



3日,在泰山景区,武警帮忙把孩子送回排队的队伍中。本报记者 赵苏炜 摄

有的发布预警信息 有的分时段售票

我省多景区限客缓堵

本报记者 乔显佳 陈之焕

3日,全省知名景区继续出现游客“井喷”现象,纷纷创下历史最高纪录。火爆的旅游情况令景区安全保障等工作备受压力,不少景区采取暂停售票、发布公告等措施,疏导分流游客。

泰山

一天发4次预警

暂停售票1.5小时

记者3日从泰山景区管委会了解到,据统计,10月2日14:00至10月3日14:00,泰山景区接待进山进景点游客92388人,其中进山游客81781人,创下历史最高纪录。

3日,泰山中天门停车场临时指挥部在1天内连续发布4个公告:“泰山目前游客量较大、基本饱和,今日11:30至13:00暂停出售进山票”、“中路步行盘道开山、朝阳洞、五松亭路段游客出现拥堵,敬请各位游客服从工作人员的疏导分流”、“目前泰山游客量较大,在中路步行盘道开山、朝阳洞、五松亭路段游客出现拥堵。为确保游客安全,敬请各位游客服从工作人员的疏导分流”、“为确保广大游客的安全,请

按照景区规定的旅游线路游览”。

这4个公告通过景区电子信息显示屏、公告牌、语音广播、官方网站、官方微博、官方博客等途径及时告知游客。据悉,泰山景区因为游客超容决定暂停售票,在近年来尚属首次。

崂山

因游客特别多

一度停止售票

3日,崂山风景区迎来人流、车流量高峰,景区全天接待游客量达3.2万人,停放车辆6000余辆,创下景区建立以来历史新高纪录。

“售票中心、换乘处是人流最多的地方,黄金周期间,我们新开了两个售票窗口缓解人流。”崂山风景区工作人员介绍,2日,由于景区人流较多,200多名游客在排队等候大巴,结果暂时只调来4辆大巴车,景区一度停止售票10分钟缓解人流,10分钟之后马上恢复售票。

“我们景区的接待量并没有达到上限,3日,景区南线游客量创新高为2.6万人,而南线最多可以容纳近5万游客;北九水景区游客量为



崂山景区的游客排队等待换乘观光大巴。

本报通讯员 蔺肖恩 摄

6000余人,并没有达到高峰时期的1万余人。相对而言,整个景区的游客承载量并没有达到上限,只是景区外停车压力较大。”崂山风景区的工作人员介绍,他们将进一步增派人员,实施调流以迎接未来几天的黄金周人流高峰。

山东地下大峡谷 间隔10到20分钟 售票一次

记者了解到,3日,省内热门景区临沂山东地下大峡谷纳客量创下日接待4万人

左右的新纪录。当日景区因为游客太多,上午就发出黄色预警信息。从11:00至11:30,景区售票窗口停止售票,之后隔10-20分钟售票一次。景区还要求检票的工作人员视洞内游客情况,随时放缓游客进洞的速度。截至20:00记者发稿时,洞内仍有约3000人没有出来。

曲阜“三孔”景区3日纳客9.9万人次,与2日持平。为确保游览安全,曲阜方面加大园区内的疏导力度,开辟孔府西路新的游览空间,并辟为疏散通道。孔庙东华门也打开,加强游客疏散的力度。

记者观察

对于景区预警 游客多不买账

记者3日下午在泰山景区红门入口看到,景区在东、西售票窗口旁边的明显位置贴出“公告”,“因今日进山人数过多,景区容量有限,压力过大,已不适合您正常游览……”但对此提醒,多数人却不太在意。

随机采访中,一位游客尽管表示注意到景区的公告,但是“他们也没有拦人啊”,说完继续登山。四川游客李先生的态度代表不少外地游客:“大老远来一趟不容易,怎会到山前再与泰山擦肩而过?”

只有来自济南的3名游客看到公告后,犹豫了一阵,决定放弃爬山返程。其中一位女游客表示,自己住得近,经常来,下次再游吧。

山东省旅游局国内市场处处长王春生处长说,景区因为超高客流采取预警或提示,都是以游客安全为上发出的,游客应充分重视这一信息。本报记者 乔显佳

相关新闻

青岛海底隧道 昨限行40分钟

本报青岛10月3日讯(记者 蓝娜娜) 3日中午,为缓解青岛市区沿海一线车辆拥堵问题,黄岛区交警部门与市区交警联动对隧道实行封闭调流。

黄岛区交警大队的工作人员崔先生介绍,3日,在滨海大道和江山南路交界处实行封闭调流,原因是青岛市区沿海一线的车流量过于密集,在市区隧道贵州路出口已经形成了车流拥堵。调流的时间从3日12时30分开始,至13时10分结束,共计40分钟,约1500辆车改道绕行。

交警建议,从胶州湾隧道进入市区的自驾游游客,可将车停在距隧道黄岛入口100米处的临时停车场,改乘公交进入市区观光游玩。

一锤子买卖长远看得不偿失

本报评论员 姜士强

双节 天天谈

从10月2日开始,全国各大知名景点出现游客“井喷”现象,景区内人山人海。在庐山,上山的几十公里道路变成了停车场;在丽江,找不到宾馆的游客租了帐篷睡在大街上;在华山,近万人因为缆车运力有限深夜滞留山顶……

对于景区的运营者来讲,八天长假加上高速免费,这是难得的创收机遇,从表面上看,大量游客在此时涌入,确实能

够带来可观的经济收益。游客在路费、门票、餐饮、住宿等方面的开销,对于景点所在地的经济也有巨大的拉动作用。

算这笔经济账的时候,游客的感受往往是被忽视的。实际上,旅游是景区与游客双向互动的过程,在获得经济利益的同时,景区有义务给游客提供等值的旅游体验,而人山人海中的旅行,显然无法满足游客的需求。在经历一番痛苦和焦虑之后,游客们难免在临走时留下一句“再也不来了”的誓言。不加限制地将游客引入景区,在短期内确实增加了收入,但损了名声,砸了招牌,把旅游

做成一锤子买卖长远看来得不偿失。

从资源开发的角度来看,每个景区都存在相应的承载能力,一旦过多的人涌入,超过了最佳接待量,旅游体验也会相对下降,既破坏游客心情,也可能带来安全隐患。各方面的负面影响,最终都会反馈到景区的发展上。景区“虐待”游客,游客“咒骂”景区,而这种游客现身说法的感受,通过网络等形式不断传播,很可能给某个景区带来致命的打击。

旅游资源转化为经济收益是个长期的过程,景区的

管理者也要用长远眼光来面对,不妨根据实际的承载能力,制定相应的接待计划,通过减发门票、网上预约等形式将景区人数控制在合理的接待范围内,以便提供最高品质的旅游体验,把旅客的好评作为景区最好的宣传。

同时,针对近年来自驾游增多的情况,为了防止信息不对称造成的游客扎堆,旅游方面的政府管理部门,也可以利用自身的信息优势,提前发布综合性的旅游引导信息,促进游客向不同的景区合理分流,让人们有更充分的选择空间。