

商 养 学 闲 情 奇

新六大要素构成旅游新业态

本报记者 赵 珊

旅游的吃、住、行、游、购、娱六大要素,过去人们耳熟能详。而在前不久举行的2015年全国旅游工作会议上,国家旅游局局长李金早提出:如今,激发人们旅游的动力要素越来越多,需要拓展新的旅游要素。他认为,这种新的旅游要素也包括六个方面,即商、养、学、闲、情、奇。这一提法,随即引起了社会的广泛关注。

其实,李金早的观点,此前就被业界认同,更被日新月异旅游新业态所证实。



商

李金早在讲话中表示,“商”是指商务旅游,包括商务旅游、会议会展、奖励旅游等旅游新需求、新要素。

作为世界第二大经济体,中国与国际社会的密切交往带来了规模庞大的会议会展等商务活动。根据全球商务旅游协会发布的2014年报告预测,中国将在2016年取代美国成为世界第一大商务旅游市场。

由北京、上海、天津、成都、杭州、昆明、三亚、西安等15个城市组成的会奖旅游城市联盟日前宣布,要打造中国会奖旅游整体国家品牌形象,提升中国在国际会奖旅游市场的聚合力和影响力,吸引更多国际会议买家聚焦中国。北京已把会奖旅游作为发展高端旅游的重要内容,把首都文化和皇城文化资源融入会奖旅游,逐步推出特色节庆旅游、文化演出旅游、精品文物旅游等定制旅游产品。



闲

“闲”也就是休闲度假,包括乡村休闲、都市休闲、度假等各类休闲旅游新产品和新要素,是未来旅游发展的方向和主体。

经过多年的发展,我国的旅游已从观光游发展到休闲度假。以感受乡土气息、拥抱亲近大自然、探秘古村落为目的的休闲农业正受到人们的追捧。休闲农业促使大量的农区变“景区”、田园变“公园”、农产品变商品。继农家乐、渔家乐、花家乐、林家乐及生态观光农业园等业态之后,国家农业公园的出现将为游客提供新选择。

此外,一些旅游城市正在向休闲城市转型,游客置身城市之中便能休闲度假。例如杭州正在创建国民旅游休闲示范城市,将重点打造西湖历史文化体验游、精品民俗游、龙井茶文化旅游休闲示范区、运河水上观光游、香积素斋禅茶游等一批文化休闲体验产品。



品读炼丹湖

黄俊英 文/图



炼丹湖冬景

中国人对山水自古情有独钟。有山无水,山便显得寂寞;有水无山,水便显得落寞。山因水而俊秀,水因山而灵动。安徽天柱山既有“擎天一柱”的高山,又有“丹灶苍烟”的平湖,所以,游览天柱山必到炼丹湖。

炼丹湖位于天柱山西关天柱峰东南的良药坪,是我国第三大高山人工湖,海拔1100米,广约40余亩,大坝高18米,长百米,下游是百丈峡谷,终年湖水直泻而下,组成一幅巨大的飞瀑水帘,珠玉四溅,奇特瑰丽。

相传东汉末年,庐江郡(今潜山)“少有神道”的大魔术师左慈常年在良药坪处焙药炼丹,炼丹湖也因此得名。炼丹湖的西北有炼丹台、炼丹洞、炼丹灶等。炼丹台上有积水,常年不盈不涸,气象有变时,云雾则由此生发,时而袅袅上升,时而就地扩散,或浓或淡,或断或续,活像灶火初生或乍熄时的炊烟。旧志载:“潜峰左,岩径深邃,名上炼丹,昔左慈烧药于此。至今天晴日朗,烟霏起林薄间,苍翠明灭,浓淡不常。上有火池,久雨不盈;水池,久旱不涸。阅部史道邻(史可法)尝登此,叹为奇绝。”古人把这一

自然景观称为“丹灶苍烟。”明代诗人卢桂游此吟诗曰:“苍苍一缕烟,袅袅出萝薛。仙风四散吹,俱带金丹气。”诗人罗庄也咏诗记之曰:“仙人炼丹已成丹,飙车一去何当还。火冷丹炉烟未息,至今仙迹空山。”

新年的第一场雪在不停地下着,我与朋友相约冒雪登天柱山去观赏雪后的炼丹湖美景。中午11时,我们从潜山县城坐上旅游班车,12时到达天柱山南大门佛光寺,我们撑着雨伞,沿着新修的登山步道拾级而上,开始徒步登山,下午2时赶到青龙洞,夜宿天柱山庄。次日凌晨5时我们又开始登山,直奔炼丹湖。

雪后清晨的炼丹湖,是那么清澈。群峰环抱,绿水青山,湖水碧澄,松竹交翠。它像一面明镜卧山山谷,与蓝天、白云、碧水、绿树和山峦相映成趣;它像一颗绿色翡翠镶嵌在逶迤的秀岭中,玲珑剔透,晶莹剔透。7时开始,可见炼丹湖上晓星渐没,微曦稍露,不一会儿,一轮红日冲出紫雾的包围,将其既红且圆的美丽形象,展现在浩瀚澄清的炼丹湖的上空。初升的太阳照在湖面的薄冰上,仿佛撒下无数银片——好一个晶莹剔透的童话世界。

学

“学”也就是研学旅游,它的内容既不是单纯的旅游也不是纯粹的留学,而是介于游与学之间,贯穿了语言学习和参观游览,包括修学旅游、科考、培训、拓展训练、摄影、采风、各种夏令营冬令营等活动。记者在采访中了解到,我国的研学旅游早已走出国门,其目的地遍及亚洲、欧洲、美洲和大洋洲,内容从最初的校园游览、观摩课堂发展到目前的全真插班、家庭寄宿、社会调查、充当志愿者等多种体验。

不只是家长和孩子关注研学,近年来不少职场人士也选择用研学方式给自己充电。目前,国内已有旅游机构提供成人研学产品,涵盖IT编程、瑜伽养生、高尔夫、品酒、咖啡、潜水、飞行等领域,职场人士通过短期技能类课程,可以获得技能提升、各类证书、职场镀金等收获。



奇

以探奇为目的的旅游新产品、新要素,包括探索、探险、探秘、游乐、新奇体验等,在我国近年也发展迅速。

一些资深驴友已经不再满足于常规的景点和舒适的休闲、徒步、登山、骑行等深度体验类的旅行方式渐受青睐。这些新方式令游客更加亲近自然,亲近人文,获取身心的锤炼与提升,更具个性化,更为深入,同时作为一种体育健身的方式,能有效地增强旅游者的体质,锤炼旅游者的意志。

目前市场上此类产品颇为丰富,例如国内的徽杭古道、唐诗之路、漠河找北、寻秘贵州等,出境的巴厘岛梯田火山人文徒步、法国勃朗峰大环线高山徒步以及美国西部国家公园大峡谷徒步等均受到游客喜爱。



情

李金早说的新旅游要素“情”,是指情感旅游,包括婚庆、婚恋、纪念日旅游、宗教朝觐等各类精神和情感的旅游新业态、新要素。

早在60多年前,钱钟书就曾说:结婚以后的蜜月旅行是次序颠倒的,应该先旅行一个月再结婚。时下,以爱情为主题的旅游,尤其受到了年轻人的喜爱。

据了解,目前我国与婚庆产业关联的行业已达40多个,新婚蜜月市场规模每年约1.2万亿元人民币。婚庆旅游、婚纱摄影等业态,对旅游业而言已是“天大机会”。去年,北京、天津、河北、安徽、海南5省市组建了婚庆旅游合作组织,培育婚庆旅游目的地、市场、产业和产品,推进婚庆旅游成为旅游经济新的增长点。海南目前重点向国内外旅游市场推出婚庆旅游产品,促进婚庆产品与海洋、生态、文化、康体、度假等产品的融合,希望从婚庆主题旅游产品突破,打造海南婚庆旅游产业链。



本报电 日前,海外网与人民日报海外版旅游部联合推出的微信公众号“人民旅舍”,上线10余天,受到众多网友粉丝的关注。

人民旅舍公众号是一次报网融合的深度互动,一方面充分利用与发挥海外版的原创资源和特色,另一方面融入海外网在新媒体尤其是移动互联网方面积累的创新经验,力求为海内外网友提供丰盛而实用的旅游大餐。

已与读者网友见面的“旅舍君”正在力求突出四个特点:

一,紧扣网民关注的时政、社会等热点问题,以旅游的视角迅速做出报道和解读。比如《2015年最酷旅行:习大大提的丝绸之路长这样》、《总理开会,我旅游。告诉你一个不一样的达沃斯》、《那些惊天大案造就的“反腐景点”》都获得了颇高的关注度。

二,密切关注旅游行业动态,发布独家解析,搭建行业互动交流的权威深度平台。《丝路旅游,中国人境游低迷的终结者》、《城市让我怎么说爱你,旅游工程可休矣》、《看懂中国旅游八个新常态》等,均属此类。

本报旗下旅游微信公号 “人民旅舍”上线



三,做网民喜欢的轻松、实用、娱乐的话题。电视剧《武媚娘传奇》、电影《智取威虎山》热播,人民旅舍推出了《媚娘同款旅游线路,你值得拥有》、《智取威虎山,杨子荣座山雕有的你也一样有》。还为粉丝推出了超实用的收藏帖《没钱看这里!不要钱的5A景区都在这里了》、《外交部认证最全中国护照“免签国”》、《各省旅游简图》、《不买这些,敢说来过中国》系列等。

四,交流互动,给粉丝发福利。创办不到20天,旅舍君联合航空公司,为粉丝送上了免费机票的新年大礼包。之后,还将会上免费入住酒店、免费景点门票,甚至是免费出境游的机会。

“人民旅舍”(微信号:renminlvsh)刚刚开张,诚邀各位喜爱旅游的读者多多关注、多多支持,当然,也欢迎多多点赞!



一家人在海外旅行

更高的性价比;可以两人成团,享受更私密的旅游体验;可以当地参团,享受更灵活的目的地服务;也可以定制成团,享受更个性化的旅游解决方案。“团缘”在行程设计上突出体验性,增强消费者与目的地之间的

“团缘”,不一样的团队游

葛磊 戴蓓蓓 文/图

近日,中青旅在京发布“团缘”品牌,春节期间推出了一系列特色家庭游产品,如:玩转日本三大乐园,深度纵览美国西海岸穿越1号公路,畅游澳大利亚大堡礁等,旨在打造参团游新概念,为消费者提供满意的、有品质的、有内涵的参团游。中青旅控股总裁张立军表示,“团”代表着团聚、团队,“缘”则代表着缘分、因缘,这既体现了旅游的产品形态,也阐明了旅游所带来的情感价值。“团缘”将为游客带来更多元的产品选择,可以多人成团,享受

深度互动。如在哥本哈根体验骑自行车,在巴厘岛让孩子为大象洗澡等。在有条件的线路中,通过全程WiFi服务建立真人朋友圈,帮助团员们敞开心扉交朋友,让“团缘”成为缘分的缔造者。

为了保障服务水准,中青旅向客人发放参团游领队服务承诺卡,使客人一目了然,有效监督领队履行自身职责。“团缘”还设定了服务标准的红线,其中最严厉的是关于领队资格的

“一票否决制”,内容包括:不诚信、服务标准严重不达标、主观原因引起群体投诉等。

此外,“团缘”把保障消费者的安全作为最高利益,通过制定严格的业务流程、质量管理标准

和危机应对处理机制,形成中青旅独有的风险防控和应对机制。在目的地发生严重的自然灾害、政治事件,且国家发布谨慎前往级别以上警报时,中青旅愿意为客人承担高于行业标准

中国游客缘何赴日增长迅速

杨 艺

2014年中国赴日旅游总人数达到创纪录的220万人,同比增加约82%。目前中国成为日本旅游第三大客源地。中国游客缘何赴日旅游热情大涨?日元贬值、签证放宽、免税政策和日本旅游的服务水平高是其中主要原因。

中国旅游研究院国际所副所长蒋依依介绍,2013年日元对人民币跌幅20%,2014年又下跌10%-12%。“这意味着在日本买东西能获得七至八折的优惠,中国游客的消费水平也相应提升。”

今年1月19日,日本对华个人游客3年多次往返签证有效期延长至5年,这意味着只要经济条件符合,3年内访问过日本的中国游客可以申请3至5年的多次往返签证。日本国家旅游局北京办事处所长伊地知介绍说,“不断开放签证条件是一个必然趋势,这次的开放或为未来进一步开放做一个铺垫。”

据蒋依依介绍,2014年日本将免税产品范围从电器、箱包等耐用消费品扩大至化妆品、食品等普通消费品,免除8%的消费税。同时,免税手续方便快捷,在超市等购物现场就可直接免除。



日本欢迎中国游客 新华社发(资料图片)