

在旅游业转型升级与改革发展过程中，旅游新业态及系列规律性问题层出不穷，对其探讨与创新越发迫切——

旅游新常态呼唤创新驱动新活力

□ 本报记者 付玉婷

4月6日至8日，“新常态新理念新作为”系列专题研讨培训班在济南召开，培训主题围绕旅游业转型升级与改革发展。

从最高决策层明确给出供给侧结构性改革的指导方针，到全域旅游被确定为“十三五”期间旅游发展主线，再到“好客山东”品牌自身的落地需求，山东省旅游局副局长岳滨表示，在这个关键阶段，对旅游新业态及系列规律性问题的探讨、解读与创新研究越发迫切，这是本次培训班举办的背景。

全域旅游就是“旅游+一切”

全域旅游近段时间成为热词，除了旅游业自身发展升级的内在需求，在中国旅游智库秘书长石培华看来，从新型区域经济发展模式的角度理解全域旅游的必要性，可能更有利于旅游部门在当下经济转型发展中主动作为。

过去，县域经济的明星常常是加工业，近些年，旅游则成为越来越多后发地区打造县域经济的突破口。石培华指出，多地实践证明，一个地区一旦有了旅游发展诉求，文化、生态、服务、开放、产业培育等系列相关诉求往往就会成为题中之意——“旅游的理念使一个地区的发展更有品质”。

结合我省实际，山东省旅游局局长于风贵认为，全域旅游是可以“一业牵四化”的——助推新型工业化、农业现代化、新型城镇化、服务业现代化，“通过抓旅游，可以实现抓一切”。

而全域旅游更通俗的解释正是“旅游+一切”，相比仅仅关注标志吸引物的景点旅游，全域旅游对地区经济发展有着更高的改善与激发动力。石培华强调，作为创新理念而成为关注焦点的全域旅游，还应该注意不要成为各地贴标签般盲目选择的新概念，谨防全面开花、处处一样、开发方式单一、开发保护不均衡等不良倾向。

根据国家旅游局的统计数据，目前35岁以下游客在游客总量中占比达到52%，副省长李缙缙在培训班上提出，如果还执着于“老一套”，将很难满足这一群体的需求，

更不可能满足全域旅游的发展需求。而提及山东旅游时，石培华也直言不讳：“有体量，有文化，但缺少在全国叫得响的品牌。”他建议，山东历史文化、农业种植、海洋资源等都提供了丰富的创意空间，不妨以此为切入点，以“众筹”思维动员全社会参与旅游创业创新。

“旅游+互联网”有逻辑可循

传统征信判断一个人信用状况的维度很有限，而在互联网领域，一个从未被关注过的维度，都很可能成为刻画个人信用状况的“关键一笔”。腾讯计算机控股有限公司副总裁马斌以上述情况来解释传统产业与互联网产业在使用原则上的巨大差异。他提到，与互联网的结合已成为当下旅游产业最灵动的创新领域，但如果缺乏核心逻辑，即便是这样的结合，也很难迎来期待中的“市场爆点”。

“旅游全民消费、全社会关注、全产业链融合的特点，决定了这个市场有着无数的痛点。”据马斌介绍，所谓痛点就是游客不安、不满等负面情绪的来源，正是这些痛点决定了旅游产品的未来发展方向。“旅游+互联网，首先要按照从高频到低频的规律，找出当下市场的痛点。”马斌表示。

找到了痛点，接下来就是如何“止痛”的问题。记者了解到，基于旅游高峰期游客密集可能引发的安全风险，腾讯已经开发出“出行热力图”产品用以估算相关区域内人流情况，目前已成为多地安保勤务保障的重要支持。

而在旅游从观光转向休闲、度假这个最热点的话题领域，如何“止痛”，马斌推荐了法国的度假连锁集团地中海俱乐部的做法。

据他介绍，这家度假集团从多年前就开始瞄准旅游市场主力——家庭游客来回市场需求。为了让父母也能享受属于自己的旅游时光，在地中海俱乐部，任何年龄的孩子都可以被托管。这种“儿童、成人一个都不怠慢”的贴心服务，让地中海俱乐部的度假村如今在家庭游客中建立起无可撼动的权威地位。

以制度创新激发旅游活力

“与市场发挥决定性作用具备同等地位的，是政府作用的更好发挥。”于风贵在会上提到，尤其在产业链条长、覆盖面广的旅游领域，缺乏政府主导、整合、单靠市场做大做强将很难想象。当前，供给侧改革将旅游消费摆上更高位置，政府部门又该如何发挥作用？本次培训班上，杭州、三亚的发展经验都指向了以供给侧要素之一的制度要素的创新来激发旅游活力。

星级标准在业内占主导地位过去，旅游部门对宾馆尚能发挥行业指导作用，而随着非标住宿的流行，当下一个现象是，做得最好的酒店往往已不参与星级评定，这使得住宿业关键环节与旅游部门的联系被进一步弱化。据杭州市旅游委员会主任李虹介绍，杭州发展旅游的底气不只在成立旅游委员会，更在于成立旅委后，以制度变化为切入点，创新采用产业导向法替代过去的行

政博奕法，重建对于旅游市场的推动力；在此过程中，旅游欠缺行政赋权的问题也得到了破解。

度假资源得天独厚的三亚，在前些年的过快发展中，积累了以“一日游”为代表的各类旅游乱象，几乎每到节假日，就会成为媒体频繁曝光的对象。近两年，这情况已很少见。数据显示，当地旅游巡回法庭受理的投诉案件数量在2013年至2015年期间，从159件下降至9件。据三亚市委副书记岳进介绍，这来自于当地以市委书记、市长亲自挂帅成立旅游领导小组，通过吸纳35个相关部门实现“五指收拢”。以往遇到欺客宰客这类投诉，即便有物价部门出动，由于无法采取强制措施，旅游市场治理显得苍白无力，现在则由旅委、工商局、旅游警察、对口责任部门“四位一体”同时处理。就在今年春节，在一则针对亚龙湾某酒店厕所收费的举报中，因处理及时有效，这一原本可能对旅游乃至整个城市形象造成毁灭性打击的负面事件反而变成了让游客点赞的正面案例。



▲4月7日21点，济南园林部门发布最新消息，趵突泉水位已降至27.47米，比去年同期低21厘米，处于2003年泉水持续喷涌以来的最低水位。为减缓地下水水位下降的速度，济南相关部门持续增加补源量，目前，每天的补源量达到30余万立方米，更首次调用长江水补源。

□记者 房贤刚 报道

◆国家旅游局通报清明节及近期查处的5起典型案件

国家旅游局近日公布了2016年清明小长假期间旅游投诉和典型案件查处情况。自4月2日8时至4月4日17时，国家智慧旅游公共服务平台“12301”和旅游投诉举报网络平台共接到旅游投诉222件。此外，5起典型案件被查处。

根据明查暗访、舆情监测、投诉举报线索，清明节及近期查处的5起典型案件分别为：卢某某无证驾驶快艇在三亚湾揽客案；大理任你旅行社有限公司未与游客签订旅游合同、转团案；湖南芙蓉旅行社有限责任公司租用无资质旅游车辆案；德州市百事通国际旅行社有限公司使用无证导游案；游客杨志方殴打领队案。

◆以色列对中国游客发放10年有效签证

我国游客赴以色列旅游有重大好消息。近日以色列正式向中国游客发放十年有效签证。4月，海航也在国内航空公司中首次开通赴以色列的直飞航班。在线旅行社携程旅游也宣布，联合海航推出了全国40省市联运的直飞以色列旅游线路，各地游客可以随时在线报名。

当地时间3月29日，中国和以色列正式签署《中华人民共和国政府和以色列国政府关于为持中国普通护照和以色列国护照人员颁发多次签证安排的协定》。根据协议，以色列将为以商务或旅游为目的的中国公民颁发10年多次往返签证，中国也将给予以色列公民同等待遇，每次停留期不超过90天。

◆俄罗斯中国团体游签证有望进一步放宽

在日前举办的第四届中俄旅游合作论坛上，俄罗斯联邦旅游署署长萨福诺夫表示，俄罗斯正在考虑进一步放宽对中国团体游的免签政策。

据介绍，俄罗斯正研究将对中国5人以上团体游免签放宽到3人以上免签。此外，俄罗斯联邦旅游署还将在中国成立第二个旅游办事处，在俄罗斯境内，正在开展的“友好中国”项目也将在旅游服务点有针对性地提供更多的中文服务。（记者 高晓雷 整理）

□ 责任编辑 李文

穿越五千年时空 弘扬中华文明

太阳部落：为齐鲁旅游注入新活力

□于鹏

◆ 阅读提示 ◆

有多少付出就有多少回报，泰安太阳部落景区在刚过去的清明小长假又传来喜讯，假日3天共接待游客近8万人(其中临沂市场受特惠活动的拉动，游客近3万人)，游客量是去年同期3倍，旅游收入是去年同期2倍，太阳部落已经成为山东旅游新旗帜，这是太阳部落景区注重品牌打造、贴近市场推行大众消费的必然结果。据悉，太阳部落一家人只买1张票景区活动将延续到4月24日。

发展：背负着荣誉前行

2016年3月14日，由中国园艺及游乐园协会与CCTV发现之旅频道《品质》栏目联合主办的第二届中国游乐行业“摩天奖”颁奖典礼在国家会议中心举办，泰安太阳部落景区荣获“主题公园规划奖”。

这是继首届“摩天奖”荣获“最佳文化主题公园奖”之后，太阳部落景区再次荣获“主题公园规划奖”。这是对泰安太阳部落景区的肯定和褒奖，对于彰显太阳部落旅游形象，凸显文化旅游品牌效应具有重要的作用。

泰安太阳部落景区以情景体验的形式，将史前文化和游乐项目有机融合，使远古文明的场景在游客面前真实展现，是中国首家体验史前文明的特大型文化主题公园。太阳部落为山东乃至全国旅游行业注入一股清新和活力，不仅以精彩刺激的项目、丰富多彩的演艺、民俗活动博得广大游客的青睐，太阳部落秉承高度重视游客体验度的企业文化，以优质的服务、清新整洁的环境在行业中脱颖而出，赢得了良好的口碑，影响力不断提升，成为山东最大文化旅游亮点，与泰山形成两极，旅游目的地影响力进一步提升。

2015年，太阳部落景区紧紧围绕全力打造“文化主题公园精品品牌”的目标，由粗放型向精细化管理方式转变，进一步落实景区规划思路建设，不断强化景区服务管理，努力将太阳部落景区打造成为文明、诚信、安全、高效的精品景区。2015年景区游客量稳步攀升，全年接待游客总量突破100万人次，营业收入突破1亿元，较上年增长15%，各项经营指标实现良好的增长态势。

太阳部落景区总经理孔祥海在接受采访时表示：2015年太阳部落景区以品牌发展和运营管理为核心，通过一系列重大节庆活动的成功



△国内顶级龙形超级激流勇进



△共工的愤怒——波浪翻滚

举办，以及多渠道、广深度的全方位传播，有效提升了景区的品牌知名度及美誉度。同时加强了运营管理，景区新项目开发稳步推进，基础设施设施成倍翻新、标准化管理建设有声有色，从而促进了综合服务水平质的飞跃。

突破：行走在创新和责任之间

任何事物发展都存在两面性，太阳部落也不例外，有机遇也有挑战。目前，山东省内大型主题乐园已超过十多家，数量之多、分布之

密集在国内罕见，如此多的主题乐园已经陷入僧多粥少的尴尬局面。在以前固有的印象思维中，到大型主题乐园游玩是高消费，大部分主题乐园一步步把门票价格哄抬上去，一百多元的门票价格司空见惯，两百多的也不足为奇，殊不知过高的门票价格让很多游客望而却步，望“园”兴叹。游客少、乐园日子不好过，逐渐成了一些乐园的生存常态，为什么不改变这一局面呢？

太阳部落在思考，要想实现逆境中突破，就要实施运作、营销等体系的多层创新。太阳部落作为国内首家展现大汶口文化的特大型主



△景区入口

题公园，首先做出了改变和调整，从开园至今，根据市场需要和变化，抓住了游客的消费需求和心理，逐步调低门票价格，使景区游客接待量和旅游收入年年攀升，景区的知名度和美誉度也日益提高，目前已成为山东省游玩设施最丰富、游客量最大的主题乐园之一。孔祥海告诉笔者：“主题乐园在西方国家是很普通、很大众的旅游消费，在中国反而成了奢侈品、高消费，这不符合当下的消费水准和需求，太阳部落景区在自身发展的同时，采取一系列措施竭尽所能降低门票价格，让更多的人

来游玩，享受现代文化娱乐带来的乐趣。”孔祥海还针对整个主题乐园市场现状发表自己的看法，他认为，与其高票价游客稀少、设施闲置，不如降低身段、降低门槛，把票价放下来，实行薄利多销，但降低票价不是降低游玩品质，而是在保证游玩质量的前提下降价，这才是旅游持续发展的根本。同时，太阳部落作为传承中华文明的重要载体，它不仅发挥着传导功能，还担负着民众传统文化的教育功能，应该说这是一种责任。

太阳部落在自身发展的同时，时时刻刻不忘回馈社会，清明假期推出的一家人购1张票游乐园就是最好的体现；清明假期针对临沂老区游客，更是推出了力度更大的回馈活动，老区游客也报之以桃，假期3天来了3万人，大巴超过200多辆，实现了景区与社会的双赢。

太阳部落营销模式的变化，得到了业内专家的一致好评，他们认为，不破不立，旧有的格局需要新生力量来打破，只有这样，山东旅游才会迎来大发展和大提速。

提速：做排头兵依旧需要实力

山东是旅游大省。但在以前，提起山东省旅游，恐怕拿得出手的只有泰山、曲阜三孔、趵突泉、蓬莱阁、黄金海岸等传统知名景点和旅游区，好似其它新型景点都代表不了山东省旅游。这种传统的格局会改变吗，可以被打破吗？答案是肯定的，泰安太阳部落的横空出世，旅游收入和游客接待量都进入山东旅游前列，不仅迅速成为山东主题乐园的排头兵，也已经成功挤入山东旅游第一梯队，具备了叫板传统知名景区的实力。

太阳部落建成的时间并不长，但其发展的速度却是十分惊人，其秘诀是什么？

首先是文化与游乐结合的独特定位。做“活”文化旅游，通过新颖、时尚、好玩的游乐项目来展现文化，让传统文化——大汶口文化焕发出勃勃生机和活力，让文化传承找到好的载体和形式，这是太阳部落景区受社会和市场青睐的根本所在。其次是灵活的、贴近市场的价格政策。营销政策都以市场为导向，力举大众消费大旗，这是景区年实现游客过百万、收入近亿元的重要保证。再次是景区永不止步的创新精神。孔祥海带领的团队每年要改造提升现有项目，并增加更有文化特色的体验项目，文明之光、水龙王等项目都是开业后增加的项目，太阳部落景区的远古大战(中国唯一双曲轨道影院)、地心历险(中国首个模拟影视跳楼机项目)等30余个项目，正在为泰安市旅游事业发展发挥着积极的作用。