



酒店就是游客的“家”

我省将重点支持旅游饭店休闲产品“两上线”

□李芳芳

有个朋友,喜欢旅游,在她每年的“随手记”账本中,工资的一半都用在了旅游上,时常挂在她嘴边的一句话就是:“我得游过所有省份,完成欧美之旅才结婚生子,否则后悔。”

在她行程过大半的时候,问她心得体会,一改之前聊景点聊名胜的亢奋,她开始注重起旅游体验,尤其是在住的过程中所获取的舒适感与被尊宠的程度。

“刚开始的旅游就是背包、景点和旅社,几乎没有奢侈的停留,现在我宁愿将钱花在人住度假酒店上,饮食起居、观光游览、深度休闲,在有些度假酒店这些都能办到,何苦再让自己的旅途搞得慌张和艰苦。”

看来,这么多次出游的经验告诉她,观光式的旅游已经不再被追逐,先安居再乐游带来的舒适感受更符合

当下休闲的时代。

这个朋友的旅游心理变化,正反映了一个群体的诉求,这也许正是一个变革或转身的开始。

引领山东旅游强势发展的省旅游局局长于冲,一直以来都站在行业的前沿,做着至关重要的决策。最近,重点包装度假酒店,凸显其休闲时代“王”的地位,成了他多次在旅游会议的议题。

“观光时代是景区为‘王’的时代,景区就是旅游,旅游就是景区。进入了休闲度假时代,景区仍然很重要,但已经不再是过去‘王’的位置,这时的酒店特别是度假酒店以其完善的旅游度假综合功能,成为休闲度假时代的‘王者’。”在10日举行的旅游饭店“两上线”动员会上,于冲再次提到这个观点,他表示,人在

旅途,安居才能乐游,酒店就是游客的途中之家。

“一个饭店就是一个小型旅游度假综合体,可以满足游客在这里慢游、体验游的需求。”于冲强调,大部分旅游饭店都具备吃、住、购、娱等旅游基本要素,很多饭店还有自己的车辆,可以为游客提供旅游小交通服务,比如从机场到酒店、从酒店到景区的交通服务等。有的饭店还有娱乐、健身等项目。

近期,我省旅游着力进行的休闲度假产品“两上线”,优质的休闲产品几乎都是以度假酒店为依托,以旅游饭店提供服务为主。对于如何开发此类度假产品,迎合游客休闲需求,省旅游局建议旅游饭店提供的旅游产品一定要别具特色、有主题、有文化,可以是餐饮特色、服务特色或其

他。另外,要细分市场整合产品,或瞄准养生游,或主攻亲子游市场,其产品应针对特定的客源市场,为住宿游客提供一个可自由选择的休闲度假菜单,把旅游饭店打造成一个资源整合的服务商。

“薄利多销、降价促销始终是市场上的金科玉律,惠民产品本身也一定会给企业带来效益。”于冲表示,“两上线”活动的核心问题就是通过整合产品,降低价格,打造价格竞争优势。

据了解,为鼓励酒店在休闲度假时代的转型,更好地创新旅游产品开展“两上线”,省旅游局将在每年安排400万元旅游产业创新奖的基础上,再拿300万元支持旅游饭店,包括旅行社等包装上线产品,同时支持旅游饭店设立旅行社,拉长产业链。