



何为“两上线”？即全省各地整合让利游客的二、三日游产品，分别根据相应情况，在传统旅行社的线路营销系统和旅游网络运营商的营销系统上进行推广。

“两上线”让游客享受高品质



□李芳芳

切入正题前，先普及一个经济学定律——劣币驱逐良币。作为16世纪英国伊丽莎白铸币局长的托马斯·格雷欣观察到，消费者往往保留储存成色高的货币，在市面使用成色低的货币进行市场交易，而使得在民间流通的大多为劣币，良币则较少见于世，或直接退出流通领域。

不仅在铸币流通时代，在纸币流通中也存在“劣币驱逐良币”的现象。比如，我们在消费的时候，通常喜欢先把肮脏、破损的纸币或者不方便存放的硬币尽快花出去，而留下整齐、干净的货币，看着喜欢，装着舒服。

“劣币驱逐良币”现象存在的基础，主要是当事人的信

息不对称，将思路开阔出来，这个定律也被广泛用于非经济学层面，例如在旅游行业里。

如今，旅游业正蓬勃兴起，每年参与旅游的人群在不断扩大，为满足消费者的需求，旅游从业者们研究了各类旅游线路和产品，有观光线路、休闲产品、自由行、自驾游等多种形式，面对如此纷繁的旅游产品，消费者该如何选择呢？

价格往往是他们所关注的首要因素，也是绝对因素。比如出行韩国，某家旅行社报价3000多元，另一家为吸引游客报价2000多元钱，这种比较多了，也把价格拉得越来越低，出行质量也就无法保证。一批超低价格的产品，就叫“劣质

产品”，也正是这部分产品长期霸占着市场，导致优质产品无人买单消费。

消费者在无数次“掉入陷阱”后，也开始学着获取多方信息，追求更高层次的旅游体验，要特色、全方位、便捷、优质等。

山东是一个旅游大省，每年吸引着数以亿记的游客来观光游览。如何将“观光客”改为“休闲客”，提高游客过夜率，拉升综合经济收益，是目前全省旅游在考虑的问题。办法就是驱逐市场上的“劣质产品”，让“优质”回归，引导游客享受更有品质的旅行。

近期，省旅游局在全行业掀起了休闲旅游产品“两上线”的活动，综合各地优质旅

游资源，集合各旅游企业，打造有特色、品质高的旅游产品，登上旅行社营销系统和网络营销系统两条渠道，让游客既得到实惠，也能享受到更高质量的山东旅游体验。

表面看，“两上线”活动是一种新的营销方式，实质是对旅游产品的提质改革，是引导行业良性发展的重要手段，打破“信息不对称”的桎梏，让优质的旅游产品占领旅游消费市场，迎接休闲度假时代的到来。

目前，全省各县市都在积极着手旅游产品“两上线”，在一个新的旅游时代，让游客重新认识山东，感受“鲁式品质休闲”。

这次，要的就是优质。

17个重点县区(市)力撑“两上线”

详见 B06-B07