

我市 十一 接待游客百万人次 ,乡村游占四成 观赏生态美景 尽享清新生活



8日,记者从市旅游局获悉,十一期间,我市旅游接待人数和综合经济收入等指标创历年黄金周之最。全市共接待游客108.29万人次,旅游总收入6.08亿元,分别同比增长248.99%、402.86%。我市旅游业火力全开成十一假期的消费主力,带动相关产业蓬勃发展。

见习记者 应柳依

传统景区

添新意招引八方客

暖黄灯光下,茶香禅韵悠长,原木、青砖、翠竹、铜器无不彰显浓浓文艺气息,前仓镇大陈村旧貌添娇俏,引得游客纷至沓来,亭台楼榭、粉墙青瓦、飞檐翘角,类似徽派的建筑刚落成,便给石柱镇盘龙谷生态旅游区招徕了不少欣赏的眼光。

在我市,老牌景区旧景添新意的并不仅此两家,这两年,我市一些传统旅游景点纷纷推出新菜单,经营思路由单纯的游乐向富有新意的特色文化游转移,吸引游客蜂拥而至,争抢黄金周大蛋糕。如方岩风景区将耗时三年以方岩旅游产业为核心,依托自然人文景观,通过整合资源形成产业链,打造名为“赫灵”的一流旅游小镇,园周江南湿地度假中心则启动创建国家4A级旅游景区。

原有老景区的革新获得了不少游客的好评,来自台州市仙居县的徐胜表示:我们常来方岩等几个景区,每年都有不同的惊喜。正如徐胜所说,餐饮、纪念品等销售市场的跟进使我市景区的配套设施更完善,景区的二次开发投入使游玩更显新意。一组来自市旅游局的统计数据也印证了此说法,十一期间,全市共接待游客108.29万人次,同比增长248.99%。其中,方岩、盘龙

谷、大陈等旅游景区累计接待游客70.69万人次,同比增长258.20%。

乡村旅游

特色风情文化吸金

近年来,我市不少镇街区不断尝试变脸,重点打造特色小镇,与正统的旅游景点相映成趣。在十一黄金周,我市乡村旅游点共吸引了36.56万人次游客的目光,同比增长243.90%,占全市旅游总接待人次的近四成。

看到一眼无际的花海,心情顿时放松了许多,龙山镇里麻车村龙川文化园装扮得真不错,值得一来。市民贾杭秋表示,除了观赏精心打造的错落景致外,游玩、拍摄、竞技、美食等多种旅游产品的杂糅呈现也给人以立体的感官刺激。

旅游与文化完美融合吸金似乎也体现在前仓镇后吴村,踩着黄金周的尾巴推出的第十六届民间民俗文化艺术节以不俗的民间文艺表演、可口的美食体验、特色的农副产品展销等多张拿手牌展示,活动首日便吸引了近万名游客前来观看。

而旅游攀上影视高枝也推动创收颇丰,以石鼓寮、西溪、龙川文化园为代表的影视基地群不断开发民国特色、军事风采等特色场景,满足不同剧组的拍摄需求,明星效应则吸引了影迷们前来观赏消费。1日,仅西溪影视基地的游客就达2.5万人次,七天共接待了7.69万人。

发展思考

产业串联强品牌黏度

本地旅游业的深度开发不仅促进景区经济发展,也带动了周边产业的消费。十一期间,全市旅游总收入6.08亿元,同比增长402.86%。其中,景区门票收入696.24万元,占总收入一成有余,大部分消费则体现在餐饮、住宿、购物等方面。在后吴村经营馄饨烧饼的李嫦青就是受惠者之一:从文化节开始,每天的馄饨能卖到350-500碗,比平日增六成以上,我这还是位置不佳,靠两头的摊位能卖更多。

不过,记者发现,面对高达百万人次的游客,十一期间住宿设施累计接待9916人,同比增长55.64%,还不及总游客量的1%。旅行社累计接待游客仅510人。雅致景色吸引了游客纷至沓来,但最终还是没能留下住宿,并带动更大的消费,这其中缘由值得深思。

对此,市旅游局市场科科长周金洪表示,这次黄金周取得跳跃式增长的背后还有许多方向值得去努力:一是我市的旅游产业仍有开发空间,可以拓展潜在市场,完善现有资源;二是旅行社及各镇街区等缺乏产业串联意识,本地旅游品牌之间黏性不足,还需加大宣传力度,增加曝光度,方能吸引游客纷至沓来;三是住宿率低等数据体现配套设施弹性不够,无法承接假期的大批量游客,景区附近住宿资源有待挖掘。

旅行不再打车,开房车说走就走更任性 国庆租车拼游成新时尚

记者 田妙联

本报讯 国庆长假,不想葛优躺的人们纷纷选择了出游,没车的则在各种租车行、租车平台上寻找座驾,享受高速福利。

9月30日,市民小吴迫不及待地拉上朋友寻找城区的轿车租赁公司。我们打算去舟山、温州游玩三天,有车在手便于出行。小吴说,由于临时决定出游,高铁票已买不上,租车出游是个不错的选择,费用300元/天,5个人分摊下来也不贵。

十一当天订走了5辆车,像7人座的福特房车2日被订走当婚

车,3日至10日,又被两户家庭请走户外游了。市亿亨轿车租赁公司负责人吕思惠说,该店20多辆车国庆节前已被预订了一半以上,目前只剩四五辆没租出去。

据了解,国庆期间,轿车租赁费用多有10%至20%的上扬,以20万元级别轿车最受欢迎,日租费用多为300元/天,租车旅行正成为越来越多人出行选择。

一些轿车租赁公司还试图嫁接休闲游市场,拓展租赁空间。今年上半年,飞神集团成立云游房车租赁有限公司,并与省外10多家房车露营地达成合作,切入房车租赁市场。

客户可选择自由行或套餐线路,如组建两个家庭一同前往太湖一号、东钱湖等房车营地,享受篝火、垂钓、游乐场、露天电影等一站式休闲时光。云游公司负责人倪经理表示,房车租赁不仅是提供一辆车,而是解决当下消费者个性化的出行需要。目前,中国房车发展势头强劲,随着民众需求的不断提高,预计8年左右的时间,中国将建成相对健全的房车露营市场,房车游市场可期。

据悉,国庆期间,该公司6辆房车全部外租,日租费用1200元至1600元不等。

引鬼屋入场 线上发福利 实体店玩新花样 带来消费新体验

记者 田妙联

虽然低价、折扣仍是十一黄金周商家促销的主题,但面对电商的冲击,今年传统百货、商超不再打折一招鲜,而是选择异业联盟,让文娱项目顶起半边天,带来消费新体验。

异业联盟吸引人气

数十米的签名墙,带着画风各异的灵异病床,在四楼电梯口排队欢迎,赶在十一前,太平洋南龙百货商场悄然开张了真人鬼屋灵异病院。记者发现,玩心跳才是该商场正确的节日购打开方式。

够刺激,大叔,不会忘记你的,吓我们一路!6日,从灵异病院歇斯底里地出逃后,小杜在墙上留下誓言。

据了解,灵异病院是南龙百货商场在中秋、国庆期间的重头戏。9月初,商场外租了400㎡的场地,由商家装饰成30间恐怖病房,为年轻购物群体奉上两个月的尖叫之旅。

玩的人非常多,国庆期间几乎每天都有四五百人进来探险。负责灵异病院展览的李福林说,来玩的多是80、90后和学生群体,为商场吸引了不少人气。

记者发现,和以往相比,今年国庆期间商超更注重异业联盟和体验营销。华联商厦也积极谋变,加大异业联盟和体验促销力度。华联商厦企划科科长胡天希介绍,10月1日至3日期间,该商厦上演了现场制作蚕丝被;9月30日至10月3日,凭会员卡免费领取50元粮票,可到华联超市买买买。

太平洋南龙百货商场企划部经理汪赛君说,在消费低迷和电商冲击的背景下,传统店商仅靠大力度促销已吸金乏力,未来更多地将仰仗主题活动和异业联盟来拉动销售额增长。

据悉,南龙百货在增设儿童娱乐场、特色茶饮店基础上,三楼还将引进3家餐饮店,通过加大餐饮、娱乐比例,应对零售下滑。

微商场派大礼砍价购物

除了异业联盟外,今年十一,一些商超还通过虚实结合提升消费体验。

早在十一前,各大商超就通过官微,发布各类折扣信息,为消费者提供线上福利。大世界家电商场推出了微砍价活动,一只原价159元的电炖锅,参与者可邀请微信朋友帮忙砍至39元。截至8日,参与活动人数达835人。

大润发超市还适时推出发到家APP,拉拢更多小超市、小批发商成为合作伙伴。据了解,发到家APP是大润发飞牛网旗下的一款B2B微商城,主要服务于我市社区小超市、批发部、水果店。简单地说,发到家就是一个进货窗口,小商家要找货源,可直接上发到家商家端的APP订购大润发门店的数万种商品以及每天的促销商品,实现小店面,大生意。

我们配备了一辆专车,上午订货,下午可达,发到家便利店内,全程免费。用户可选择到店自提,也可请周边的发到家便利店送货上门。大润发超市招商部负责人傅强说,国庆期间,注册发到家的商户更多了,从8月初推行到10月7日,已近100家,上个月销售额近25万元,预计本月将增长10%。