

# 如此“信得过” 怎能信得过

## 边走边说

高晓雷

日前，国家旅游局发布首批“全国旅游价格信得过景区”名单，全国共有1801家景区上榜，这其中，我省有172家景区。景区被列入“价格信得过”，一时间，无论景区自身还是当地旅游部门，均作为一项极高的“荣誉”大肆宣扬，景区将其作为体现自身“含金量”的标志，当地政府则在攀比自身入选景区数量。

与受惠方高调宣扬荣誉不同的是，名单一公布，便引来了媒体和网友的一致吐槽和质疑。例如，北京为何无一家5A级景区入选？为何缺乏公众参与的评选和认证？景区所作的价格六承诺谁来监管和督查？甚至还有媒体指出“应废除类似这样的评选”……

原来，为解决部分景区票价乱象、规范景区票价秩序，国家旅游局今年3月在全国启动了创建“全国旅游价格信得过景区”活动，按照规定，凡是景区自愿作出“全国实行一票制”“价格无欺”“特殊人群优惠”“预约优惠”“三年不涨价”等六项承诺并签署承诺书，景区就自动成为“价格信得过”景区。从活动流程看，完全是景区“参评即入选”，任何景区只要认为自己符合条件就可以申请，不用经过任何筛选和评定就自动入选。

虽然国家旅游局在应对社会质疑时表示，名单的推出不是国家旅游局对景区价格体系的评定和认证，而是景区对公众、公众的一个承诺和表态，表明自己符合“价格信得过”六条标准，并愿意接受公众监督，“这是逆向思考，自下而上地推

动问题解决，也就是把对景区价格体系监督的权利交给社会，让公众进行监督。”

笔者认为，此次名单名称是“价格信得过景区”，顾名思义，这是一项正面、荣誉榜单，而这事实上也已经被景区和辖区政府部门作为了一项荣誉。既然是“荣誉”，就应该有“褒优促劣”的功能，应该更加严肃、更具公信力，只有这样，才能充分发挥“荣誉”的积极作用。

首先，活动发起方和榜单制订者的初衷是让景区在未来对公众能有个承诺，但由于该项“荣誉”的“不够严肃”、缺乏公信，影响了一些景区的参选积极性。从数据来看，即便是一块轻而易举就能得到的荣誉，首批参选景区也不过20%。有些5A级景区向笔者坦言：知道有这个活动，但是景区没报名，原因就是感觉这个榜单“缺乏分量”，参加与否“意义不大”。

其次，目前的“信得过景区”，由于参评即自动入选，既没有经过旅游管理部门评估和核实，也没有体现公众口碑民

意，几乎成为一份“毫无含金量的榜单”。入选名单中包括了刚刚被国家旅游局点名警告、正在整改的景区，甚至还包括跟旅游价格无关的免费景区，这会对消费者形成一定误导、给消费者可能造成伤害。

因此，“价格信得过景区”的评选，不妨一改“签个字就成为信得过”的单调流程，增加旅游主管部门的评定和认证。同时，景区票价是否合理、是否存在欺诈和优惠政策是否落实等，游客最有发言权，在评定和认证的时候，最好能充分考虑游客和网友的意见。

同时，按照目前的规定，已经签署承诺的景区如果没有遵守相关承诺，国家旅游局只是将该景区从名单中除名，景区可以随时自由退出。笔者认为，景区既然签署了承诺，并作为“荣誉”进行了充分宣传和利用，诸如“三年不涨价”的条款就应该坚持，相关部门不妨强化监督和制约。

据介绍，试点工作重在培育旅游服务质量第一方阵，扭转旅游行业优质服务和知名品牌供给不足的局面；同时，引导行业共同提升质量，推动旅游服务向优质服务转变。按照国务院《质量发展纲要（2011—2020年）》和《关于促进旅游业改革发展的若干意见》的部署和要求，在从质量领先性、管理示范性、风险可控性、行业影响力等4个维度进行综合分析的基础上，天津滨海航母旅游集团有限公司等65家单位获得首批旅游服务质量升级试点资格，我省济南舜耕山庄集团、蓬莱阁管理处、青岛汇泉海洋科技开发有限公司入选。

下一步，每1至2年，两部将遴选10家左右具有引领示范作用的标杆单位，总结和输出管理经验，力争用3至5年，重点培育200家左右旅游服务质量升级试点单位。

## 我省3家单位 入选旅游服务质量升级试点

□记者 付玉婷 报道

**本报济南讯** 在国家旅游局和国家质检总局日前联合公布的首批旅游服务质量升级试点资格名单中，我省济南舜耕山庄集团、蓬莱阁管理处、青岛汇泉海洋科技开发有限公司入选。

据介绍，试点工作重在培育旅游服务质量第一方阵，扭转旅游行业优质服务和知名品牌供给不足的局面；同时，引导行业共同提升质量，推动旅游服务向优质服务转变。按照国务院《质量发展纲要（2011—2020年）》和《关于促进旅游业改革发展的若干意见》的部署和要求，在从质量领先性、管理示范性、风险可控性、行业影响力等4个维度进行综合分析的基础上，天津滨海航母旅游集团有限公司等65家单位获得首批旅游服务质量升级试点资格，我省济南舜耕山庄集团、蓬莱阁管理处、青岛汇泉海洋科技开发有限公司入选。

下一步，每1至2年，两部将遴选10家左右具有引领示范作用的标杆单位，总结和输出管理经验，力争用3至5年，重点培育200家左右旅游服务质量升级试点单位。

## 青岛新增三个通航城市 曼谷航班加密

□记者 付玉婷 报道

**本报青岛讯** 随着一架新飞机的加盟，山航将在青岛新开至阿克苏、绵阳、九华山三条国内航线。据悉，这三个城市均为青岛首次通航城市。此外，2013年开通的曼谷航班将加密至每日一班。

自5月29日开始，青岛新增青岛—西安—阿克苏航班，航班号为SC8815/6，每日一班，由B737—800型飞机执行。6月1日开始，新增青岛—郑州—绵阳航班，每周二、周五由CRJ—700型飞机执行，航班号为SC8747/8。自6月9日开始，新增青岛—九华山航班，航班号为SC8831/2，每周二、周五、周日由B737型飞机执行。从6月27日起，山航青岛飞曼谷航班将由目前的每周3班加密到每日一班。

## “仙境烟台” 高铁旅游四季促销启动

□曹阳 报道

**本报烟台讯** 5月29日，烟台市旅游局推出2015“仙境烟台”高铁旅游四季促销系列活动，以踏青赏花、滨海消夏、田园乐趣、泡汤滑雪为春夏秋冬四季旅游主题，以“城市月休闲汇”品牌活动和重点旅游产品为主要推广内容，发动各县市区、旅游企业组织人员上高铁营销推介。

据悉，作为“仙境烟台”高铁旅游营销系列活动的首次促销，烟台市旅游局将重点突出游客的线上体验，充分利用烟台旅游微信平台，组织旅游企业打折让利，为乘客提供景区门票、酒店住宿“微信优惠券”红包，在规定时间内游客加入烟台旅游微信平台，限时免费抢购红包。演示并引导乘客体验“云购烟台”电商平台，实现烟台特色商品线上预订、支付购买等各类功能。

## 文登争创乡村旅游品牌 形成四大乡村旅游类型 积极打造5项乡村旅游品牌

□记者 高晓雷 报道

**本报威海讯** 记者从威海市文登区旅游局了解到，从近期开始，文登区将积极创建省级旅游强乡镇、旅游特色村、乡村旅游示范点、好客人家星级农家乐、精品采摘园等5项乡村旅游品牌。

近年来，文登区充分利用樱桃节、沙雕节、温泉节、啤酒节、李公文化山会等知名度高、影响力大的节庆活动带动乡村旅游，编制了《威海市文登区乡村旅游发展总体规划》，全区乡村旅游发展的氛围日趋浓厚，基本上形成了游客参与体验、现代农业示范、特色乡村展示、产品采摘休闲四大乡村旅游类型，“春赏花、夏避暑、秋采摘、冬泡泉”的乡村旅游格局初步成熟。近期，文登区旅游局根据省、市旅游局下发《关于做好2015年乡村旅游和工业旅游创建工作的通知》的相关要求，提出了创建打造5项乡村旅游品牌的目标。

## “蓬长龙”旅游联盟 精准营销叫响三地区域品牌

□赵兵 姜毅 报道

**本报龙口讯** 继去年10月蓬长龙（蓬莱、长岛、龙口）旅游合作发展第一次联席会议后，5月22日，蓬长龙旅游合作发展协调领导小组2015年联席会议在龙口市召开。会议在确定蓬长龙区域旅游品牌形象、旅游对外宣传途径、区域旅游产品开发等方面达成共识。

据了解，蓬长龙区域旅游合作发展目前首要任务是确定区域品牌主题，以此指导和开展资源整合、线路策划、对外宣传等工作。在蓬长龙主打产品开发方面，坚持以品牌主题为导向，筛选确定打包产品，在数量和质量上坚持“少而精”，进而策划包装蓬长龙主打产品。

同时蓬长龙旅游合作发展协调领导小组成员提出要加快与旅游运营商的合作，以优惠的价格政策吸引旅行社、旅行社、旅游电商等参与产品的市场营销，达到互惠互利。龙口市旅游相关负责人介绍，要开发巨大的散客群体市场，利用好城市公共交通、自驾游俱乐部、大型网络媒体等组织，采取采风体验、线路踩点等营销方式，发布蓬长龙旅游资源综合信息，为散客群体提供多途径、综合性的蓬长龙区域旅游信息。其次是利用好三地旅游网站、微信、高速公路服务区旅游咨询点等平台开展旅游推介，积极借助烟台市旅游公共服务中心网络平台推介区域旅游产品。

## 2015年贫困村 旅游扶贫试点启动 全省47村入选

□记者 付玉婷 报道

**本报济南讯** 国务院扶贫办和国家旅游局近日联合启动2015年贫困村旅游扶贫试点工作，在全国28个省（区、市）和新疆生产建设兵团共选取560个建档立卡贫困村开展试点工作。我省沂源县鲁村镇于家石沟村、燕崖镇上龙巷村、临朐县九山镇牛寨村等47个行政村入选。

据了解，2015年贫困村旅游扶贫试点工作的重点包括加强规划引导、加大资金投入，加大金融支持、组织开展培训，扩大社会参与、加强监督管理等六方面。为确保政策措施落实，两部将开展试点村乡村旅游发展经验交流，适时对试点情况开展评估检查，对成绩突出的试点村予以宣传表彰。

## 我省首批 “乡村记忆”工程 文化遗产名单公布 全省300个文化遗产入选

□记者 高晓雷 报道

**本报济南讯** 日前，省委宣传部、省文物局及相关省直部门联合下文，公布了山东省第一批“乡村记忆”工程文化遗产名单，全省300个文化遗产入选。

“乡村记忆”工程是我省新型城镇化建设“记得住乡愁”“留得住乡情”的载体工程，是保护齐鲁优秀传统文化的创新尝试。一年来，为扎实推进该项工程，各地在普查的基础上，推报了第一批“乡村记忆”工程文化遗产名单，按照“乡村记忆”工程实施方案和技术标准，经评审，遴选出第一批文化遗产300个，其中乡镇7个、村落（街区）171个、民居66个、博物馆（传习所）56个。



5月25日，以“中外电影之旅”为主题的第八届威海沙雕文化艺术节上，50余座生动的沙雕作品吸引了众多游客观赏。本届沙雕文化艺术节以电影中的人物为主题，由世界反法西斯战争暨中国抗日战争胜利70周年纪念及动作武侠、科幻魔幻、动漫动画、喜剧等五大板块组成，国内外耳熟能详的影片内容均亮相其中。本届沙雕节将持续到11月份。

首季度实现开门红，地接、会展接待人数和营业收入增长翻番

# 政策“干货” 开启西海岸纳客大门

本报记者 刘英

今年初，青岛西海岸新区发布《关于支持住宿餐饮业发展的意见》（以下简称《意见》），直戳旅游行业“痛点”，提出七条针对相关企业的营销激励新政，被业界奉为近年少有的政策“干货”。

据黄岛区旅游局统计，一季度，全区纳入《意见》申报范围的32家宾馆饭店企业的营业收入达1.57亿元，同比增长5.3%。在去年营收和入住率都平均下滑15%左右的情况下，今年首季度实现了逆势增长。旅行社地接人数、会展接待人数和营业收入与去年同期相比实现翻番增长，二季度会展预订形势喜人。

## “技术控”搭上旅游营销“直通车”

杭州企业家郑鹏飞选址黄岛镜台山开发的青岛（青岛）香草文化博览园，种植着大马士革玫瑰、法国薰衣草、德国洋甘菊等100多种世界经典熏草，是黄岛引进与现有旅游景区形成明显差异的特色项目。郑鹏飞自称是典型的“技术控”，对园区考虑最多的是怎么把香草培育好，对景区营销了解不多，去年刚开园那会儿，香博园的人气一直不温不火，让他很着急。今年初，黄岛区旅游局多次派人接洽郑鹏飞，建议香博园与区

内的酒店、旅行社抱团开发旅游产品，把相关信息编写进《黄岛旅游导览》宣传册，旅游局负责在媒体上发布并向省内旅行社进行推介。“五一”期间，香博园适时推出家庭游、情侣游、婚纱摄影等优惠套餐，客流量呈现明显增幅。

与郑鹏飞有着相同体会的还有贝壳专家耿直。从1979年开始，耿直对贝壳的物质结构进行研究，并执着地爱上了贝壳收藏。2013年，耿直投资1200余万元，在黄岛组建了青岛贝壳博物馆，馆内目前共展出世界四大洋、60多个国家4260余种贝壳，是国内展藏量最大的贝壳博物馆，也是耿先生37年贝壳研究收藏生涯的沥血之作。5月18日是博物馆日，青岛贝壳博物馆向游客免费开放，慕名而来的人们在馆外排起长队，当天接待参观者6000人次，达到开馆以来的峰值。耿直说，自从搭上了旅游营销“直通车”，青岛贝壳博物馆得以让更多的受众了解贝壳知识，欣赏贝壳文化。

## 变“坐商”思维为主动出击

记者了解到，《意见》刚出台时，企业的回应并不积极。黄岛区旅游局负责对接企业的王勋业告诉记者，调查发现，很多外地旅行社特别是省外旅行社对奖励政策模糊不

清，直接影响客源的输送。针对这种情况，旅游局及时通过重点走访、委托代理商推介、举办黄岛旅游推介会等多种形式，加大了向省内及长三角、京津冀等重要客源地旅行社宣传推介《意见》的力度，今年社聘节期间，省内外很多旅行社已经开始输送客源。还有高星级酒店和品牌饭店内部运行机制不顺畅，信息传递不及时，旅游局就采取上门办公、特事特办，推出“一对一”的政策说明服务，效果立竿见影。

黄岛区旅游局局长李彩元说，区内酒店集群聚集了多家高星级酒店，原来一直是“坐商”思维，通过政策杠杆的撬动，旅游企业的经营理念发生了质的改变。多元锦江大饭店打造了新区首家夜宵餐馆——“老青岛味道菜馆”，实行“晚餐+夜宵”经营模式，填补了高端餐饮业空白，晚餐翻台率达到3次。金沙湾希尔顿大酒店和涵碧楼酒店根据客人要求打造小型婚礼或大型婚宴，为新人提供高级私密定制服务，吸引了大批年轻消费群体。

过去习惯单打独斗的企业开始转向抱团发展，旅游饭店与会展公司、旅行社、旅游景区结成联合体，资源共享，共同开拓市场。前不久，温德姆至尊饭店接待了一个大型会议，共有3500人与会，而这个饭店只能入住1000人，剩余的2500人都分流到了区内

其他的星级酒店。3月份，借助杜鹃花会“旅游一家亲”营销活动，各大饭店分别与大珠山景区、小珠山国家森林公园、青岛野生动物世界、草莓采摘园等合作，开展“春游套餐”活动。青岛港中旅国际旅行社与金沙湾希尔顿酒店合作，招揽了强生集团大型公司年会项目，参与人数达400人。

区内的地接旅行社也展开强大的外联攻势，重点开拓济南、淄博、烟台、安徽、江苏等地客源市场。截至3月底，仅省内就有450多家旅行社跟黄岛区旅游局洽谈合作，目前济南、枣庄、聊城、临沂等地旅行社已经开始组团。境外团队比去年同期也有明显增长，预计旅行社组团高峰将在7、8月份出现。

## 重点开发20项旅游产品业态

据了解，《意见》的出台对社会资本投资旅游产品开发起到了重要的撬动作用。《青岛西海岸旅游目的地旅游产品菜单》的正式公布，明确了今后两年重点鼓励开发的旅游产品业态，包括海滨度假、乡村度假以及其他类共20项旅游产品业态，6月份，黄岛区旅游局还将对外进行暑期市场的集中促销，西海岸的旅游目的地形象将在暑期旺季得到进一步检验。