



踏青之旅

省城南部山区门牙景区暂歇业,空出上万游客引周边城市垂涎

打广告搞推介,各地争抢济南客

“清明去南部山区肯定超级挤。”清明小长假,不少省城市民在心仪南部山区近郊游的同时,担忧人多影响兴致,省会城市群经济圈内的滨州、泰安、莱芜等地瞄准这一心态以及背后的南部山区客源,纷纷出招跨市揽客。

随着省会城市群经济圈以及休闲圈建设,域内各市旅游市场进一步打通,旅游同城效应正在显现,“客源互换”、“跨市休闲”将成为今后周末和小长假的潮流之一。

本报记者 乔显佳

►莱芜雪野湖增加的小飞机体验旅游项目,是现代乡村游的新品。

本报记者 乔显佳 摄



门牙景区歇业改造,好玩又免费的地儿难找了

清明节前,记者在济南省南部山区大小门牙景区采访时看到,当地旅游等部门正对原沿河农家乐经营点进行统一的业态升级改造。

旅游旺季即将到来,大小门牙景区歇业后,济南居民周末休闲少了一个选项。以往,市民呼朋引伴到此吃农家炒菜、大盆鸡,让小孩子在河面上戏水,花钱不多

就可以让一家上下欢度周末。歇业后,本地市民再想在周边找一个有山有水、有吃有玩又免费开放的景区,已经不好找了。

最近几年,旅游旺季每天经103省道到济南省南部山区玩的客流在万人次以上。大小门牙景区因升级改造暂歇后,相当于每天上万游客需重新选择出游目的地。



4月4日,“寻美邹城 樱花花开”赏花在邹城市张庄镇大沟桃园隆重举行,除了樱花,油菜花也深受游客喜爱。

本报记者 乔显佳 摄

收费景区借机揽客,日接待量增两三成

据统计,七八成的散客出游目的地为大小门牙这样的免费开放景区,进入南部山区大小十几家收费景区的客流只占两成左右。大小门牙暂时歇业之后,对收费景区有何影响?

多家南部山区景区反映,开春以来他们的游客接待情况看好,较往年同期均出现较大幅度的提高。九如山瀑布群景区负责人刘征说,景区日接待量同比提高20%-30%,遇到周末更多,今年旅游市场起步早,游客上得快却是各景区共识。

红叶谷景区总经理陈清峰注意到,大小门牙景区改造后,平时经过仲宫大桥去柳埠方向的旅游车辆明显少了,

调头往东的车辆则明显增多,且沿路农家乐火爆一时,都显示出门牙景区改造的影响。

记者从济南市旅游局了解到,为了给广大游客和市民提供出游资讯,今春他们特别推出两张图,一张是赏花图,一张是踏青采摘图,将全市范围内的赏花点和采摘点一一梳理,标明各种花的开花期以及赏花地点、行车线路、公交线路等等。为了避免天气原因造成花期和采摘期提前或滞后让游客空跑一趟,两张图上还特地标明各参观点联系电话。上述两张图通过济南市旅游政务网以及微信等渠道供市民查询。



南部山区的不少休闲旅游项目轻松有趣。

本报见习记者 万兵 摄(资料片)

这些“二日游”可作出游参考

这几年为了提升本地旅游的吸引力,综合提升旅游及相关产业,拉动过夜经济,山东省内各市纷纷推出“二日游”、“三日游”线路产品,非常适合小长假居民消费体验。

其中,推出较早、市场成熟度相对较高的有“济南二日游”“枣庄二日游”“泰安二日游”“青岛二日游”“临沂二日游”“烟台二日游”“菏泽二日游”……无不集中当地最优质、最有代表性的旅游资源。计划假期出游的居民,不妨拿来参考,各市“二日游”的线路情况,均可以在网上找到各种攻略。

济南欢乐假期经理秦珂介绍,各地游客在消费“二日游”时,可以先通过网络预定,到中心城市后参团,也可到达中心城市后就地前往旅行社参团。此外自驾车还可以通过“二日游”推荐线路游览景点。选择“二日游”时,游客可比较价格、行程,尤其应记得与组团社签订旅游合同,做到明明白白消费。

本报记者 乔显佳

近郊游转向乡村游正升温

省旅游规划设计研究院的张宏瑞说,从市场观察,市民近郊游正在悄悄“转向”,下一步将主要体现在由注重进景区到热衷进乡村、进旅游小镇,由注重观光看景到侧重休闲度假养生,由满足于单一的农家乐食宿到追求休闲度假体验的全面提质。

记者采访中了解到,最近几年,山东各市乡村游迅速崛起,已成为市民假日休闲不可不选的生活体验。

国内很多乡村游发达地区的经验也值得学习,四川“郫县模式”近年来名声很响,依托当地鲜花种植这一支柱产业,郫县面向大众市场,谋划大旅游,实现了乡村经济和旅游休闲产业的完美结合,走出了一条变农民生产、生活环境为游客休闲环境的新路,当地一批有实力的经营户一次就可承接数百人的大型会议、团队。浙江省在发展乡村游时,坚持市场引导的思路,一上手就瞄准周边上海市这一巨大的高端消费市场,外国人消费市场,开发了一批档次高、国际化程度高的乡村休闲产品。

张宏瑞认为,山东城市应借鉴外地成功经验,根据自身实际情况,利用好京沪高铁、仙境海岸开发等有利时机,开发构筑面向不同消费群体的乡村游产品,在产品定位上应以满足大众消费为主。 本报记者 乔显佳

跨市休闲,滨州在省城办近郊游推介会

陈清峰注意到,清明节前夕,高速济南省南出口处竖立起一块由泰安太阳部落景区制作的广告牌,朝向通往南部山区众景区的“咽喉要道”,恰好与红叶谷广告牌并排在一起。与此同时,包括泰山地下大裂谷等一批周边市景区,大举抢占济南市区的户外、车体广告位,引起市民注意。

“外地景区到自家门口来抢客源,作为本地景区心里肯

定会有压力。”陈清峰说,当下南部山区各景区必需进一步提升服务水平,提高产品质量,才能保持旺盛的吸引力。

外地景区之所以将广告牌设到济南省南部山区,正是看中多年来南部山区已经形成的巨大客源市场。一批外地景区加入揽客大战,对提升南部山区近郊游水平也是一桩好事。

清明节前,莱芜旅游部门

上下积极准备,房干、雪野农博园等老牌景区举办各种春踏青、赏花采摘活动,争抢近郊游客。滨州市邹平县不久前在济南举行推介会,鹤伴山、李庵、醴泉寺以及白云山、范公祠等适合近郊游的景区点集中亮相,会上与省会城市群签署自驾省会后花园邹平的授旗仪式。

济南市旅游局市场处副处长刘荣耀说,随着省会城市

群经济圈以及休闲圈建设,域内各市旅游市场进一步打通,旅游同城效应正在显现,“客源互换”、“跨市休闲”成为今后周末和小长假的潮流之一。济南市旅游局在对周边客源市场的调查中发现,以济南市区、近郊景区为载体的“济南一日游、二日游”产品,不仅在省会城市群各市,在河北、天津、江苏等周边省份销售也火爆,成为当地常规旅游路线。