



低空游“起飞”

旅游新业态让游客玩得更嗨

从近几年山东省内旅游市场来看,消费“趋新”日益明显。旅游者的观念意识在新业态的冲击下快速转变、提升,诸如低空飞行、健康养老旅游、房车露营等旅游新业态正在成为今后旅游业的投资与“吸金”热点,也成为亿万游客关注的市场兴奋点。

本报记者 贾鹏
乔显佳 景佳

低空游不再是个事儿

最近两年,山东低空飞行呈现出蓬勃发展的势头,由此衍生的新业态呼之欲出。2015年10月2日,山东蓬莱低空旅游启动仪式在三仙山风景区举行,标志着山东首个通用航空项目——蓬莱海滨旅游风景区空中游览活动正式启动。以烟台国际机场为基地,辐射胶州半岛及环渤海湾地区的通用航空重点项目成功运行,也标志着环渤海湾通勤飞行服务网络建设已进入新阶段。

据了解,由齐河鸿翔机场有限公司投资建设的齐河通用机场,项目总投资20亿元,将主要开展医疗救护、航空物流、航空培训等通航作业,和游客观光、空中表演、空中航拍等低空旅游项目。该机场距济南遥墙机场32公里。齐河通用机场建成后,让近些年快速发展的济南北部旅游由“地”到“天”,可尽快带动周边旅游业态升级,具有非常良好的经济效益和社会效益。

5月19日中国旅游日当天,“好客山东·伴我飞翔”低空旅游启动仪式将在齐河举行,在泉城海洋极地世界与泉城欢乐堡梦幻世界之间设置临时起降点,届时还将

举行“天行健”低空旅游论坛。日照航空公司斥资7亿元从加拿大维京公司采购10架双水獭多用途飞机,该飞机具备了短距离起降能力和安全保障,可在湖海、沼泽、冰雪环境安全起降,是一款真正的多用途飞机。目前飞机已投入到短途通勤、水上旅游、低空观光活动中,并计划初步开通日照、济南、烟台三地环飞。

养生养心游吸引年轻人

随着人们生活水平的提升和旅游消费观念的改变,越来越多的人从传统的走马观花旅游思维方式跳出来,健康养生旅游产品在市场上兴起,中国



插图/徐进

数千年的中医文化其实正是养生旅游的沃土。

山东蒙山等地较早注意到健康养老产业的巨大潜力,推出养生长寿文化旅游节等系列旨在开掘市场的活动,吸引社会各界更好地关注老年健康事业的发展。蒙山旅游区旅游集团总经理陈勇介绍说,时下健康养生旅游不是中老年人的专属,越来越多的年轻人利用周末和节假日走进蒙山,放松身心,开始一次养生养心之旅。

近期,省旅游局会同省中医药管理局出台了《山东省中医药健康旅游示范基地评定办法》,组织开展了全省首批中医药健康旅游示范基地申报和评选工作,目前各地上报49家,将从中评选出首批20家示范基地。专家预计,未来的健康养生旅游产品会呈现出产品主题式、市场细化性、发展模式集团化等特点,以满足不同人群、不同时期的养生需求。养生旅游产品将趋于稳定和成熟,消费者也将逐渐养成科学有效的养生习惯,二者在不断相互监督、相互促进中发展。

自驾游、房车露营在欧美国家已经成为一种十分普遍的休闲度假方式。在山东,随着选择自驾旅游人群每年迅速壮大,房车露营作为新兴的旅游方式成了人们关注的焦点,并已有部分发烧友先觉先试。5月19日,聊城将举办首届慈善国际房车露营文化节,届时将有房车和各类旅游产品展销、车模表演、文艺节目表演、旅行社精品线路推荐等丰富多彩的活动。临沂沂南等地成为省内知名的自驾游、房车宿营热点目的地。泰安房产生产基地具有相当的规模。

2016年3月8日,山东省房车露营与自驾游协会在青岛西海岸新区成立,协会成立后将合作建设房车露营地、为房车车友搭建沟通交流的平台,并将推动新区乃至山东省房车露营等旅游新业态的发展。业内人士介绍说,露营地的建设、自驾游兴起,能够带动房车制造业的发展,促进三种业态协同发展。

- 出品:旅游工作室
- 设计:壹纸工作室
- 本版编辑:穆静
- 美编:牛长婧
- 组版:郭传靖

房车露营渐升温



山东省一家主题乐园老总很自信地说“迪士尼来了,没什么可怕的” 太阳部落用特色文化迎接迪士尼

2016年6月16日,引起中国旅游市场巨大轰动的上海迪士尼乐园将正式开门纳客。山东旅游业界很多人惊呼,狼来了,山东省十几家大型主题乐园的苦日子是不是来了?事实真的如此吗?未必,作为中国文化主题公园代表的泰安太阳部落景区,突出中国文化特色,做足差异化文章,迸发出更强的市场竞争力。

降低门槛,迎接大众旅游新时代

迪士尼作为舶来品,看上去很美,尤其是对于很多从小看着米老鼠和唐老鸭长大的群体,有很强的诱惑力。既然如此心驰神往,那就去玩吧,事实并不这么简单,去趟迪士尼需要不少银子呢。让我们先来看看去上海迪士尼的花费清单,从济南出发,高铁票往返800元,上海市内交通200元;6月16日至8月31日,迪士尼门票499元(24小时有效),如果是两日票价,第二天执行原票价的9.5折;迪士尼特色酒店最便宜的1200元/间,周边稍微像样点的商务酒店也在三四百元以上;另外还有价格不菲的用餐和旅游纪念品。以时间最短的两日游为例,把上面费用加起来,即使住普通商务酒店,人均花费也在



2200元以上,如果是住迪士尼内特色酒店加上买点特色纪念品,花费就在3000元以上。不算不知道,一算吓一跳。想去迪士尼游玩,真的不容易。太阳部落景区总经理孔祥海告诉记者:“迪士尼作为世界性主题乐园,一直是国内很多主题乐园学习的榜样,对中高端游客有较强的吸引力,但其较高的门槛和花费,会阻挡住很多工薪族游客的步伐。”山东省内主题乐园与迪士尼相比最大的优势是价格,以太阳部落为例,日常价格是160元,为庆祝二期“远古大战”正式开门纳客,5月7日至6月11日,太阳部落特推出60元玩转景区活动,价格优势非常明显。5月7日,一个稀松平常的周

末,太阳部落共接待游客超过5000人,降低门槛的威力凸显。省内主题乐园不仅门票价格远低于上海迪士尼,从时间(至少两天)、空间(距离近900公里)等方面也优势明显,还有从游玩频次上,绝大多数游客三五年内去一次迪士尼足矣,而对省内主题乐园来说,一年去玩两三次也不算多。从刚刚结束的中国旅游产业投融资促进大会上,与会专家纷纷表示,目前中国旅游已经完全步入大众旅游消费新时代,谁抓住了最广泛的消费群体,谁就有了决胜市场的资本。

体现中国特色,突出独创游玩项目

全国主题乐园超过2500家,除了少数全国性的品牌外,大部分是区域性的地方品牌,他们为什么害怕迪士尼的到来?最主要的原因是,大部分主题乐园是以模仿迪士尼起家的,真正的鼻祖来了,为之恐惧和色变是可以理解的。孔祥海对市场的恐慌曾有精彩的论述,模仿者永远赶不上原创者,李鬼害怕李逵是必然的。孔祥海进一步提到,迪士尼从品牌、知名度、项目设置等方面都是难以逾越的,国内主题乐园与之竞争靠什么?靠的是五千年的中国文化,迪士尼是舶来品,这是它所缺乏和不擅长的,太阳部落就是在在大汶口文化源地上建设的,并将大汶口文化

与主题游乐完美结合,并将进一步挖掘史前文化,这也是太阳部落不惧迪士尼的底气所在。曾经成功打造过《印象·刘三姐》的珠江文化董事长黄启光也认为,国内的主题乐园跟迪士尼同台竞争,一定要找准自己的文化定位,利用好当地的风土人情,融合当地的人文历史,只有错位和突出特色才有出路。从竞争和发展潜力看,特色是主题乐园立园之本、发展之魂、动力之源,千园一面是没有竞争力的。太阳部落现有的项目中,至少一半是原创的,如时空隧道、文明之光、远古大战、生命烈火等,另外,水龙王、共工的愤怒、盘古狂叫、山洪暴发也被赋予了浓郁的文化特色,从内涵、形式、风格方面与其他主题乐园的项目有着本质区别,据了解,下一步太阳部落将继续高举史前文化特色,把文化与主题游乐结合的发展模式延续下去。山东省旅游业界人士认为,上海迪士尼乐园开业,对全国游客多了一个选择,是好事;从另一个角度说,上海迪士尼的开业将倒逼全国包括山东省在内的各家主题乐园,在特色产品上下功夫,在服务上下功夫,价格上将更亲民,更是好事。(东方)