



今年清明旅游新看点

本报记者 尹婕

清明小长假,正是踏青的好时节。北京市交管部门预计,小长假期间,高速公路日均通行流量将超过去年“十一”长假。旅游市场也将迎来春游小高峰。

日前,同程旅游、驴妈妈旅游网等发布了

2016清明小长假出游预测报告,分析今年清明旅游市场的变化趋势。随着旅游业供给侧结构性改革的推进,旅游业的产业结构、产品供给等已经发生了一些改变。这些新变化也将使这个小长假的旅游市场呈现出一些不同以往的新亮点。

度假休闲受热捧

根据同程旅游、驴妈妈旅游网发布的预测报告,今年清明小长假期间,赏花踏青类产品仍获得了高关注度。来自同程旅游的清明节假期及前后一周时间的景区门票预订数据显示,知名山岳、风景名胜、生态公园等为主的踏青赏花类景区的门票预订量占比33.7%,主题乐园与踏青赏花两大主题景区门票的预订量合计占比达73.5%。驴妈妈旅游网则联合近千个景区、酒店推出清明大促销活动,制成首个全国赏花地图,将全国各地花期正盛的众多景点收录其中。

同程旅游清明小长假预订数据显示,清明假期及前后一周的出游方式,周边游(出发地300公里范围内,出游时长3天以内)以自由行为主,占比达到96%,主要为“一价全包”的周边“门票+酒店”套餐产品。

清明小长假前的一个周末,北京市市民陶女士便着手预订古北水镇的门票、住宿。陶女士介绍,之所以选择去古北水镇,一是离市区距离不远,一家人出行不会太辛苦;二是想去那里好好放松休闲一下。“发展相对成熟的旅游度假景区,一般硬件设施配套比较齐全,游玩项目也较多。老人孩子都会喜欢。”陶女士说。白天乘游船游览水镇、爬长城、看民俗表演,晚上住在有传统韵味的主题酒店里,推门就能看到远处隐约的长城。



开封清明文化节表演一瞥

有着优质居住环境、文化体验和细节服务的度假休闲,已经成为很多游客出行的首选。中国旅游协会休闲度假分会秘书长魏小安指出,目前,游客对高质量旅游产品的需求不断扩大,人性化、多元化的旅游产品更有竞争力。

文化类产品吸睛

这个清明小长假,各式文化节轮番上演成为一大亮点。陕西省子洲县将在裴家湾镇则坪村举办陕西·子洲首届“子推文化节”面花大赛,期间举办公祭介子推活动,展示陕北秧歌、陕北说书、子洲唢呐、子洲剪纸、子洲石雕等民间艺术;河南开封将举办清明文化节,展示舞狮、喷火、盘鼓、彩带、旱船等民俗表演,并举办清明文化开封书画名家作品展、宋绣精品艺术展、官瓷精品艺术展、汴京灯笼张民间艺术展等展演;山东青岛举办东夷渔郎郎君文化节,展现渔民们休整了一个冬天,在清明时节出海捕鱼的渔家习俗……

作为中国第一批非物质文化遗产,清明节承载着中华文明的文化基因。近年来,注重旅游产品的文化品位,挖掘旅游产品的文化内涵日益受到重视,旅游+文化的产业融合成为旅游业创新发展的重要路径,也成为推动旅游业发展的一个新增长点,可以引领旅游消费升级。挖掘中国传统节日的文化内涵,通过举办节庆活动,延长旅游产业链成为其中重要的一支。

因此,在颇具中国传统文化特色的清明假期,参加相关文化节活动,成为游客的又一选择。毕竟,清明节不仅是踏青赏花、追思缅怀的节日,本身就是一种文化传承。

线上推广线下游

随着微信使用的日益广泛,微信公众号已成为旅游推广的重要途径。因为热爱旅游,半年前在朋友的推荐下,赵琳关注了“浙江旅游”公众号,每天阅读公众号



孩子在花海中奔跑

的推送文章已是她的习惯。隐藏在都市或乡村的各式民宿、度假酒店,让赵琳心动不已,春天又是个采茶的时节。于是,这个清明假期,赵琳决定去浙江住一住心仪已久的民宿,顺便当一回采茶女。

提前半个月,赵琳便通过公众号预订了民宿及相关景点的门票。“以前需要先找旅游攻略,再到旅游网站进行预订,如今只需通过一个公众号就能全部搞定。”

像赵琳这样由公众号培养起来的“粉丝”越来越多,并成为许多旅游目的地的重要客源。江西龙虎山景区通过这样的途径,为景区招徕了更多游客。该景区在同名公众号上推送《爆笑天师府》系列漫画,积累了一众忠实读者。据统计,景区的公众号目前拥有粉丝20万余人,总阅读量达720多万次,许多读者最终转变为了景区的游客。龙虎山景区还通过季节性主题活动统领品牌、推广营销,刺激游客出游。据龙虎山景区网络信息中心负责人王坚介绍,2015年从“线上”吸引至“线下”的游客达10万人次。

此外,龙虎山景区还基于微信推出了移动智慧服务系统,包括景区服务、在线支付、智能导游、语音讲解、导航导览、电子商务等功能。

主题公园,请认清再上马

吴学安

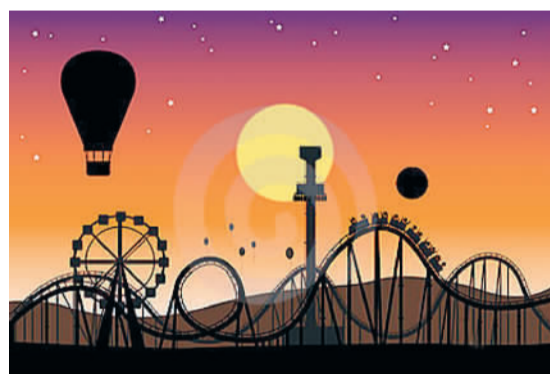
历时6年、总投资近百亿元的“东方盐湖城”3月27日盛大开城,为“中国奥兰多”江苏常州再添主题公园巨头。3月28日零时,上海迪士尼门票正式开售,开园日门票被秒杀。在“米老鼠”热潮的带动下,各地主题公园都在加速开建,蜂拥而至的资本都试图在“体验经济”热潮中分杯羹。华东地区已成未来中国主题公园最为激烈的角力场。

上世纪90年代初,华侨城旗下的锦绣中华创造了一年回收1亿成本的吸金奇迹。主题公园的“赚钱效应”吸引了许多“跟风者”。单在长三角地区,就有包括常州恐龙园、嬉戏谷、方特欢乐世界等主题公园。然而,主题公园的经营并未像表面看上去那么风光。疯狂建设的背后,是不少老牌主题公园陷入发展瓶颈期。目前,中国有2500多家主题公园,70%处于亏损,20%持平、仅10%左右盈利。

世界大观是广州一家主题公园,早在6年多前就宣布无限期暂停营业。世界大观的谢幕,进一步验证了中国的第二代主题公园的衰微。然而,在第一代主题公园纷纷倒下的同时,第二代主题公园建设热潮正在涌来。尽管从表象来看,一些主题公园资金链断裂是其最致命的“硬伤”。实际上,很多主题公园从业者根本不懂主题公园。真正的主题公园是具有文化内涵、先进硬件以及到位的软件服务,且有一套自己的盈利模式。但目前主题公园更多的还处于“跟风”状态。大多主题重复、缺乏个性,以照搬照抄、模拟仿效居多,缺乏科学性、真实性、艺术性和趣味性,缺乏认真的市场分析和真正的创意,为造景观而景观,结果当然是惨淡经营或仓促收场,并造成财力、人力、物力的浪费。

主题公园是为满足旅游者多样化休闲娱乐需求而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。它根据特定的主题创意,主要以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段、以虚拟环境塑造与园林环境为载体,来迎合消费者的好奇心,以主题情节贯穿整个游乐项目的休闲娱乐活动空间。

不久的将来,中国旅游业产值占整个GDP的比重将越来越大,中国庞大的消费人群对旅游娱乐有很大需求。可以想见,主题公园是未来最值得发展并拥有大量客源的旅游业态之一。回眸中国主题公园发展历程,主题公园要想取得成功,必须具备六大要素:准确的主题选择、恰当的园址选择、独特的主题创意与主题文化内涵、灵活的营销策略、深度的主题产品开发,只有这样,主题公园才能脱颖而出。



中国游客访世界

米兰街头吃煎饼

曲晶

表妹赴欧洲四国游,自然不会错过意大利米兰这时尚之都。米兰除了建筑、时装、艺术、足球等闻名于世,还是美食的天堂。问她在米兰享用了什么特色美食,这丫头却俏皮地一笑,讲起在唐人街吃中国煎饼的经历。

接连几天欧洲大餐,她的中国胃实在吃不消了,便转到位于保罗一萨七地区的唐人街。这里的中国店铺令她眼花缭乱。路过一家小吃店,见许多人排队,有些人买到后,就站在街边大快朵颐,其中不乏金发碧眼的外国人。哈,他们捧着的竟是中国煎饼果子!

店主是位帅气的华人小伙,站在透明的橱窗里,娴熟地为摊好的煎饼抹上酱汁,卷好递给顾客。表妹拿到香味扑鼻的煎饼,美美地咬上一口。放了两个鸡蛋的煎饼裹着炸得香脆的油条,再配上满满一层浓郁的酱汁,香辣可口,舌尖上的享受畅快淋漓。

店主叫周胡健,十几岁时跟随父母从温州来到米兰。开了几年饺子馆,生意不温不火,小



老外品尝中国美食

周将目光瞄向其他中国传统小吃。他尝试做中国煎饼,为他供应肉馅的房东沃特大叔成了第一位品尝者。沃特尝后赞不绝口,推荐给自己的亲友,于是一传十、十传百,小周的中国煎饼吸引了不少慕名而来的食客。他的煎饼用料十分讲究,面粉选用的是意大利北方“红酒之王”庄园的麦子,采用传统石磨手工磨成,他将秘制酱汁调得比较香辣,特别符合意大利人的口味。

在中国,煎饼果子多是摊主推摊车,在户外现做现卖。小周的煎饼果子在店内加工,让顾客通过玻璃橱窗,可清晰看见制作过程,但店内未设一张座椅。他向食客们宣传中国煎饼果子就是要站在大街上吃才有意思。于是,众多老外欣然改变了吃东西的方式,在店外站成了一道风景,也成了他小店的活招牌。

表妹用英文问旁边一位老外感觉中国煎饼怎么样,对方却操着较为流利的汉语说:“很棒,简直盖了帽儿了!”原来,他在附近一所学校学习中文,经常光顾小周的店,他有些同学也成了这里的常客。

小周每天能卖出200多张煎饼。他的中国煎饼店在米兰唐人街上是独一家,每张煎饼售价4欧元,薄利多销。回头客多了,他并未变得急功近利,依然讲究真材实料和每道工序,保证质量及口感。

“我就想踏踏实实地做好地地道道的中国美食,让中国煎饼香飘米兰。”小周一笑,整齐的门牙闪着碎玉般的光。



源于百度 本版图片除署名外均来自

春满花明楼

3月27日,湖南宁乡花明楼刘少奇旧居樱花盛开,春色满园,大批来此参观的游客陶醉在春色里。花明楼旧居是全国爱国主义教育基地、国家5A级旅游景区,时下樱花绽放、红枫斗艳,美丽如画。桂志强摄

图行天下