



# 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入住度假酒店上，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”活动的一个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。