

省内游,滑雪泡汤唱主角

“

春节将至,大街小巷日渐弥漫着喜庆的气息。近日,记者从省城各大旅行社了解到,今年山东年节旅游市场红红火火,滑雪、逛庙会、泡温泉、赏民俗等主题产品热销,其中,滑雪、泡温泉依旧最受广大市民青睐。

□杜家

A 滑雪游人气不断高涨

今年春节,山东各大雪场积极筹备各种富有特色的主题活动,来吸引各地的滑雪发烧友。记者从嘉年华旅游、旅游百事通、山东中青旅等旅行社获悉,春节期间咨询、预定滑雪游产品的游客非常多,广大游客对滑雪旅游心情急切同时也更看重雪场的品质。雪场的雪道配置是否合理、滑雪设备如何、滑雪教练是否专业、滑雪器材租赁等相关服务是否到位等,成为他们关注的重点。

最近几年来,随着济南金象山等众多滑雪场的开业,省内滑雪游市场呈现出生机勃勃的景象,广大居民也更愿在省内滑雪场体验滑雪的乐趣。“金象山滑雪场一直致力于高端化发展,近几年来,在硬件上不断加大投入,如对雪道进行了拓

宽、整修,新开上山的缆车和数条拖牵及魔毯,并每年都从国外进口近千副高级滑雪板等等,来满足不同滑雪爱好者的需求,为他们提供便利;在服务上,也加强对员工的培训,精益求精,让广大游客感受到浓浓的温暖”金象山滑雪场策划部经理姜涛告诉记者。

据了解,今年春节期间,金象山滑雪场精心筹划了“冰雪寒假闹新春”主题活动,期间,广大游客们不仅能够在免费开放的滑雪教学区寻觅滑雪乐趣,还有爸爸争霸赛、国际大学生雪地梦想汇、寒假滑雪冬令营、滑雪培训班等多种活动。同时,金象山滑雪场免费教学区也为广大游客全面开放。此外,济南九顶塔、泰安徂徕山等滑雪场也备下了丰盛的年节旅游大餐。



每年雪季,济南金象山滑雪场都会吸引省内外大量游客前来游玩体验。

B 泡汤放松游成为热门

寒冷的季节也有温暖的色彩,除了滑雪,泡温泉也成为许多居民春节假期的选择。“除夕出发去韩国,初三回到济南,剩下的几天假,就想和家人一块,找个温泉度假区呆上几天,好好放松放松”,从事媒体行业的夏女士,把春节假期安排得很丰富,前几日出境去韩国,假期尾巴泡个温泉,做一下上班前的休闲、放松。

记者了解到,济南智圣汤

泉、聊城阿尔卡迪亚温泉、商河温泉国际·蓝湖温泉等山东各大温泉景区也推出了一些主题活动来吸引游客。智圣汤泉在年节期间推出了长达一个月的“送福”活动,大年初一,游客凭借中国传统抢福工具骰子抢神秘礼物等奖品,大拜年,送“红包”,将对住店客人拜年赠送“红包”,还推出了情人节套餐520套票、元宵节焰火晚会等。此外,智圣汤泉还推出了住店客人大年初一免

费泡温泉等优惠活动。

商河温泉国际·蓝湖温泉今年刚刚对外开放,假期期间对广大游客私家定制各类产品,天然浴、花浴、精油浴、美容养颜浴,日式、中式、泰式不同风格的温泉别墅,营养餐、养生餐、特色农家乐、商河风味小吃等美食,还有专业瑜伽师、医务体检师、专业SPA师以及私人助理、贴身管家等,将带给广大游客最为惬意的泡汤体验。

春节想出去玩,得抓紧啦

出境长线基本售罄,中短途产品也为数不多

出境游首超国内游

从游客预订等市场先行指数来看,春节出境游意愿持续高涨。出国旅游的意愿高达39.3%,港澳台游的意愿也高达35.4%。国内跨省游的意愿为32%,为2009年有调查记录以来首次低于出境游的意愿水平。

虽然公务旅游消费急剧下降,商务旅游消费明显放缓,但

国民休闲旅游消费表现出强劲的增长势头。研究结果表明,我国旅游市场经历了“入境旅游—国内旅游—出境旅游”的发展过程,主体市场已由外部需求回调到内生需求。特别是去年以来,旅游市场加快往国民需求方向回调、国民旅游市场加快往大众需求回调的两大趋势更加明显。

有了春节旅游市场的火爆开端,对于2014年旅游经济的发展形势,有关专家认为,在国内经济稳定向好、市场化改革深入推进、新型城镇化加速发展等的推动下,2014年旅游经济发展面临更有利的环境。预计2014年旅游经济将延续平稳较快增长态势,旅游总收入同比可增长10%。

春节旅游产品快“没货”了

春节临近,旅游市场释放出游刚需,带动旅行社市场走出四季度低谷,开始稳定复苏。从销售情况来看,多家旅行社产品销售全线飘红,出境长线市场已接近售罄,中短途市场也进入最后预订窗口。

今年难得的春节长假期间,让不少游客更倾向选择全家出游,亲子出游迎来又一高峰期。针对旅游市场的这一特点,旅行

社也纷纷推出相应产品。前段时间,本报联合银座旅游·山东旅游有限公司推出“包机直飞香港五日游”产品,一经见报,就接到了众多咨询报名电话,短短几天,机位全部预定一空。其中,更多市民比较中意自由行产品,根据自己的喜欢,过一个别样的春节。

嘉年华旅游也推出了三班春节台湾包机,分别在1月22日、1月

29日、2月5日出发,相比常规产品,行程内容更加丰富,价格更实惠,得到了市民的追捧。

另外,通过采访其他旅行社得知,自由行产品方面,马尔代夫、巴厘岛、关岛、普吉等海岛自由行依然保持了强劲增长势头。近期很多意向在春节期间外出旅游的市民,几乎已经无线路可选,只能转向省内游或者跨省游。

“私人订制”产品受关注

近年来,旅游消费者的需求个性化、深度化的趋势越来越明显,旅游市场也向着高端化、小众化的方向发展。不少旅行社推出了丰富的一地深度游、私家小包团、旅游订制线路等深度游线路。以前偏高端和针对单位团体的订制旅游,比如私家团,开始覆盖大众散客群体。

所谓私家团,即每个订单独

立成团,即两人即可成团,跟自由行一样自在;提供全程专车及导游,享受私密度假和专属服务;行程经协商确认可以调整,任意自由组合景点游览,所有行程由游客做主。航班、酒店可以自由选择,可提供当日多个航班和数十家精选酒店;出行日期可以自由选择,可天天出发;还可上网自由订制,实时付款等。

对旅游消费者来说,私家团突破了常规的大型团队旅游的局限,受到部分游客尤其是家庭群体青睐。携程网数据显示,今年春节黄金周,国内私家团的游客量相比去年同期增加了一倍多,热门线路的私家团人数占团队人数比例最高达20%。报名者以家庭为主,有些线路50%是一家人出行。(宗合)

