



## 花会旅游深观察之四

# 牡丹一枝花 难撑菏泽二日游

菏泽旅游资源尚未转化为旅游产品，整体吸引力不强

本报记者 张歆然 姚楠

菏泽除了牡丹，还有孙膑故里、巨野金山、黄河故道等景点，但这些分散在各县区的景点并没有为菏泽旅游增加太多筹码，由于整体吸引力不强，外地游客很少选择二日游，本地旅行社也自认目前的旅游资源搭配二日游线路有些勉强。由于缺少二日游带来的餐饮、住宿、购物等多项收入，菏泽旅游十分“吃亏”，因此无法与旅游品牌影响力形成良性循环。

## 菏泽旅游资源 尚未成为旅游产品

若要问菏泽人，让他们自豪的可不止这一项。“菏泽历史悠久，文化底蕴深厚，每个县区都很有特色，如成武是伯乐故乡、鄄城是孙膑故里、定陶流传范蠡经商的故事，咱菏泽现在有挺多的旅游资源。”采访中，市民李先生一口气说出好几个。



但对外地游客来说，菏泽最著名的还是牡丹，孙膑旅游城等县区景点吸引的多为本地市民，离“名声在外”还有很大差距。

菏泽市人大代表、省旅行社协会副会长侯宪会认为，菏泽的旅游景点经过这几年的开发与建设，已具备一定规模，但并不能称得上是成熟的旅游产品，“目前还处在旅游资源转化为旅游产品的过程中，未形成旅游目的地。”

“目前菏泽主打牡丹牌，这在宣传菏泽的同时也制约了整体旅游资源的开发与建设，毕竟花期只有短短20多天。”侯宪会表示，菏泽的旅游资源整体的质量和数量都很有限。

同时，多家旅行社均表示，菏泽的景点搭配起来，很难形成二日游。“目前能和牡丹园搭配起来的景点只有孙膑旅游城，其他的我们很少选择。”菏泽天缘旅行社吴新颖说，提起为何难搭配，景区质量差是很重要的原因，许多景点虽然对外宣传做的很好，实际上管理与设施存在很多缺陷，游客满意度低。

市民张女士告诉记者，之前

的巨野金山之旅让她对菏泽的旅游景点十分失望。“刚走进景点大门，就有一个妇女和一个孩子趴在地上乞讨，觉得可怜便给了他们5块钱，我正纳闷他们怎么进的景区，就看到前面趴了一排乞讨者，这非常影响景区形象！”

## 旅游影响范围广 才能带动多日游

“能否形成二日游及多日游，与影响范围有很大关系。”侯宪会介绍，一般一日游的影响范围在周围300公里以内的城市，二日游则在500公里以内。而两者的重要差别在于，二日游会带来住宿、餐饮、购物等需求，强有力地带动当地收入增长。

“来菏泽旅游的多为周边城市，济宁、商丘等地的游客较多，当日来当日回，所以一日游居多。”侯宪会举例说：“菏泽人如果去日照等沿海城市旅游，至少选择二日游，而去南方城市，则为五日游以上。”相比之下，菏泽吸引过来的主要是一日游游客，说明当地旅游影响力范围还比较小。

菏泽中国旅行社总经理杨海军透露，今年他们接了不少天津团、安徽团，多数为二日游，这得益于他们与外地旅行社的多年合作，“还有一批来自北京的游客去定陶访山开台湾同乡会，并不是菏泽旅游吸引来的，反倒是商务往来更多一些。”

## 旅游需借外力 可与周边城市搭伙

记者在各旅行社调查发现，菏泽旅游很少与外地景点搭配，一日游限于牡丹园、冀鲁豫边区纪念馆等市区内景点，零星的二日游则将孙膑旅游城添加进来，尚未发现与周边城市“搭伙”的旅游线路。

而目前国内流行的旅游线路中，多是一条线串起同一区域内的一组城市，如人们耳熟能详的上海、南京、苏州、杭州、无锡“华东五市游”，八里沟皇城相府三日游等知名线路，搭配各类景点涉及多个省市，取得了很好的市场效果。

业内人士指出，“一个地方的旅游资源毕竟有限，如果能和周边城市形成合作，寻求旅游资源的共享和融合，也能形成多日游，扩大合作方的影响力。”鄄城是好汉故里，本可借助水浒文化发展旅游，但目前山东省内多地在打“水浒牌”，如果能串在一起形成“水浒文化探索之旅”，将水泊梁山的景区优势与鄄城好汉故里的武术风气结合在一起，可实现共赢。

据了解，在4月份举办的2012第三届“鲁苏豫皖旅游区域协作”菏泽论坛上，与周边城市合作发展旅游成为与会者共识，“打造科学发展旅游高地”将不只是一个口号。

# 菏泽久等了，银座家居来了！

山东第一家居品牌——银座家居抢先进驻亿丰时代广场

## 亿丰时代广场强势登陆，引领菏泽家居建材行业全面升级

**前言：**长期以来，菏泽的家居建材市场存在租金疯涨，经营难，采购需要满城跑，品牌商家芳踪难觅，建材门店蜗居闹市，交通拥堵，环境脏乱等诸多问题，成为经营者、消费者、城市管理者心头的共同之痛！现在，亿丰时代广场以鲁西南首席家居建材五金博览交易中心之姿，携手山东第一家居品牌——银座家居震撼登陆菏泽，在全面升级菏泽家居建材市场的同时，更为广大经营者和投资者带来了无限“钱”景！

当前，菏泽的城市化建设正处于高速发展期，据有关资料显示：2012年全市商品房施工面积达到1853万平米，同比增长28%，销售面积达到789万平米，增长26%，房地产业蓬勃发展，带动了地方经济的腾飞，更激发了家居建材行业的巨大消费潜力。据相关资料显示，整个菏泽市的建筑装修改材的产值，每年都以30%

左右的速度递增。专家预测，今后一段相当长的时间内，菏泽及整个鲁西南区域对建材装饰材料的需求仍将持续增加，家居建材行业蕴藏的巨大财富商机已全面展现。

在巨大的建材需求量和振奋人心财富机遇面前，菏泽却还没有准备好。目前菏泽本地建材市场的空白非常明显，城区内大

大小建材市场的经营面积加起来不足10万平米，而且还存在着经营品类不全、品牌档次不高、经营环境差、缺乏专业管理、业态规划不完善等诸多问题，特别是最直接体现一个专业市场的经营和物流能力的仓储用地，几乎完全没有，大规模的仓储用地完全缺失。

面对菏泽建材市场发展滞后

的局面，50万平米的菏泽亿丰时代广场应时而出，涵盖家居建材、五金机电、装饰、配套商业等多种业态，并规划大规模的仓储专用地，打造全面领先鲁西南的集约型商贸交易平台。菏泽亿丰时代广场的建成，不仅能引领菏泽家居建材行业全面升级，带动城市商业发展，还能起到促进菏泽乃至鲁西南经济快速腾飞的重大作用。

## 银座家居强势进驻，强强联手就是“赢”道理！

俗话说，不是巨头不聚头。强强联手，无疑更利于抵御市场风险，实现多方共赢。亿丰时代广场作为鲁西南首个一站式家居建材类采购基地的超级商贸平台，对品牌商具有不可抗拒的吸引力。项目甫一登陆菏泽，一向选址苛刻的银座家

居便抢先进驻，设立其在山东省的第12家品牌旗舰店。银座家居是山东省大型家居连锁企业，在济南、淄博、青岛已经拥有11家连锁店，2011年销售额近30亿元，是山东省第一家居品牌。作为山东家居最具号召力的家居品牌，银座家居所到

之处，往往“开一家，火一片”，每一家分店的开张，几乎都能在两年之内直接拉动周边的房价和自身物业的价格提升。“投资跟着银座走”，早已成为众多山东投资者的投资指南。

银座家居的鼎力加盟，足

见以银座家居为代表的行业巨头和品牌商家，对亿丰时代广场项目的看好！同时银座家居和亿丰时代广场的强强联手，也给了广大的投资者和经营者，在菏泽市城市化过程中掘金创富提供了强有力的信心保障！

## 5月26日，亿丰时代广场全城公开预约，财富一触即发！

亿丰时代广场采用创新双首层设计，让二楼也成为临街旺铺，共享全场旺盛人潮；此外5.2-5.8米的超高层高，令商铺可灵活分割成上下两层，下层做商品

展示、交易，上层办公、商务洽谈、仓储，构造五位一体超值商业空间，买一层用两层！项目所有商铺均为30-40平米独立产权商铺，业主可自行决定自营或

出租，不仅可以自主选择老板和房东的角色，更可在资金紧张时用来抵押贷款，缓解资金压力。

5月26日，亿丰时代广场一期商铺即将全城公开预约，当日

到访的客户，均有精美礼品相送！不可多得的专业市场，不可错过的财富机遇，敬请把握！

(齐讯)