

看数据

国家旅游局通报国庆旅游市场情况
接待游客5.26亿人次
收入4213亿元

据《中国旅游报》消息,国家旅游局近日在京召开新闻发布会,通报2015年国庆假期旅游市场及投诉情况。

根据全国31个省、自治区、直辖市分别对辖区内的接待规模和效益的统计调查结果,全国共接待游客5.26亿人次,按可比口径,比2014年国庆节增长10.7%;实现旅游收入4213亿元,增长17.9%。在全国接待的5.26亿人次游客中,过夜游客(仅限于住在宾馆和旅馆招待所)为1.14亿人次,增长14.7%;一日游游客为4.12亿人次,同比增长9.8%。

国家旅游局综合协调司负责人表示,假日期间,旅游消费集中释放,居民出游热情活跃。游客出行需求呈多样化,城市休闲、乡村旅游、文化旅游、红色旅游最受欢迎,散客自驾游、自由行成为主流。假日旅游方式已从传统的观光型向观光休闲复合型转变,旅游拉动消费作用明显。

听观点

创建国家级旅游度假区正当时

□ 李先军

近日,国家旅游局公布首批国家级旅游度假区。笔者认为,此次国家级旅游度假区大幕的开启带给我们三点启发:

——创建时机正当时。国家级旅游度假区是中国旅游向中高端休闲度假发展的必由之路。其实国家旅游局早在1992年批准了第一批11个国家旅游度假区,当时国务院决定在条件成熟的地方试办国家旅游度假区,鼓励外国和台湾、香港澳门地区的企业、个人投资开发旅游设施和经营旅游项目,并对其实行优惠政策。

由于当时中国经济发展水平、人民生活水平的限制,国家级旅游度假区从批准之后的二十余年一直没有进展。而如今,中国经济实力、综合国力和人民生活水平已经大幅度提升,中国已经成为全球第二大经济体,2014年中国出境游客达到了1.17亿人次,内地公民出境旅游花费约1400亿美元。在这样的大背景下,如何实现“出口转内销”,将更强大的游人吸引在国内消费,同时吸引更多的入境游客成为中国旅游发展必须面对的新挑战。国家级旅游度假区再次进入人们的视野,成为拉动中国旅游高品质发展的又一辆“动力火车”,与上次建设时间相比,此次建设时机选择正当时。

——政策扶持正当时。国家旅游度假区是中国旅游由旅游大国向旅游强国建设的必由之路。近日,中国国家主席习近平访问美国取得了一系列硕果,其中一条就是习主席宣布“2016年为中美旅游年”,这是中国旅游发展受到国家重视的一个缩影。2013年,国务院发布《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》,2014年国务院发布《关于促进旅游业改革发展的若干意见》,2015年国办发布《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》,相较于二十一世纪的第一个十年,近几年国家对于旅游的重视程度越来越大,发布的政策指导文件也越来越密集和具体。

国家级旅游度假区是继5A级景区之后又一块体现我国旅游服务业水平的金字招牌,它与5A级景区分别代表了中国旅游度假产品和观光产品的最高等级,目前国内已经建成200余家5A级景区,成为吸引中外游客强大的核心吸引物;而建设一批国际知名、国内一流的国家级旅游度假区同样将成为实现中国由旅游大国向旅游强国转变的重要途径,从而形成带动中国向旅游强国转变的“双引擎”。

——市场需求正当时。国家级旅游度假区是中国旅游由粗放向精品的必由之路。刚过去的十一期间,旅游消费集中释放,居民出游热情活跃。全国共接待游客5.26亿人次,按可比口径,比2014年国庆节增长10.7%;实现旅游收入4213亿元,增长17.9%。数据背后显示的是对旅游目的地提出更高的建设要求和管理要求。

(中国旅游报)

推出特色产品、提供碎片化服务、培育新业态
海南，迎接个性化旅游时代到来

■ 本报记者 许春媚

今年的国庆黄金周,在强台风“彩虹”的扰局下,海南全省的游客接待量为175.95万人次,同比下降了19.6%。但是,这又是一个“含金量”明显的黄金周,游客接待量下降了,旅游总收入却上去了,“35.66亿元、同比增长13.6%”的成绩令人欣喜。省旅游主管部门综合分析认为,这是由于游客质量提高和我省旅游消费环境改善,加上各地旅游企业推出大量刺激消费的措施和个性化的旅游项目,才让这个黄金周“量降质不降”。

而这个黄金周,海南旅游市场中选择不跟团、不逛景点的休闲度假游客增多,多元化、个性化需求的旅游新产品受游客青睐,甚至带旺了整个黄金周市场。海南旅游市场呈现出来的这种变化,恰是当下中国旅游市场变革的一种映射。当前,中国旅游迈入一个全新的时代,旅游成为每一个中国人的生活方式,从城市白领到农民、新生代农民工,“说走就走”成为常态,看世界、游中国成为中国人一生必做之事。

在此背景下,旅游业出现了新的变革趋向,旅游需求日趋多元化、个性化。《旅游周刊》记者与省内相关旅游主管部门、从业人员、专家学者进行交流时了解到,为了应对新时代浪潮的冲击,目前海南正尝试着通过特色产品、碎片化服务、培育新业态等手段,迎接个性旅游时代。

为了吸引更多客人,海南许多酒店也开始在推出产品时拼起个性。
本报记者 张茂 摄

细分市场拼个性

随着移动互联网的不断发展,随着80后、90后成为整个市场消费的主体,传统的旅游产品已经不太受这些消费主体们的“待见”。做为最一线接触旅游客户的群体,我省的旅游企业在“春江水暖”之时及时应对,切入细分市场设计发出一系列个性化的特色旅游产品。

“你有哪些与别的景区景点不同的地方可以吸引游客,来了你有什么项目让他们觉得好玩能留得住,乃至形成口碑效应扩散开后吸引更多的游客到来。”海口观澜湖旅游度假区的相关负责人认为,像以前那种针对所有游客提供的“一年到头没什么变化”的旅游产品已经不适应目前的市场需求,只有根据不同的群体,拎出景区“与众不同”之处设计并定期推出特色的产品才能吸引游客的眼球,“比如今年我们主要针对亲子度假游这个市场分时段设计了一系列的个性化旅游产品,很受游客欢迎。”进入夏季以后,海南各市县度假区、星级酒店争相推出玩水项目,海口观澜湖根据自身特有的高尔夫、温泉、电影公社等资源,特别设计了亲子型的“观澜湖夏日冰海水世界”、“体验观澜湖·探秘水世界”、“一日畅游观澜湖·户外拓展能量赢”等特色旅游产品,吸引了许多家长纷纷报名参与。

不仅仅是景区,海南的许多酒店也开始拼个性。陵水的海南雅居乐佛罗佛士酒店,为了抢占国庆黄金周市场蛋糕,特别于9月30日起推出了“盛宴长空”项目,游客可以在50米高空处在“悬浮餐桌”上享受美食的同时饱览酒店热带风情及清水湾12公里纯美海岸线的特色美景。这一具有独特旅游体验的个性化产品被客人通过微信等网络工具进行传播后,酒店知名度迅速攀升,“我们的咨询电话现在非常繁忙。”酒店负责人说,海南作为一个国内著名的滨海型旅游度假目的地,进入大众旅游时代后重游率较高,景区观光不再是家庭游客的首选,因此过去做为“吃住行游娱购”旅游要素其中一环的高星级酒店也不能再墨守成规,要因时制宜推出自己的个性产品,独立成为游客主要的消费对象。

在旅游企业努力“个性化”的同时,省内各市县也开始走“个性化”之路,推出内容丰富的主题旅游活动,比如今年国庆黄金周,万宁就推出了东山祈福、乐购万宁、百人太极等主题旅游活动,陵水推出了大咖沙雕秀、沙滩聚会、椰雕艺术展等系列主题活动,澄迈则推出了系列乡村主题游活动。这些具有个性特色的旅游产品颇受游客欢迎。

“我在来海南游玩之前特地做了旅游攻略,很多网友说罗驿古村是比较具有海南火山文化的古村落,今天一来果然名不虚传。”来自广州的游客刘先生是一名民俗文化爱好者,每到一处地方旅游都喜欢到当地民俗文化浓郁的景区和村落游玩,国庆期间听说澄迈有推出特色的民俗乡村游产品,便特地到此一游。



国人的旅游需求日趋个性化。图为一对父女在海边观日落。本报记者 张茂 摄

培养“旅游+”跨界整合新业态

近日,人民网公布了《2015黄金周部分省市旅游总收入排行》,海南在去年还居第15名,今年这个位置被甘肃以54亿元的收入给挤掉了。“作为全国唯一的‘国际旅游岛’,海南纵向的旅游成绩同比上升,确实值得高兴,但是,同时我们也要横向进行比较,找出差距,取长补短。”陈海洋说,国庆黄金周期间,人民日报点赞了三亚在黄金周期间及时有限的整顿旅游市场秩序的措施,“这给咱们海南的旅游业增了光,但

我们在欢庆的同时也应该继续冷静思考,整顿旅游秩序是手段不是目的,海南需要从观念、心态、政策、产品、业态等领域做出全方位的应对,才能真正迎接个性旅游时代。”

海口、三亚旅游主管部门的2015国庆黄金周旅游情况总结报告表明,今年国庆小长假旅游+婚庆、旅游+购物、旅游+农业等新型整合式的旅游方式更受欢迎。以旅游+农业为例,这个国庆黄金周乡村旅游继续拥有高人

提供碎片化专业性旅游服务

10月1日,“海口·定安一日游”旅游线路在海口万绿园正式启动,这是琼北区域内首个跨市县的固定线路,由海口万众假日旅行社负责接待,当天就有数百名游客报名参加这条线路的游览。“这条线路是对外公开的,虽然由我们旅行社负责接待,但并不是说游客必须要全程通过我们旅行社来完成整个旅程,现我们给游客提供的不是传统的‘一条龙’式的服务,门票、餐饮、用车、导游都可以分开来走。”万众总经理郭炬笑着说,“这是个性旅游时代我们旅行社为游客特别是自由行、自驾游游客提供个性化旅游服务。”

从省旅游部门统计的数据来看,今年国庆黄金周散客已经成为市场增长的主力。以三亚为例,散团比例已经从去年的61:39扩大为80:20,“一日游”产品销售火热,家庭消费成为主流,落地租车自驾游、专车旅游、拼车旅游、代驾租车游成为许多游客的新选择。而从旅游第一天开始,用户的需求就多种多样,机票、酒店、签证、保险(放心保),当地的风俗、甚至旅游安全,进行一次旅行,绝对不是一件简单的事情。

随着自由游客的日益增加,人们开始追求个性化的出行,各种个性化的旅游产品开始受到青睐。花梨之家民宿主入陈统夸认为,海南要快速融入个性化旅游时代,在服务上进行转变非常重要,“这个突破口就是民宿。民宿是一种个性化的旅游产品,也是一种个性化的旅游服务方式。它不是卖房间,是卖生活方式,具体一点说就是卖主人的生活态度和生活主张。同时,民宿主人还是当地的生活达人,还可以通过自驾或者‘导游’的形式带客人非常深度的进行旅游体验。”对于目前海南近来出现的规模化的民宿项目,陈统夸认为,“民宿主人亲自打理亲自提供服务的才叫民宿,如果是规模化的由公司统一运营管理的已经失去了其本质意义,是客栈了。”

“我认为旅游发展到任何一个新时代,旅行社都能为游客提供专业性服务,只不过这个服务也是因时制宜地发生变化。”郭炬说,300公里以内都是自驾游和个性旅游的热点,而海南的半径就在这个范围内。如今市民和游客对传统的旅游模式在时间上感受被束缚了,感觉被绑架“旅游”了,所以旅行社现在可以针对游客打造越来越碎片化的服务,把原来打包的整体拆分开,机票管机票,酒店管酒店,订车订房都分开来走,“不像以前,我们可能就是单纯的打包产品,但现在游客要求越来越高,这样的产品不符合他们的要求,我们必须做一个当地的落地游产品,或者是打包一个产品或者一个单项服务。

气,省内各市县纷纷根据自身的特点,推出了一系列乡村旅游线路和乡村旅游产品,受到游客热捧。据统计,全省乡村旅游接待达62.33万人次,同比增长了7.91%。

“海南需要围绕个性化的趋势来调整业态。”海南旅游文化专家陈海洋说,目前旅游消费出现了“代季”的变化,80后、90后,甚至00后已经成为市场的主体,“他们的消费需求会影响旅游产业的结构、方式、产品等。”因此,培养“旅游+”跨界整合的新业态,才能更好地迎合这些新的旅游市场消费主体的个性需求。

《旅游周刊》记者了解到,近几年

在旅游服务化进行碎片化的处理,好处就是给游客充分的自由度。因为现在客人的感受不像以前的走马观花,他现在更多的是希望和当地有更深度的一个交流。所以我们只有从客人的角度来做提供服务,才会受他们的欢迎,才让他们有理由来找我们旅行社。”

不但旅行社有着这种碎片化的服务意识,《旅游周刊》记者在采访中了解到,相关涉旅游行业的经营者同样也有着这样的服务意识。

这个国庆黄金周,位于海口市秀英区永兴镇博学生态村里的花梨之家民宿又迎来了一批“慕名而来”的客人。“我喜欢这里的氛围,在这里不但可以重温儿时的快乐,还可以在主人的带领下真正体验海南当地的特色。”一位来自福州的游客谢先生如是说。其实,花梨之家民宿一点也不豪华,就是普通的瓦房,最大的特色就是地板是实实在在的火山石,床也是实实在在的当地木头打造,再加上民宿主人的用心策划能体验到最日常海南火山人家生活的一些小活动。

随着自由游客的日益增加,人们开始追求个性化的出行,各种个性化的旅游产品开始受到青睐。花梨之家民宿主入陈统夸认为,海南要快速融入个性化旅游时代,在服务上进行转变非常重要,“这个突破口就是民宿。民宿是一种个性化的旅游产品,也是一种个性化的旅游服务方式。它不是卖房间,是卖生活方式,具体一点说就是卖主人的生活态度和生活主张。同时,民宿主人还是当地的生活达人,还可以通过自驾或者‘导游’的形式带客人非常深度的进行旅游体验。”对于目前海南近来出现的规模化的民宿项目,陈统夸认为,“民宿主人亲自打理亲自提供服务的才叫民宿,如果是规模化的由公司统一运营管理的已经失去了其本质意义,是客栈了。”

海南在跨界整合新业态的培养上不遗余力。比如“旅游+农业”,去年底出台的《海南省休闲农业产业发展项目规划》,就提出了将分散的休闲农业景点串连成线,打造出6条精品路线;“旅游+婚庆”方面,不但在岛内举行丰富多样的婚庆活动来推动市场,还走出岛外举办各类活动打响品牌,同时海南的高星级酒店也几乎都配置了相关的蜜月房和特色婚房,推出了很多婚庆旅游组合式的产品;“旅游+购物”方面,全力打造海口、三亚免税品牌,这个黄金周两地的免税店销售收入同比增长了28.31%。



我国在线旅游市场交易规模突破3000亿元

据新华网消息,中国旅游研究院武汉分院近日在武汉发布《2015中国旅游业发展报告》显示,2014年我国在线旅游市场交易规模达3077.9亿元,较上一年增长38.9%,未来几年仍会保持较快增幅,在线旅游业市场发展前景看好。

中国旅游研究院武汉分院院长胡静分析认为,“互联网+”助推传统旅游业转型升级,在线旅游发展持续升温,2014年成为旅游业互联网化的一年。

研究报告显示,在线机票稳居第一,度假旅游市场规模占比持续上升,在线酒店市场发展迅猛。航空公司与互联网平台合作,建立网络直销平台;传统酒店业纷纷通过触网提高市场占有率和提升入住体验;5A级景区和传统旅行社注重应用网络新媒体进行营销。

5A级景区官方微博开通率达到了96.91%,微信公众号开通率达到了90.22%,多数5A级景区依托微博、微信等新兴媒体,开展了丰富多样的营销活动,已有55家5A级景区在淘宝商城平台注册了官方旗舰店。全国百强旅行社中,采用微信平台营销的68家、第三方平台有63家、微博平台50家;官方APP发展尚缓,共计31家,但面对手机网民巨大客户市场,旅行社开发官方APP进行营销势必成为一种趋势。

农家乐发展有了明确的用地政策

据《中国旅游报》消息,近日,农业部下发《关于积极开发农业多种功能大力促进休闲农业发展的通知》(以下简称《通知》),提出将“明确用地政策”,在实行最严格的耕地保护制度的前提下,对农民就业增收带动作用大、发展前景好的休闲农业项目用地,各地要将其列入土地利用总体规划和年度计划优先安排。

《通知》明确鼓励利用“四荒地”发展农家乐。《通知》提出,在实行最严格的耕地保护制度的前提下,对农民就业增收带动作用大、发展前景好的休闲农业项目用地,各地要将其列入土地利用总体规划和年度计划优先安排。支持农民发展农家乐,闲置宅基地整理结余的建设用地可用于休闲农业。鼓励利用村内的集体建设用地发展休闲农业,支持有条件的农村开展城乡建设用地增减挂钩试点,发展休闲农业。鼓励利用“四荒地”(荒山、荒沟、荒丘、荒滩)发展休闲农业,对中西部少数民族地区和集中连片特困地区利用“四荒地”发展休闲农业,其建设用地指标给予倾斜。

印度继续简化对中国游客的签证政策

据《环球时报》报道,自印度政府开始向中国公民发放电子旅游签证,现在日申请量已近300人。印度内政部决定简化安全审查流程,情报部门将在线审查申请资料,以确保中国公民3日之内可以拿到签证。

印度一名内政部官员透露,情报部门之前就放宽对中国人的签证审查持保留态度,他们除进行黑名单比对,中国公民的其他身份背景信息,比如入境巴基斯坦等情况都在审查之列。因此,3天之内通常不能决定是否批准签证。《今日印度》援引消息人士的话说,印度情报部门认为,由于电子签证全都在网上完成,很可能存在安全漏洞,部分国家还是适用“严格的电子签证系统”。

不过,印度外交和旅游部门在积极推动对中国公民更便利的签证措施。自从实行电子旅游签证服务后,赴印旅游的中国游客增加了两三倍。印度政府官员表示,印方期待更多中国人到印度旅游,希望明年可以超过美德等印度旅游主要来源国。

印度的旅游资源很丰富,但旅游业潜能没有完全得到开发。事实上,对印度旅游业而言,最大的问题并非签证,而是社会治安太差,一般女性不太敢单独前往。除了改善治安环境,印度还需提高旅游接待能力。现在,很多景点的公共交通系统和酒店资源都不充分,特别是在旅游旺季时。

(李辑)

