



一周旅游资讯

## 青岛“红瓦绿树 碧海蓝天”入选年度极致自驾线路

□记者 付玉婷 报道

**本报北京电** 中国自驾游路线评选年度路线日前在北京揭晓。来自全国的36条自驾游路线成为2015年“极致自驾游线路”。其中，青岛畅游天下自驾游俱乐部设计的青岛“红瓦绿树 碧海蓝天”入选短线文艺类前三名，由该俱乐部为内蒙古设计的“探秘狼图腾之乡”获得长线地理类的第一名。

据介绍，这36条极致自驾线路，不仅景点路线覆盖全国、最佳出行时间遍布四季，而且通过长线人文类、地理类、中线人文类、休闲类、自然类、短线禅修类、行摄类、建筑类、亲子类、探访类、饕餮类和文艺类这12个不同主题分类展现了国内自驾游新亮点。

本届自驾游路线评选目的在于协同自驾游产业优质资源为用户提供以路线为指引的自驾解决方案，打造“在路上的极致体验”。

## 2016好客烟台贺年会启动

□李朝阳 报道

**本报烟台讯** 1月2日，由烟台市旅游局和烟台各县市区旅游局共同打造的2016好客烟台贺年会正式启动。

据悉，2016烟台贺年会突出“烟台好年·客来烟台”主题，在2016年1月1日—2月22日期间，围绕元旦、春节、元宵节三大节日不同文化主题特色，深入挖掘年节文化内涵，推出莱州云峰山书法名山书法文化之旅、长岛渔家过大年之旅等“贺年游”；长岛蓝鲍湾与长山商城年货之旅、招远贺年大礼包等“贺年礼”；莱州龙门大酒店名门华宴、海阳盛龙建国酒店年夜饭和团圆宴等“贺年宴”；张裕酒文化博物馆幸福家庭免费红酒DIY、2016毓璜顶庙会、烟台海昌鲸鲨馆“海底音乐会”奏响新年乐章等“贺年乐”；烟台山景区“祈福进行时”、龙口南山旅游景区祈福2016年迎新法会、长岛庙岛妈祖庙正月十五拜庙会等“贺年福”。据了解，2016好客烟台贺年会还将推出一系列旅游惠民、惠民措施。

## 山亭2015年过夜游客突破30万人次

□记者 高晓雷 通讯员 李永平 报道

**本报枣庄讯** 2015年年底，枣庄市山亭区旅游部门统计显示，全区纳入系统管理的酒店73家，住宿床位3000张，全年过夜游客达30万人次，创历史新高，拉动了住宿业等服务业的发展。

数据分析显示，山亭过夜游客预订方式有新突破，网络预订、协议人住占了5成以上；从客源上看，旅游、商务、会议培训类成了主力；从酒店床位构成上看，国有企业床位数仅占17%，大多数为民营企业。近年来，山亭区旅游业资源得到深度开发，旅游目的地建设日趋完善，城乡旅游功能逐步完备。全区目前A级景区达到10家，乡村旅游也不断发展壮大，文化、旅游融合发展，各种节庆精彩纷呈，火樱桃、洪门葡萄、长红枣等各类文化旅游采摘节聚集了人气，民俗风情游、自然课堂游、生态养生游、农事体验游等一系列一日游、二日游产品吸引了京、沪、苏、皖等省内外游客。

## 曲阜文物景区对60周岁以上老年人免费开放

□记者 高晓雷 报道

**本报曲阜讯** 记者从曲阜市文物局了解到，自1月1日起，曲阜市文物景区对60周岁以上老年人实行免费参观。60周岁以上老年人持本人有效身份证，经专用通道查验后可免费入园参观。

根据《山东省老年人权益保障条例》有关规定，结合文物景区实际，曲阜市文物局重新调整优惠政策，将原先70周岁以上老年人免费参观，60周岁至69周岁老年人半价优惠的政策调整为60周岁以上老年人免费参观，进一步扩大了老年人的优待范围，丰富了老年人的精神文化生活，有助于引导市民主动关心老年人生活，形成良好的社会风气。

据悉，元旦小长假期间，“三孔”景区共接待游客3.9万人次，同比增长64.9%，门票收入116.3万元，同比增长13.6%，接待教师免费入园4186人次，60周岁以上老年人免费入园2951人次，实现社会效益和经济效益双丰收。

# 玩转亲子酒店，只有“孩子”还不够

□本报记者 付玉婷

商业综合体之间的“儿童牌”早就打得火热，近两年，一些酒店也开始将儿童游乐设施作为标准配置，并给自己贴上“亲子”的标签。不过，以为摆上几件玩具、设个儿童房就能让家长大方掏钱，未免想得太过简单了。

位于我省青岛的海景花园酒店，以亲子度假重新定位后不到一年，就在知名OTA（在线旅游服务商）网站上以4.8分的评分力压香港迪士尼酒店（4.5分/5分）与香港好莱坞酒店（4.6分/5分），获评中国地区最佳亲子酒店。他们的经验显示，玩转亲子酒店，光抓住“孩子”这个点远不够。

### 转型重在经验积累

近年来酒店行业受到多重冲击，再加上青岛旅游一直存在淡季明显的不利因素，从去年开始，海景花园酒店作出顺应家庭出游频率提升、加重亲子度假比重的转型决定。过去在海景花园酒店一层，就有专门针对1至6岁孩子的儿童活动室以及各种配套亲子活动，这次酒店又新增了更高层次的孩子的游乐空间，并设置了层次更为丰富的活动内容。海景花园酒店客房预订部经理辛冰露表示，海景是国内最早被美国哈佛商学院纳入教学案例的酒店，因为有着“永远不对顾客说不”的服务理念，尽可能细分客户群成为提升满意度的必然要求。在过去很长一段时间，孩子都是与老人、孕妇、商旅等相并列的客户群体，这次转型，只是让以往这股专注劲儿更有用武之地了。

APP、网页、电话……虽然现在酒店的预订渠道更加多元，在顾客下单后第一时间做好沟通仍是海景坚持的服务流程。“相比旺季，淡季家长带孩子出游目的性会更强，往往跟生日、节日相关，对特色服务的期待也就更大。”辛冰露表示，但凡涉及孩子的订单，服务人员都会打电话确认住店目的，以便在用餐、房间布置、亲子活动选择上提前做好惊喜；未能提前获知的，办理入住时前台人员也会给出建议。据介绍，曾有位母亲提前预订的房间是比较新的加长海景房，看到随行的孩子后，工作人员主动建议换到另外一间完全不用担心装修味道的房间。

### 好评来自细节的感动

亲子酒店、精品酒店、艺术酒店……近些年，越来越多的酒店在推广时喜欢给自己加上某种“标签”，这主要是希望目标客户

群将自己一眼认出，酒店本身也能更方便地进行产品策划和价格设置。不过，对海景花园酒店来说，“亲子”乃至其它各种标签至多只是起一个“锦上添花”的作用。辛冰露指出，无论哪种酒店，归根结底还是酒店；客人之所以选择入住，仍旧着眼于房间干不干净、好不好睡、食物好不好吃、收费合理不合理等最基本的方面。在携程网上同海景花园相关的点评中有许多满分评价，这些评价正是从最小的方面阐述自己的惊喜与感动。

一位叫做“wechat”的网友提到，因为带着孩子的缘故，麻烦事儿特别多，一会儿要沏奶用的纯净水、一会儿要洗洁精……服务员统统都能快速解决，每晚回到房间还能收到两个毛绒玩具，回酒店的路上孩子别提有多期待了。

异地他乡，人们常期待酒店能有家一般的感觉，但现在许多酒店尤其是高星级酒店一味奢华高调，反倒强化了“异地他乡”的不适感。客人“翻若”在海景注意到一个细节：虽然装修得很不错却又并非金碧辉煌，灯光较暗，照顾到了人眼舒适度；带小朋友到酒店的露天泳池游泳，回泳镜的价格，被

告知200元一副，但同时主动提到也可以30元租用。“翻若”表示，这与许多海边景区租用和购买几乎相差无几的唯利是图的做法完全两样。

据了解，旺季时国内一些休闲度假类酒店价格“逆天”的情况比较明显，海景花园酒店里一间行政加长海景房的价格也在3000元以上，但值得回味的是，住客对酒店的评价并未因此受影响，相反还有不少提到“房间内水果饮料零食随便吃，味道还都很好”“住这家酒店，除了来回交通几乎就没其他费用了”“各种讨小孩欢心的场所免费进入”。这些赚足人气的细节，让海景花园旺季入住率高达90%以上，全年入住率也一直维持稳定增长。

### 让大人也不虚此行

孩子越小，在酒店里待的时间越长，甚至对于不少带着3岁以下小孩的家长来说，酒店可能就是这趟旅程唯一的目的。为了让父母也能不虚此行，青岛海景花园酒店提出了一个“双赢假期”的想法：既让孩子全



### 济南四座山体公园集体亮相

#### 集体亮相

□记者 房贤刚

付玉婷 报道

**本报济南讯** 由济南市园林局林场负责修建的卧虎山、平顶山、金鸡岭及葫芦顶山体公园日前集体亮相，并在元旦小长假引发一波就近游玩热潮。据介绍，按照目前的进度，济南到今年年底建成23座山体公园的任务将超额完成。

利用济南的地形优势，经过提升改造后形成山体公园，让市民在家门口享受登高休闲健身的乐趣，是建设山体公园的目的之一。市园林局相关负责人透露，除了山体公园建设，大干佛山风景区、龙洞风景区、兴隆山风景区，以及英雄山风景区也将着眼于不同定位作进一步改造提升，更好地满足市民不同类型的需求。

## 携程发布《2015携程海外酒店白皮书》，大数据揭示游客多样化出境游选择——

# 酒店预订折射游客出境心理

□本报记者 高晓雷

1月4日，携程旅行网发布了《2015携程海外酒店白皮书》（下称“白皮书”），借助大数据方式详细分析了一年海外酒店市场的变化与调整。白皮书指出，全球化、家庭化、两极化、小众化、高端化正逐渐成为海外酒店市场未来的几大发展趋势。

同时，“说走就走”的出游理念愈加深入人心，海外酒店的预订周期大大缩短。白皮书透露，越来越多的用户习惯在出行前一周之内决定境外旅游计划，甚至有8%的用户在入住当天才挑选并预订海外酒店。分析指出，随着各国对于国内游客签证条件的逐步放宽，相信会有更多人不断缩短决策周期，采用这样的出游方式。

### “携家带口”亲子游比例上升

携程山东公共事务部经理高杰接受记者采访时称，随着二孩政策的全面放开，国内亲子游市场将迎来一波新的发展高峰，同

时，出境亲子游市场的预订占比也从2014年的31%上升至2015年的37%，更多家长愿意带自己的孩子走出国门，这一定程度上提升了海外亲子酒店的人住需求。

据悉，海外亲子酒店的人住时段集中在寒、暑假期间。亲子游人群对于酒店的选择有别于其他出游人群的特质，最主要的区别在于亲子游家庭往往对于家庭房、套房（即3人或以上的单独一间）的需求要高于其他人群，占比接近80%。

白皮书还指出，2015年86%的亲子游旅客会选择入住高星级（4-5星）酒店，而入住低星级（1-3星）酒店的游客仅为14%，并且呈现不断降低的趋势。

### 小众目的地渐受青睐

在目的地选择方面，日本、韩国、泰国在2015年依然延续着强劲的增长势头。携程数据显示，2015年有近6成的海外酒店订单目的地均指向这三个国家。此外，入住新加坡和美国酒店的国内游客在2015年也有显著的增长，有望在2016年冲击前三。

2015年，泰国对于国内游客的吸引力显著提升，普吉岛、曼谷、清迈是泰国排名前三的海外酒店目的地，同比增长超过200%；日本东京和大阪也吸引了大量游客的入住，同比增长近180%。

此外，2015年更多成熟的出境游客选择小众目的地进行深度游玩，体验当地极具特色的人文风情，如泰国甲米、越南岷港等小众目的地热度显著上升，预计在2016年将会有更多口碑好、有特色的小众目的地成为国内游客的“心头肉”。

## 创品牌，促发展，蓬莱打造度假区竞争新优势

□沙艳丽 王其壮

2015年12月25日，在全国海滨度假旅游产业知名品牌示范区验收工作会议上，蓬莱旅游度假区以高分顺利通过考核验收，标志着蓬莱旅游度假区在海滨度假旅游品牌打造上又迈上新台阶。

近年来，蓬莱旅游度假区深入挖掘海滨文化、神仙文化、葡萄酒文化内涵，以“围绕品牌、质量、服务打造竞争新优势”为创建目标，集中实施了品牌特色化、产业集聚化和服务标准化三大战略；以“到蓬莱，过神仙日子”品牌理念为引领，打造提升“人间仙境、美酒之乡、休闲天堂”品牌形象，推出独具特色的“慢、闲、趣、静、新”的“蓬莱生活方式”。截至目前，蓬莱共有各类景区景点32处，其中5A级和4A级景区各2处，3A级景区5处，涵盖文物古迹、历史文化、古典园林、主题公园、休闲乡村、山岳林地等景区类型，拥有特色葡萄酒庄5家，星级酒店、高档主题酒店21家，室内外休闲娱乐项目20余个。

### 科学发展定方向 开启标准化管理运营新时代

向集聚化、规模化、产业化发展，制定度假区品牌建设规划，纳入《蓬莱市国民经济和社会发展规划第十三个五年规划》，聘请国家旅游甲级规划资质单位编制《蓬莱旅游度假区总体规划》。2014年，编制《全国海滨度假旅游产业知名品牌创建示范区建设规划》，规划目标明确，思路清晰。品牌建设经费充足，市财政每年安排示范区旅游产业发展奖励资金，主要用于旅游品牌发展奖励，创建期间共投入各类资金3000余万元。制定有效的品牌培育保护政策，出台《蓬莱市质量兴市暨名牌战略实施意见》《蓬莱市旅游产业岗位目标考核办法》《蓬莱市旅游发展奖励资金使用管理暂行办法》等品牌培育、保护政策和措施。建立品牌危机应急处理机制，从预先控制、现场控制到事后控制，全面掌握品牌危机处理措施，使得度假区品牌在市场中得以良性发展。

大力实施品牌化战略，制定《蓬莱市人民政府关于实施标准化战略的意见》，积极推动企业参与标准化和认证认可工作，取得显著成效。2012年，度假区通过ISO9001质量管理体系和ISO14001环境管理体系双认证；蓬莱阁景区、八仙过海旅游公司确立为国家级服务标准化试点单位，标志着蓬莱两大旅游支柱产业双

双步入标准化管理运营新时代。蓬莱阁景区、中粮君顶酒庄和蓬莱八仙过海旅游有限公司通过质量、环境体系认证，其中蓬莱八仙过海旅游有限公司、中粮君顶酒庄职业安全健康管理体系也有效运行。“蓬莱阁 PENG LAI GE”、“八仙过海”被认定为“中国驰名商标”，成为山东省内旅游服务类最早的中国驰名商标。目前，全市共有中国驰名商标9件，山东省著名商标31件，地理标志证明商标3件，地理标志保护产品企业12家。

### 产业融合促发展

#### 开启多业态下的蓬莱旅游发展新模式

以得天独厚的海滨资源为条件，以神仙文化、海洋文化、葡萄酒文化和民俗文化资源为基底，以打造“到蓬莱，过神仙日子”旅游品牌为目标，逐步形成蓬莱特色“慢生活、深休闲”的旅游产品体系。2015年举办的蓬莱仙道文化与中国古代文学全国学术研讨会，让“神仙道教”文化这一鲜明主题与“人间仙境”这一山海载体相结合，也将使蓬莱从一个历史、地理上的概念上升为一种文化符号与文化概念。

致力于拓展海洋文化旅游产品，依托百里海岸线、3S优势，规划面积达28平方公里的蓬

莱西海岸海洋文化新区开工建设。充分发挥旅游龙头作用，借助知名品牌创建工作，将提炼葡萄酒与葡萄酒地域风情板块作为重点领域，在引入拉非酒庄、苏各兰酒庄等国外酒庄模式的同时打造中国酒庄模式，建造了君顶酒庄、瑞事酒庄、沃族酒庄等近20个酒庄群，形成了“一路两翼”的酒庄旅游新模式。以发展精品酒庄游为主线，将葡萄酒文化体验推广与休闲度假旅游相结合，通过葡萄酒采摘游、葡萄酒周末Party、葡萄酒自酿酒大赛等活动，挖掘推广葡萄酒文化，使葡萄酒与葡萄酒产业与高端文化旅游服务业得到了快速的融合和发展。

### 优化服务提档次

#### 完善服务体系与诚信体系建设

度假区重视服务体系建设，有效实现服务规范化、人性化、个性化和精细化，游客满意度逐年提高，在近几年烟台市“旅游服务质量满意度指数调查”活动中，满意度综合指数排名均居于榜首。蓬莱阁景区连续三年在山东省5A级旅游景区满意度测评以及烟台市旅游景区满意度测评活动中位列第一。蓬莱阁导游团队是度假区优质服务的优秀代表之一，他们结合空乘人员和奥运礼仪人员选拔标准，实行科学

严谨的导游员选拔管理，制定了《导游员量化考核标准》《导游员星级评定实施办法》等一系列特色管理制度，对导游员进行全方位、多层面的培育。蓬莱阁景区还结合导游管理发展趋势，率先打破了导游员“铁饭碗”制度，并创新性地引入竞争上岗机制，导游员管理实行星级评定制度，按星计酬，动态管理，严格有效的管理模式造就了一大批享誉业界的精英导游人才，先后涌现出“全国青年岗位能手”、“全国十佳景点导游员”、“全国优秀导游员”、“全国文明导游员”、“国家旅游局导游师库成员”等拔尖导游人才数十名。

在旅游质量诚信体系建设方面，度假区始终坚持以政府为主导的原则，相关部门配合联动，形成快速、便捷、高效的质量监管机制。制定《蓬莱市诚信旅游信息发布暂行办法》，组织区内企业签署服务质量目标责任书，同时采取测评与访查相结合的方式，加强对旅游产业质量状况的监控。在旅游资讯网分类建立旅游企业质量信用信息平台，制定《旅游服务质量公报》《旅游警示公告》等一系列制度。先后3次承办各级旅游执法工作现场会议，蓬莱市旅游监察大队被山东省旅游局授予“山东省人民群众满意基层旅游质监执法机构”。