

花会旅游深观察之二:

纪念品缺失,凸显菏泽旅游短板

菏泽旅游商品市场缺失大众化纪念品,分散、无特色是重要原因

本报记者 姚楠 张歆然

如果把“吃、住、行、游、购、娱”等旅游六大元素比作组成“水桶”的六块木板,比较而言,“购”无疑是菏泽花会旅游的“短板”,和旅游市场较为成熟的城市相比,旅游纪念品的缺失不仅使游客的菏泽之旅有了些遗憾,也使菏泽因此流失不少旅游收入。

>>便宜实惠旅游商品 在菏泽市场难寻

4月22日,正值牡丹盛花期,江苏的宋女士和家人慕名来到曹州牡丹园赏花,千姿百态、姹紫嫣红的牡丹让他们大饱眼福,逛完牡丹园,宋女士意犹未尽,想四处转转买些小件的纪念品带给朋友,但园中仅有的几个摊点上,价格在500元以上甚至上千元的牡丹化妆品、牡丹油让她望而却步,“我想买点有菏泽特色的小玩意回去,钥匙扣、挂件什么的,便宜实惠又好携带,问了一圈也没找到。”这让宋女士感到有些失落。

不少游客遇到类似的尴尬,采访中,不光游客,旅行社也反映菏泽旅游纪念品太少、太贵、缺少特色,“一盒32开书本大小的盒子里,装了4块牡丹糕,卖到20多元,味道和月饼差不多,许多游客觉得不值。”天缘旅行社的吴新颖说。在牡丹园中,每年只有一些零散的摊位招租,租金价格不菲,商家经营的产品品种少,价格高,无法满足游客的购买旅游纪念品的需求。

另一方面,菏泽街头标有“土特产”字样的商店不少,经营的品类从食品、工艺品到纺织品,价格多在百元左右,高端产品卖到千元以上。但多家旅行社工作人员透露,普通散客对一般的土特产并不“感冒”,“比如烧牛肉这样的美食,其他城市也有卖的,并不能算是菏泽独一无二的特色,携带起来也不方便,所以花会对于一般土特产的促销作用并不明显。”菏泽康辉旅行社总经理助理赵庆党告诉记者,烧牛肉、粉皮、酱大头这些菏泽人耳熟能详的土特产多作为商务礼品送出,普通游客购买较少。

记者从多家土特产生产厂家处得知,相比牡丹花会,中秋节、春节等传统节日更能增加土特产销量,这和土特产主要靠经销商和客户口口相传的营销模式密不可分。鄄城县鲁锦工艺品公司董事长路维民告诉记者,由于产品主要通过经销商销往外地,他们并没有针对花会推出更多的产品推介计划。

>>分散、无特色 旅游商品成“散兵游勇”

记者从菏泽市旅游局了解到,虽然街头的土特产经营店不少,但目前菏泽尚未有一家旅游商品专营店,“旅游商品的含义很广,除了土特产品外,还包含旅游装备、旅游纪念品、工艺品、旅游时尚产品,而菏泽尚未有一家专营旅游商品的商场,处在零散、不系统的状态。”菏泽市旅游局规划开发科副科长樊祥鹏说。

缺少集中展示及出售的场所、推介乏力,是菏泽旅游商品处于“散兵游勇”状态的原因之一。“花会期间,游园虽然人气很旺,但推介产品不系统不规范,花会期间缺少产品专门的展示场所。虽然4月17日至21日也举办了名优产品展销会,但前来参观选购的还是本地人,没有吸引多少外

地客人过来,18日就有近一半展位撤展。”菏泽市绮园牡丹产业开发有限公司总经理刘守杰告诉记者。

菏泽中国青年旅行社总经理韩文献对此也深有感触,“菏泽没有一个集中展示、存储特色旅游产品的场所,游客来了无从选购。”

据了解,在泰安等其他城市,旅游局专门下设商品科,专门负责推介旅游商品,而菏泽并无专人负责这一领域。

业内人士认为,比起推介乏力,已有产品缺乏特色是更重要的原因。菏泽康辉旅行社总经理助理赵庆党认为,菏泽真正的特色就是牡丹,这是其他地方见不到的,而畅销的旅游商品应与此相关联,“旅游商品不一定是很贵重的礼品,它可以是个钥匙扣,是个鼠标

垫,但这种小商品中体现了牡丹元素,就是个好卖的旅游纪念品。”

他向记者举了洛阳的例子,“现在洛阳街头全是那种一尺见方的类似于相框的工艺品,里面有牡丹画、有题词,再镶入游客自己的照片,非常别致,又有纪念意义,菏泽就缺少这种大众化的旅游产品。”

“大众化、买得起、带得走的产品才叫旅游纪念品。菏泽是牡丹之乡、书画之乡、武术之乡、戏曲之乡,抛开‘四乡’还做什么旅游呢?所以旅游产品也要紧紧围绕这些特色来开发,在牡丹园里,现场作画就比现成的作品好卖,这是因为这种独特的产品一下就能让人记住,带有强烈的菏泽特色。”赵庆党建议。

甜瓜品牌让“糙瓜”砸了

牡丹区万福部分瓜农为争早上市降低品质;专家呼吁农民树立品牌意识

本报记者 李贺

眼下正是早春甜瓜上市时节,万福甜瓜因其“甜”“早”而闻名,可是近年来,由于部分农民只顾眼前利益,种植上市早却不甜的甜瓜,使得万福甜瓜品牌深受其害,来此收瓜的大城市瓜商越来越少,专家呼吁农民也应树立品牌意识。

●上市早晚价格相差近一倍

5月10日下午,记者来到牡丹区万福办事处,随处可见田间的甜瓜大棚,还分布着很多甜瓜收购点,瓜农们骑着装满甜瓜的摩托三轮车前往收购点卖瓜。

在万福办事处东500米的甜瓜收购点,各种大货车、三轮车并排停在道路两旁,满身泥土的瓜农们把一袋袋的甜瓜从三轮车上卸下来,称重后搬到甜瓜收购商的大货车上。记者了解到,收购甜瓜的收购商大部分来自河南、河北、安徽等省份。

万福办事处农技站站长苑玉宗告诉记者,万福早春甜瓜十分香甜,从2000年开始,种植面积逐渐大了起来,名声也越来越响,全国各地的甜瓜收购商都来这里收购甜瓜。万福甜瓜更得惠

于一个“早”字,每年四五月份即可上市。

甜瓜价格的高低与上市时间有很大关系,记者在万福办事处一个甜瓜收购点了解到,半个月前的甜瓜价格是每斤3元,现在是每斤1.7元,价格差了近一半。这使得许多瓜农竞相种植成熟早、个头大的甜瓜,可是这样的甜瓜有个致命弱点,不甜,人们称之为“糙瓜”。而原本种植的成熟晚、个头小的“甜”瓜种的人越来越少,人们称之为“笨瓜”。

万福办事处邵庄村村民王明轩今年很郁闷,他家的大棚今年被风刮歪,甜瓜熟得晚,“两亩甜瓜还没卖到一万块钱,比上市早瓜农就差了一万块钱。”

●大城市瓜商越来越少

10日中午,日头正高,万福办事处潘庄村北边的一片杨树林里杨絮乱舞,有几家外地甜瓜收购商在树荫下把收购来的甜瓜过秤、装箱。一位来自河北邯郸的瓜商告诉记者,他们今年第一次来菏泽收瓜,然后回邯郸销售。

“听说万福甜瓜甜,面积大,我们就来了。”这位瓜商无奈地说:“可是到了之后才发现瓜并不甜,有的没有一点味。”

据了解,前些年万福甜瓜十分香甜,全国各大城市的瓜商闻

着香味来此收瓜,后来瓜农纷纷种植上市早却不甜的“糙瓜”,有的甚至瓜没熟透就摘了。北京、上海等大城市的瓜商收购了甜瓜,因为不甜,回去后销售不出去,渐渐地就不来收瓜了。“现在收瓜的主要是河南及周边省份的瓜商。”这位瓜商说。

“万福的甜瓜收购市场就在大街上,缺乏规范的管理,像聊城等地的一些蔬菜批发市场,有专门的代办和门市,而且吃饭、住宿、休息都非常方便。”这位瓜商说。



▲集市上收购甜瓜的客商越来越少。记者 李贺 摄

●农民应树立品牌意识

“正是一些瓜农只顾眼前利益,品牌意识淡薄,造成甜瓜现在尴尬的局面。甜瓜产业向精品化、品牌化发展过程,也是一个值得期待的过程。”牡丹区经济作物站站长段新芳说,这个过程也是农民不断树立品牌意识的

过程。现在一些有眼光的农民已经意识到,只有瓜甜才能好卖,才能更好地打造品牌。万福办事处潘庄村村民刘秋生告诉记者,他种的6亩甜瓜全部是“笨瓜”。“虽然‘笨瓜’成熟晚,但是后期价格比‘糙

瓜’高,整体上也少挣钱。而且市场行情一旦不稳定,那些大而不耐的糙瓜肯定会被淘汰。”刘秋生说。

“随着万福甜瓜的发展,一些以损害甜瓜品牌而获取利益的瓜农必将被淘汰,留下来的一定是坚持品质的瓜农。”段新芳说。