

“好客山东”品牌又多一“利器”

2012好客山东休闲汇“十一”黄金周自驾游新干线产品面市

作为一种时尚的现代自助旅游方式,自驾游这个集观光、健身、度假、休闲于一体的专项旅游项目逐渐受到游客的青睐,不同于传统旅游方式,自驾游更能满足游客个性化的需求和对高品质休闲旅游的追逐。9月3日,山东省旅游局再次推出“2012好客山东休闲汇‘十一’黄金周自驾游新干线”,将这一“好客山东”品牌下的又一精品力作推向市场。

□李芳芳



多重利好助力 山东自驾游

山东凭借高速公路网通车里程超过4700公里,居全国第二位,省内多数城市之间可在半日互达的交通优势,为众多自驾游爱好者提供了过硬的便利条件。随着《国务院关于批转交通运输部等部门重大节假日免收小型客车通行费实施方案的通知》的下发,确定今后每年的春节、清明节、劳动节、国庆节及其连休日期间,在高速公路行驶的7座及以下小型客车将免费通行,这一消息对于自驾游爱好者来说更是一个绝对的利好。

作为旅游大省,山东境内既有山水圣人、黄金海岸、逍遥游三大旅游产品,也有滑雪、高尔夫、葡萄酒等高端旅游资源,加之“好客山东”体系下的休闲汇和贺年会,山东100、山东三珍,以及山东旅游新干线,山东旅游不管从概念上还是产品体系上,都呈现出繁荣发展的态势,这些差异化的旅游资源吸引着越来越多的周边地区游客驾车前往山东,享受别样的风景和休闲,让他们体验幸福指数更高的休闲行程。

综合经济水平、交通状况、旅游资源和利好政策等各种因素可以预计,今年“十一”黄金周,山东自驾游将面临井喷的态势,而休闲旅游也将开启黄金自驾时代。这种即将出现的现象引起了山东省旅游局高度重视,近一段时间,集中力量对“十一”黄金周首次实行小型客运车辆免费行政策可能形成的自驾车旅游热潮进行了专题研究,为顺应人们假日休闲的需求,针对假日旅游、自驾车旅游的特点,联合十七地市旅游局将推出多条适销对路的旅游产品。

休闲汇里精彩的 自驾黄金周

由大约100多条自驾游线路组成的“十一”黄金周山东自驾游新干线,是山东旅游在分析旅游市场形势、综合考虑山东旅游资源和客源市场经济水平以及消费习惯的基础上,花大力气打造的又一品牌。

“好客山东休闲汇”的举办目的就是倡导健康休闲,引导人们接受休闲,学会休闲,体验休闲,提高人民群众的幸福指数。旅游休闲是休闲方式的一个重要方面,而自驾游就是一种很好的旅游休闲产品。

今年的“好客山东休闲汇”分为暑期、“十一”黄金周、金秋采摘季三大时间节点。“十一”黄金周是“好客山东休闲汇”的一个重要节点。十七地市旅游的联合发力形成的这组拳头产品,在丰富“好客山东休闲汇”活动的基础上,更是为“好客山东”品牌体系又增加了一件重量级的产品,是对“好客山东休闲汇”产品体系的更新、充实与完善,会使休闲汇更加丰富多彩,更加火爆热烈。

“十一”黄金周自驾游新干线产品立足创新,充分整合城市各类旅游资源,突出特色,丰富内容,增强吸引力。统筹城乡,以城区为核心,辐射周边县(市、区),形成若干特色鲜明的线路组合,尤其重视开发利用乡村旅游资源,突出乡村民俗、乡村生态、乡村休闲。统筹观光资源与休闲资源,把传统观光景点与城市各类休闲资源有机结合,突出假日休闲、城市慢游、深度体验。统筹各类文化、体育、民俗、娱乐、美食等节庆活动,把城市观光、休闲与各种丰富多彩的活动相结合,突出参与性、娱乐性、群众性。

平面媒体与网络互动 效果显著

北京、天津、江苏、安徽、上海、河北、河南等多个周边省市一直都是山东的客源市场,“十一”黄金周山东自驾游新干线除了针对省内游客以外,还有大批量的外地自驾游游客,山东旅游在全国层面上掀起了宣传自驾游新干线的热潮。

山东省旅游局在国内外主流媒体进行了宣传造势,把“十一”黄金周山东自驾游新干线放在了旅游网、淘宝网、去哪儿网、欣欣旅游网、蚂蜂窝旅游网等五大网站进行线上推广,截至9月5日下午15:00,淘宝网访问量已达62282,去哪儿网14942,欣欣网4382,蚂蜂窝网3078。根据流量分析,欣欣网和蚂蜂窝网访问量少但停留时间长,预计流量会逐步增长。还充分发挥相关网站博客、微博以及手机报等新兴媒体短、平、快的宣传优势,加大对自驾游新干线产品的宣传,为游客消费者提供第一手最新资讯。

同时,利用本报与大河报等全国主流平面媒体“中国城市第一媒体旅游联盟”的作用,同时刊发山东自驾游消息,进一步扩大宣传范围,以期产生轰动效应,让更多的潜在旅游消费者了解山东自驾游市场,享受山东的别样风景,体验幸福指数更高的美好行程。

为了给自驾车旅游营造安全、通畅、舒适的良好环境,缓解自驾车涌入城区可能带来的交通堵塞,山东省旅游局已经出台了相关疏导预案,还将开通重点旅游景区动态监测系统,适时对景区客流量、驻留情况进行统计分析,通过手机短信、广播、电视、网络等向游客发布预警提示,配合高速公路管理服务部门在高速公路重点服务区及主要出入口免费为游客发放信息指南。

重点城区为休闲汇“挑大梁”

休闲汇期间,重点城区挑起主题周系列活动的“大梁”,围绕即将到来的中秋节和国庆节,做足了休闲文章。

济南市历下区联合新闻大厦、良友富临等7家星级酒店推出泉水美食节,在泉水岸边举办临泉专场演出,将清澈泉水、依依杨柳、月光人影、歌舞声乐结合在一起,促进夜间休闲旅游。千佛山推出“云径禅茶”表演,通过挖掘佛教文化和大舜文化的精髓,取泉泡茶,以茶聚客,以实景演出的形式增强游客的参与性和互动性。

青岛市市北区休闲呈现四大板块,围绕“景区旅游、亲子娱乐、购物美食、广场文化”休闲主题,创意18项主要活动。9月中下旬,青岛葡萄酒博物馆将举办“第三届青岛市民家庭葡萄酒自酿大赛”。青岛旅游观光塔举办第三届中秋赏月会,引导市民和游客享受赏皓洁明月、揽青岛胜景的休闲生活。

淄博市周村区古商城领衔休闲周主题活动,10月1日-7日,举办“拜月古商城、佳节聚周村”为主题的休闲周活动,农历八月十四至十六晚19:30,在周村古商城景区内举办“中秋拜月”仪式。游客以及周边居民在夜游景区的同时,可欣赏到系列民间赏月以及精彩的“中秋拜月”等活动表演。

枣庄市台儿庄区结合9月27日“世界旅游日”主题活动,推出一批适合季节特点的休闲旅游产品。特别推出“喜迎十八大——大战故地红色之旅”、“激情古城魅力夏季欢乐游”、“古城盛夏亲水节”、“有情人缘聚古城——七夕甜蜜派对”、“迎中秋、赏明月、观美景、品美酒、尝美食、休闲购物”、“湿地之音”全国青年歌手大奖赛等活动,通过策划和组织精彩纷呈的旅游活动,吸引广大游客参与休闲汇,形成台儿庄新的旅游卖点。

济宁市市中区确立了“构建休闲中区,实现争先创优”的目标定位,创意策划了系列休闲活动,其中以“手牵手、促和谐、我休闲、我快乐”为主题的“运河之都邻居节”专题休闲活动,不但加强了休闲的乐趣,刺激了购物消费,而且增进了邻里之间的感情,丰富了社区休闲文化。

烟台市莱山区算是一个旅游资源丰富、休闲氛围浓郁的休闲胜地,为了让百姓充分享受休闲,莱山区旅游局积极调动和挖掘辖区休闲资源,组织辖区的机关、学校、企事业单位、部队以及社区居民等社会各个层面参与到休闲汇活动中来,尤其是一些颇具人气的企业更是积极投身休闲汇,如海昌渔人码头、鲸鲨馆、佳世客购物中心、黄海游乐城等,以创意的活动和大力度的优惠等,吸引了百姓广泛参与,掀起阵阵休闲高潮。

一场以“水文化”为主题的2012年“好客山东休闲汇”开幕式聚焦了全省的关注,为了让今年休闲汇的内容更精彩,聊城市东昌府区继续主打水文化,将“好客山东休闲汇”和“中国江北水城·运河古都”首届“水文化”节”两大活动统筹考虑,认真谋划,搞好衔接,形成合力,办成一场全民参与的休闲盛会。

泰山区凭借优质的资源,在休闲汇中作出的动作可谓大手笔,呼声一直较高的中华泰山旅游商品城开业仪式与休闲汇开幕式同时进行;已经具有品牌效应的泰山啤酒狂欢节在8月份与众多啤酒文化爱好者见面;一场颇具争议,但是效果极好的“泰安四宝”评选活动掀起了百姓对泰安的大寻宝。

