

历届贺年会精彩回顾

休闲快讯

调查显示出游首选 坐飞机、住经济型酒店

为了提高旅游、餐饮行业的整体服务水平,了解消费者需求和消费过程中存在的问题,实现行业发展与消费者权益保护共同推进,近日,中国消费者协会开展了2013年消费者“旅游、餐饮消费者调查评议”活动。

旅游经济型酒店是首选

据悉,调查围绕出境游、交通、住宿、就餐、景区服务等消费者常见投诉问题,收集了消费者对于旅游餐饮业的客观评价,以及消费者对于改进服务的意见建议。

在调查中发现,经济型酒店以81.85%的绝对优势在各酒店类型中领跑,其后是民宿客栈、青年旅社等新兴的住宿选择,星级酒店和豪华型酒店的关注度下降。商务旅行消费者对于星级酒店和豪华型的选择度较平均水平明显更高,表明商务游客对于住宿环境和服务品质的重视。

青年旅社、民宿客栈类酒店市场份额的提高体现了个性化时代的多样化需求,以及消费者关注特色情调和差异化体验的需求。在18-24岁人群中,青年旅社和民宿客栈的选择比例更高,而在35岁以上人群中,星级酒店和豪华型酒店的选择比例则更高。

对于选择酒店时考虑的因素,消费者最看重的依次是:卫生、价格、位置、交通、设施、和服务。从消费者角度来看,卫生是决定能否放心入住的基本要素。而在休闲度假旅游热潮兴起的同时,消费者对体验环境的追求使得卫生要素显得更为重要。

自驾游悄然走红

在出游交通方式选择上,飞机仍然是受访游客的首选。根据民航相关数据显示,国内机票市场60%以上的旅客出行是往返行程。为此一些航空公司推出往返航线优惠政策,用户出行选购往返特价机票将最多节省20%机票成本。随着在线旅游市场的壮大,过去消费者只能在航空公司购买和享受到的往返程优惠,现在在线旅游平台已经突破了技术瓶颈,使得更多消费者可以通过在线预订享受往返程优惠。而节后机票价格的普遍走低,也为错峰出行的消费者带来优惠及便利。

其次是火车和高铁,其中高铁比例上升明显。目前高铁开通城市主要集中在二线城市,是商务差旅人士除了飞机之外的替代性选择。同时随着近年高铁产业的发展,高铁已越来越多进入到游客出行考虑范围,首选率已经超过了长途汽车。高铁快速发展使得大城市间交通更便利,也给沿线二三线城市带来新的发展机遇。

随着交通的便捷,自有车辆的增多,中短途旅游中自驾车比例大幅提升,自驾游正成为中国旅游经济新的增长点。从本次调查的结果中可以看到,自驾车出游所占比例16.92%,已经接近长途汽车18.15%的占比。随着自驾游的盛行,沿途的汽车保养、租赁、餐饮、住宿、娱乐正在形成一条产业链。但仍应看到自驾游的配套产品和服务数量有限,质量参差不齐,难以满足急剧增长的自驾游消费者需求。

(综合)



▲贺年会style 李健 摄

“好客山东贺年会”已成功举办了四届,在拉动淡季旅游、刺激消费的基本共识下,每年贺年会的活动内容都有所创新,不但场面热闹红火,百姓更能从中得到实惠,让贺年会真正融入到了老百姓衣食住行中。

□李芳芳

四年精彩绽放

2010年,在“山东人游山东”、“到山东过大年”等活动的基础上,首届贺年会诞生了,通过精心的产品选择和理念推广,打破中国人传统节日习惯窝在家里过年、过年重在吃喝的习俗,把“过年去旅游”作为一种新的消费时尚并逐渐推广,倡导和推广“年节送礼送旅游”、“亲朋聚会来旅游”、“欢乐过年去旅游”的消费观念,打造新民俗、创造新文化、构建新产品、形成新业态。在推出“到山东过大年”产品和“成年礼”和“祝寿礼”两个贺岁

产品的同时,还特别推出具有鲜明地域特色的五大旅游产品:齐鲁城市游、文化精品游、休闲康体游、魅力乡村游、新春祈福游。

2011年第二届“好客山东贺年会”更加注重了内容的细化和品牌的打造,精心打造的祈福产品十分成功。新年的第一秒,到曲阜孔庙大成殿、泰山岱顶、济南灵岩寺、汶上宝相寺撞响悠扬的祈福钟声,或者登上山东十大祈福地为家人、朋友送上新年祝福,怎么说都是一次难以拒绝的美好旅程。同时,这届贺年会产品体系更为丰满,将“一三五七”在全省全面铺开,即:一个主题(我们的节日),三个节点(元旦、新年、元宵),五大产品(贺年游、贺年宴、贺年乐、

贺年礼、贺年福),及七大主题评选活动。

2012年“好客山东贺年会”突出了评选环节,扩大评选范围和内容。围绕城乡居民和各级政府部门建立评选和考核两个机制,举办“七大评选活动”调动社会各方面参与贺年会的积极性。值得一提的是,这届贺年会的评选以突出“年味”为主,重点推动了机场、铁路这些特殊行业加入进来,比如评选年味最浓的机场,年味最浓的火车站和汽车站等,进一步扩大贺年会在交通枢纽等客流密集的公共场所的影响力,营造年节氛围。

2013年“好客山东贺年会”主打滑雪泡汤赏民俗精品游,组织了多条主题线路,将活动、景区点、酒店等进行了最佳串联,有效拉动了我省淡季旅游市场。同时,贺年会五大产品进一步落地,让更多人知道贺年礼去哪买、贺年福去哪祈、贺年宴在哪吃。省内重点景区还推出了淡季优惠价,不再局限于“门票经济”。

拉动多重消费

年节,是物质的集中消费期,也是文化的高密度消费时段。在培育和发展贺年

会这一旅游产品时,山东以“我们的节日”为核心价值,采用现代商业文化营销传统民俗文化,成为增强年味儿、活化年节的创新动力。贺年会深入挖掘中国传统的年节文化、民俗文化,将“文化”注入消费,通过放大集聚效应,实现旅游文化优势的最大化,助推了产业结构升级。

据山东省旅游局提供的数据显示,2011年“好客山东”贺年会从元旦到元宵节前,全省共接待国内外游客4157.7万人次,实现旅游总收入369.9亿元,同比增长24.5%。其中,“元旦”节点期间,全省共接待游客430.8万人次,旅游综合收入34.7亿元;“春节”节点期间,接待游客首次突破千万人次大关,旅游收入69.3亿元。

2012年春节假期,全省共接待游客1231.38万人次,同比增长20.32%,为全年旅游奠定基础。

2013“好客山东贺年会”于元旦启动“暖冬之旅”,将温泉、滑雪、室内游乐、购物休闲等冬游产品打包促销,假日休闲消费。只从元旦三天的数据来看,全省就接待游客512.7万人次,同比增长2.3%,旅游收入43.6亿元,同比增长5.1%。



金象山滑雪场本周六试营业

随着连续几日的降温,济南金象山滑雪场即时启动了人工造雪工作,滑雪场4台造雪机昼夜连续造雪。如果这几天一直保持这种低温状态,金象山滑雪场在本周末即可具备滑雪条件。

据金象山滑雪场工作人员介绍,日前前期准备工作已经全部就绪,金象山滑雪场预计本周六试营业,喜欢滑雪的朋友届时可体验滑雪的乐趣。

金象山滑雪场是经过法国著名规划专家Paul先生根据滑雪场独特的自然地理条件亲自考察地形、指导设计,符合国际化雪场标准;滑雪场雪质好,雪量大、雪道专业,符合国

际标准。初、中、高级雪道,拖牵,空缆配备齐全,是华东地区硬件设施配套齐全的国际滑雪场。

今年,金象山滑雪场对雪场设施设备进行了更新改造,引进了新的娱雪设施。雪场还开设了雪地摩托、雪地船、雪地猪、雪地魔毯等雪上娱乐项目,让游客尽情感受冰雪世界的魅力。此外,金象山滑雪场还进行了“教练试滑”、“清理滑道”、“检查空缆”、“整理滑雪用具”等雪场准备工作,让广大游客可以尽情体验滑雪的乐趣,并有充分的安全保障。

此外,济南金象山第五届

冰雪美人大赛暨世界旅游小姐济南赛区选拔也是如火如荼,异常火爆。届时,来金象山



滑雪场滑雪的游客,不仅可以体验激情滑雪,还可以欣赏佳丽们的精彩表演。(姜涛)