



如何摆脱中转站的尴尬身份?专家开良方:

发展“慢游”留住来客

本版稿件 统筹 苗华茂 采写 本报记者 孟敏 齐金钊 王红

“游客跑一小时的路就为看一刻钟的景,这种发展方向不可取。”谈起烟台的旅游,旅游界一位专家说。

尽管烟台位于山东省的交通末梢,2011年旅游购物年收入仍然达到99.42亿元,展现巨大商机。这种旅游增长的势头是否会持续下去?如何充分利用好烟台的海洋资源?怎样打造独有的旅游文化?记者就此采访了两位专家。

从旅游中转站

向目的地城市转型

虽然烟台市的旅游业一直在向前发展着,但是也存在一个比较明显的问题,由于名胜古迹少、景点分散、特点不鲜明等劣势,烟台一直顶着旅游“过境城市”的帽子缓慢发展着,对于部分游客而言,这里只是中转站。所以近几年,烟台一直在为过境旅游城市向目的地旅游城市的转型而努力着。

“不打造目的地旅游,就永远处在被边缘化的境地。”对于烟台旅游市场的前景,烟台市旅游局市场开发科科长王琪提出了自己的一个观点,要变“旅游城市”为“城市旅游”,这要求烟台做出自己的特色,以城市本身的吸引力来吸引游客、留住游客,这既需要旅游部门的努力,也需要整座城市面貌的提升来实现。

这些方面已经有了很大进展。首先在宣传,旅游局近两年每年都会拿出上千万元的资金做广告投放,以此让国内外游客认识烟台,进而选择烟台。再者就是重金打造重点旅游项目,让游客每年不仅仅到烟台观光,还要让他们有休闲、购物的满意环境,怡情惬意之下,放慢旅游脚步,最终使烟台成为出行的终点站。

“当然,要实现转型是一个过程,不可能一蹴而就。”市旅游局产业推进科工作人员介绍,旅游配套项目的建设都是经过了充分的考察调研才实施的,因为它不像商业建筑那般有比较快的回报,旅游项目投资的回报过程是相对比较缓慢的,而且具有一定的风险性,但只要项目得到游客欢迎,那么它的回报是非常长久的。

多种形式

发展四季休闲游

“发展‘慢游’要有品牌。”陈秉忠说,烟台的旅游资源很丰富,烟台旅游的季节性明显,如果能把温泉游和滨海游结合起来,再辅以采摘游、农家乐、渔家乐等多种形式,烟台的四季休闲游就能满足各个时期的旅游需求。

陈秉忠曾亲自参加了一次长岛渔家乐自驾游,对烟台的自驾游深有感触,“发展自驾游,当地政府应提供一个专门场地,保证水电照明等配套措施齐全,最好还能提供刷卡服务。”陈秉忠的想法得到了不少游客的认同,贴心周到的配套是改善自驾游的一剂良药。



今年5月25日,德国五星邮轮“汉莎蒂克”号停靠烟台,一名外国游客一下船就跟烟台市民学起打锣。本报记者 赵金阳 摄

>>“快游”变“慢游”烟台有优势

“烟台旅游名气虽响,线路却多以观光为主,缺乏能留住游客的休闲路线。”一谈起山东沿海的旅游,烟台人刘方礼自嘲道,“烟威青三日游,基本上是蓬莱、威海、青岛,烟台就是路过。”

“烟台需要变‘吸引更多人’为‘留住更多客’。”山东大学旅游管理系专家、山东旅游发展研究中心副理事长王晨光说,“快游”变“慢游”是一种趋势。

烟台也为此做了不少努力。比如,从2007年起,烟台连续举办了5年国际葡萄酒节,影响力逐

渐扩大,2012年又将其更名为“烟台国际葡萄酒博览会”。同样,烟台果蔬博览会、美食节等常规节会也陆续举办。

“不过,烟台的这些节会留住的游客,以团队游客为主,散客比例偏低。”王晨光说,烟台的这些节会仍然存在着需要改进的地方,如缺乏特色、互动性不强、游客参与程度不高。

在王晨光看来,节会活动不能只有形式,需要有互动内容,让游客更深层次地体验,参与,这样才能有助于烟台的旅游变

“快游”为“慢游”。

烟台节会活动该如何往前迈一步?山东省旅行社协会常务副会长陈秉忠开出了良方。“烟台举办各种节会,建议让各地的旅行社协会提前知道,毕竟旅行社协会掌握大量的会员单位资源、旅行社信息,这样就可以加强和各大会员单位、旅行社的沟通。”陈秉忠说,剩下的就是,做好市场调研,丰富活动内容,提高游客的参与性,这方面旅行社协会也可据实际情况提供具体、可行的建议。

城市“夜经济” 吸引力更大

烟台的“夜经济”一直饱受游客争议。一般来说,到了晚上,烟台的商场、超市早早打烊,各大影院人影稀少,夜间公交很是稀缺,餐厅厨师晚8点下班……“这样的城市很难让游客感受到热情,一不小心,游人就会被拒之门外。”“如果当地居民都不参与‘夜经济’,游客又怎么会有兴致夜晚去游玩?”

面对游客的这种诉求,烟台该何去何从?王晨光建议,烟台要因势利导,发展第三产业。

王晨光认为,在烟台的千里海岸线上,海、滩、湾、岛、山俱佳,具备极好的硬条件,但软实力也不能忽视。“要游客跑一小时的路就为了看一刻钟的景,这种发展方向不可取。”王晨光认为,会议市场、度假市场是块大蛋糕,烟台要分一杯羹。

如何分这杯羹?“从当地的情况出发,打造城市‘夜经济’,调动当地人的积极性,发展基础薄弱的服务业。”王晨光认为,烟台的“夜经济”发展起来需要一个过程,但这个过程不可或缺。

>>旅游购物是“潜力股”

“以上是从大的方面来分析,作为旅游目的地,烟台的形象要改变。”王晨光说,烟台的形象定位不仅是观光,还应该是度假、专项活动的首选。

发展烟台旅游应从“大处着眼,小处着手”。王晨光认为,从小的层面来说,烟台需要开发专项产品。比如招远金矿就有很好的度假产品,烟台的葡萄酒城也相当有吸引力,但融入了海洋文化的度假类产品还是少,如何特色化展现度假胜地的形象,这个问题值得深思。

据游客反映,烟台除了招远皮革城、黄金市场等特色旅游购

物场所,其他特色旅游商品购物场所较少。市区内除了贝壳、水产品,也很难找到特色纪念品。

陈秉忠唯独对烟台国际葡萄酒博览会上的纪念品印象深刻。购物后制作商标时,游客可以把自己的照片放上,而且还可以写上独特的祝福语。陈秉忠觉得这个创意很好,“这样的纪念品拿回去赠送亲朋好友是独特的。”

“旅游部门应开发出更多新颖的具有吸引力的旅游特色商品,以满足游客需求。”陈秉忠说,“吃、住、行、游、购、娱”是旅游六要素,其中弹性最大的就是

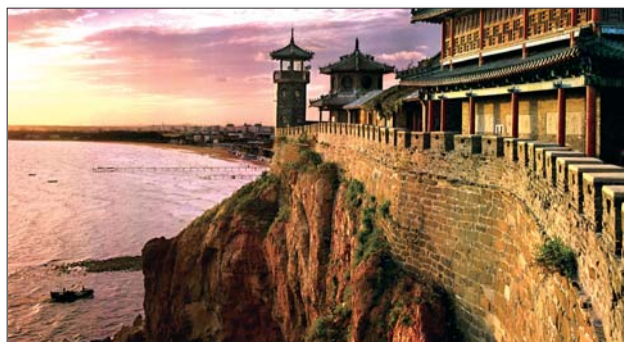
旅游购物,而旅游购物恰恰是烟台旅游业发展的一块“短板”。

据了解,2011年烟台市旅游购物收入为99.42亿元,占旅游总收入的比重为24.7%,虽然比全省平均水平要高,但远达不到旅游业发达的国家和地区40%-60%的比重。

陈秉忠看好烟台的旅游发展,他认为这块“短板”可以变成新的增长极。“烟台的皮革制品、黄金制品现在就不错。”陈秉忠说,浙江海宁皮革城在招远办了一个分店,知名度很高,如果能有更多这样的购物场所,烟台的旅游购物就有了“特色”。



蓬莱阁外景(由景区提供)。



蓬莱阁仙阁晨曦景色(由景区提供)。