



网络订票方兴未艾，散客出游时代已经到来，冲击旅行社团队市场。 本报记者 乔显佳 摄

小车免费通行，火了自驾游冷了团队游

景区乐了，旅行社哭了

本报记者 乔显佳

人山人海，见人不见景的旅游盛况让景区赚得盆满钵满，本以为能分得一杯羹的旅行社却感受到了阵阵凉意，这是为什么呢？

连日来记者采访发现，由于假期小车免费等原因，自驾游数量急剧增加，导致由旅行社操作的团队游市场受到一定影响。

大巴车来得少了

假日期间，省内泰山、曲阜三孔等景区迎来了大批游客。游客井喷，景区爆棚。为缓解拥堵，泰山景区甚至一日四次预警。

但细分游客来源可发现，今年省内各景区散客自驾游大幅跃升，与之相反，接待的团队游客数量下降明显。蓬莱海洋极地世界2日接待3万余人，其中散客占90%以上，团队不足一成。

记者从山东地下大峡谷景区获悉，“十一”以来，景区接待的团队数量较去年同期下降了20%左右。与此同时，景区泊车位量增加了67.45%，2日停泊小车9990辆，大巴车百余辆。因为景区一次性只能停三四千辆车，相当于景区停车场在一天内“翻了3次车”。

沂水另一知名景区去年一天接待一两辆大巴车不成问题，今年仅接三四十辆。

导游反映没事干

与私家车出游火热相对，长假前5天，受小车高速通行免费政策等因素影响，旅行社组团业务尤其是省内、跨省中短途市场，受冲击明显。

尽管“十一”沂水旅游很火，当地旅行社却感到几分凉意。沂水大昌旅行社负责人韩惠荣说，沂水县几家旅行社负责人都说长假前3天比较清闲，旅行社导游也反映没事干。其间旅行社所组织、接待的旅游团不仅同比明显减少，而且比今年“五一”也少。

据分析，长假旅行社收益不佳与同期车费、房费疯涨密切相关。小车高速通行免费后，散客自驾游的成本降低，旅行社租用大巴车的费用却涨了将近1倍，加之房价涨了1至3倍，使得组团成本都水涨船高，没有了利润空间。

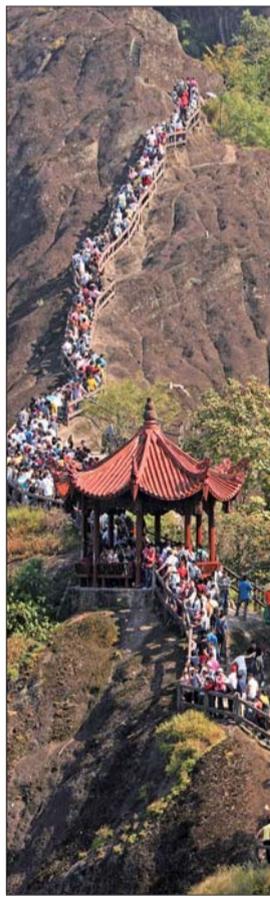
就连省内排名第一的大社山东嘉华国旅，也感受到冲击。“游客都选择自驾游了，我

们还干什么？”该社国内中心总经理马莉说。她透露，节前公司按照往年经验“控制”了一批酒店宾馆房源，旗下的旅游大巴车队也做好准备，但汹涌而来的自驾游完全打乱了计划，短线游组织不起来。10月1日起，公司赶紧将房源转卖给散客，收益不错。

旅行社面临洗牌

泰安海峡国旅的孟广艾表示，私家车激增使旅行社流失了一部分散客，旅行社可通过代卖景区门票将损失补回来。今后一些旅行社逐步把精力转移到票务在线销售等电子商务上来。

马莉坦言，今年“十一”高速小车免费对旅行社的冲击对她“启示很大”。下一步，有实力的旅行社将通过转向卖自由行产品、“门票+住宿”的订票服务、加强网上销售，以及为游客提供咨询服务等，在旅游市场占据一定的份额。而一些应变能力差的中小旅行社，难免在变革中被淘汰。



10月2日，游客在福建武夷山云窝景区攀登天游峰。 新华社发

全国假日办：科学控制客流 及时发布预警

据新华社北京10月4日电 针对旅游市场继续高位运行和即将到来的返程高峰，全国假日旅游部际协调会议办公室4日要求景区科学控制游客流量并及时发布信息，提示广大游客尽量错峰返程高峰时段。

截至17时，全国纳入监测的119个直报景区共接待游客569.71万人次，同比增长25.67%；收入30728.78万元，同比增长30.36%。

景区降价后 明显拉升人气

本报济南10月4日讯（记者 乔显佳）节前我省部分景区由发改委宣布自行降价，长假过半，降价或免费政策提高了景点人气，有的景区游客量同比增加近10倍。

6家宣布降价的景区中，枣庄市中区孟庄镇龟山景区原始票价最贵：50元，调整后降至30元。龟山景区负责人潘硕说，降价后对景区的人气拉升非常明显，平时一天下来只有百十人，“十一”期间增至三四百人。

沂水茶博园负责人杜忠说，节前发改委公布票价由32元降至26元后，客流增加近10倍。“十一”期间日均接待七八百人，最长达900人，而在往年“十一”只有一二百人，非节假日更少。

此外，我省主动降价的几家景区，门票收入也不降反升。4A级景区泰山执行80元门票买一送一政策。不仅如此，景区还推行网络订票，打折只需35元。长假前5天门票收入增长多倍。

山东大学旅游管理系副教授、省旅游发展研究中心副理事长王晨光认为，在观光旅游时代，景区是主要的吸引物。随着旅游由观光时代向休闲度假转变，景区的酒店餐饮、人性化服务等重要性将更加突出。景区继续追求高票价，有失去游客的危险。

旅游之累让休闲变了味

本报评论员 姜士强



4日，各大景区继续着长假以来的爆棚态势，截至上午10点，八达岭长城已经涌入4万多人，慕名而来的“好汉”们只能随着拥挤的人群缓缓前行，而在同一时间，慕田峪长城仅有3000多名游客。两个都是以长城为主题的景区，却形成了巨大的反差。

游客如此青睐八达岭，是因为伟人曾在这里留下诗篇，登上好汉坡，留下一张纪念照，是很多人向往的。很多时候，景

区的门头是不是响亮，成了人们选择旅游目的地的唯一标准。对于接待能力和景区容量等真正影响旅游品质的因素却很少考虑。

对名人故里或名山大川的向往是人之常情，但是如果游客选择景区全是“慕名而来”，一哄而上，在人山人海也失去了旅游的本意。

国家以法律形式规定了假期，为的就是让国民放松身体、调节心情，而旅游就是达到这个目的的一种形式。由于“慕名”造成的景点爆棚，带给游客的却是身体上的劳累和心理上的焦虑。个别景区的物价水涨船高，也加

剧了游客的不能承受之重。假期过后，非但没能通过旅游排遣工作的压力，反倒留下一身疲惫，这与休假的本意已经背道而驰。所以，当越来越多的人开始过上有钱有闲的生活时，的确有必要端正对旅游休闲的认识，多一些理性的思考。

当然，对于很多人来说，假日旅游还是新鲜事物，由于经验缺乏，加上信息不对称，他们往往很难及时了解游玩时可能面临的困难和陷阱。在国庆长假这样有限的出行机会面前，游客所接受的大多是景区的商业性宣传，导致一些知名景点爆棚。与此同时，不少景区

因为商业价值不高，大量的旅游资源反而被闲置了。针对这种情况，相关部门和景区的管理者，有必要尽到告知义务，通过及时全面的信息公布，给有意出游的人们更大的选择空间，方便游客合理地规划假期，提高旅游资源的利用效率。

随着中国经济社会的发展，旅游休闲将成为大众越来越普遍的一种生活方式，如何让人们在休息中享受闲暇时光，而不是为旅游累得筋疲力尽，也将成为一个不容忽视的话题。为此，需要我们表现出更多的智慧和理性。这对游客、景区和管理部门都是一个考验。