近十年来没有发生任何改变,始终维持在10元一顿正餐的水平。99元北京三日游、288元甚至188元华东四日游,几百元港澳游这种产品也是漫天飞,旅游产品价格几乎到了没有底线的地步。

“大环境”导致整个行业低水平运营

令王义芳等不少业内人士深感无奈的这个“大环境”,始于2003年“非典”之后整个行业的低水平运营。

记者就此采访了山东济南国信旅行社总经理张晓国。他回忆道,2003年,受“非典”影响,虽然当年7月旅游促销与经营活动即宣布解禁,但全国旅行社已遭受了高达数百亿元的严

重损失,与此同时,游客却因见识到几个月来旅行社前门可罗雀的景象,普遍上调了折扣预期。记者查询2003年7月的一些报道发现,一辆正常报价在800元左右的旅游包车,有的出团团体仅开价300元;还有的外省客人要求游北京5天4晚400元,并住两人标准间。当时曾有北京中国国际旅行社的一位副总经理抱怨,这种报价简直是毫无道理。

抱怨归抱怨,仍有不少旅行社在急于赢利的心理驱使下,开始了超低价旅游促销活动。张晓国指出,旅游产品是服务占较大比例的综合产品,难以在旅程开始前衡量其内在质量,游客更倾向于以价格作为选择标准。长此以往,提供高质量产品的旅行社越来越难以生存,以低于成本价从事促销的旅行社从个别变成普遍现象,旅游产品也从仅仅是降低标准发展到以强迫购物,增添自费项目等不正当方式填坑。上述现象又导致了全行业利润低下,待遇普遍较低,人才流失严重,一线直接为游客服务的导游缺少工资、补助、保险,在有的地方甚至还要花钱买团、交人头费,这进一步加剧了各种行业乱象的诞生。

“为人师者,必先正其身”,在这种现状下让旅行社和导游担负起对于游客文明出行的监督引导责任,或许是旅行社不能承受之重。

美好的体验是旅游活动的内核,需要提升服务,也需要游客理性、成熟

我省确定乡村旅游重点扶持类型

□记者 付玉婷 报道

本报淄博讯 8月20日,全省乡村旅游现场会在淄博市博山区召开。其间,十七市旅游部门的分管领导考察了池上镇中郝峪乡村旅游发展情况。记者在会议上了解到,今后以农民为经营主体、本身具备做大做强乡村旅游事业基础和愿望的乡村旅游点,将获重点扶持和培育。

中郝峪自2003年发展乡村旅游,5户主动要求开发农家乐的村民在一年内将前期投资全部收回,并获得村两委自筹的每户2000元扶持奖励。典型带动下上级旅游部门陆续出台的加快旅游业发展的政策规定,村民开办农家乐的积极性高涨,旅游项目不断完善,档次不断提升。截至目前,中郝峪全村三分之二以上的农户经营农家乐,其中5家被省旅游局评为4星级农家乐。通过发展乡村旅游,开创绿色经济,2012年底,全村人均收入达到24800元,比2003年增长了12倍。

据了解,近期十七市旅游局将以此作为参考,推荐具备典型示范意义或发展潜力的“一镇两村”上报省旅游局。入选村镇将在改厨改厕、从业人员培训、规划编制、以奖代补政策等方面获得重点扶持。经过几年的帮扶投入,这些村镇有望在全省或各区域形成示范带动作用,进一步推动全省乡村旅游提质增效。

□ 责任编辑 李文

电话: (0531) 85193595