

开行的话

今年,聊城市多次提出“倾全市之力办好水文化节”,最近又花大力气研究推出低价“二日游”,然而游客随来随走、过夜旅客少等问题仍然制约着聊城旅游业发展。聊城旅游到底存在哪些困境?做火“水文化之旅”要突破哪些瓶颈?

即日起,本报推出“把脉聊城旅游”特别策划,试图寻找这些问题的答案,为聊城旅游业发展建言献策。如果您热心旅游事业,或有独到见解,欢迎来信来电讨论。来信请寄至齐鲁晚报今日聊城编辑部(聊城市兴华西路93号),或发送电子邮件到1101949487@qq.com,也可拨打本报新闻热线8451234聊聊你的想法。

推“水文化之旅”二日游,如何吸引并留住游客?

# 景区要有特色产品还要抱团

本报记者 杨淑君 孟凡萧

近日,为加快江北文化旅游和休闲度假目的地城市建设,聊城旅游相关部门多次调研、开会讨论,提出计划推出“水文化之旅”二日游。聊城各大景区、景点、旅行社、酒店等相关负责人,纷纷为“如何吸引并留住游客”建言献策,包括做出特色旅游产品、抱团发展等。

► 2012年聊城举办全国公开水域游泳大赛,参赛选手在水中畅游。(资料片)  
本报记者 邹俊美 摄



○ 相关新闻

## 中国旅游日 聊城景区(点) 无一打折优惠

本报聊城6月2日讯(记者 杨淑君 孟凡萧) 今年5月19日是第三个“中国旅游日”,主题为“休闲惠民,美丽中国”,在这一天,全国景区大多推出优惠措施,然而聊城景区却集体“失语”,不打折、也不搞活动,格外安静。

5月19日,恰逢星期天。当天,记者致电聊城十余家景区(点),没有一个景点针对这个节日推出优惠,也没有专门活动。“没有推出专门的活动,没有优惠。”有的景区说,往年推出优惠活动,效果并不明显,即使增加一些游客,但总收入并没有增加,甚至还减少。也有景区说,大部分游客对这个节日并不是很了解,没有旅游计划的,即使有优惠也不一定去。甚至有些景区说,门票都是定好的,临时推出打折门票,出不来那样的票。

但记者调查发现,游客并非对“中国旅游日”不关心。市民王先生说,看到全国很多景区都打折,以为聊城景区也会降价,因为时间比较短,原本打算全家就在聊城玩玩,可一问门票一点都不降,最终还是放弃了。而一些旅行社则表示,全国很多景区都在降价、搞活动,旅游日这周,光忙着给外地做宣传、往外送团了,聊城这里没优惠,原本地接做的就少,那一周的外地团更少。

面对中国旅游日,全国的景区都在借势宣传,打折促销吸引人气,而聊城却这样“淡定”。采访中,很多景区表示,他们也在完善景区设施、增加旅游项目吸引游客,但还是难以吸引外地游客,即使来了也很难留住人。

## 建议 1 旅游开发要重特色,文物景点要保护性开发

水城集团副总经理董子贤说,聊城的旅游资源不少,每个景点都有些自己的特色,可就是缺乏一个整体的旅游系列或者说概念。

董子贤说,要重点向外推出一个旅游产品,还要进一步开发,更加突出特色,比如东昌湖风景

区要推出“夜游水城”和“江北水城·运河古都水上游”,就要进一步亮化美化景区,还要在水上引入一些亲水、乐水项目。

山陕会馆馆长宋茜也有同样的观点。“像光岳楼,山陕会馆这样的文物景点更要在保护的基础

上开发利用。”她说,文物一旦破坏,很多时候都是不可逆的。“要想吸引人,就必须有独特的东西。”宋茜说,比如可以在东昌湖上分区域,只有到某一区域才能体验哪些项目或者小吃,而山陕会馆也打算专门开放戏楼和南北

看楼的功能,写出专门的剧本,只在这里演出,游客晚上可以到会馆来听戏。将来如果将山陕会馆和东昌湖贯通,可以做成长廊。“有些东西只能在特定的景区体验,并且这些体验对游客有足够的吸引力,这就成了特色。”

## 建议 2 出台相关政策,增加旅行社“拉人”的积极性

记者从城区多家旅行社了解到,目前大多数旅行社还是以组织团队到外地旅游为主,以地接为主的旅行社几乎没有。这些旅行社的负责人表示,直接将聊城作为旅游目的地的团队很少,大都只在聊城停留半天。

业内人士反映,旅行社利润率只有5%到10%,景区给本地旅行社的折扣率和外地一般一样,本地旅行社做地接并没有利润可图,有时候甚至赔钱,再加上聊城的很多景点吸引力不强,所以很多旅行社都没有积极性。

“应该重视旅行社带来团队的作用。”聊城旅游行业协会副会长、国华旅行社总经理路宪说,有个“二八定律”,就是说旅行社提供的20%的游客,可以带动80%的游客过来旅游,所以政府部门要提供相应的政策,调动旅行社

的积极性。阿尔卡迪亚国际温泉大酒店的负责人王安泰告诉记者,旅游旺季时,旅行社带来的客人能占到酒店接待客人总数的四到五成,如果能调动旅行社的积极性,这部分比例肯定会大幅增加。

## 建议 3 完善各旅游要素,各景区景点要形成合力

“聊城旅游资源不少,就是太散,串不起来。”采访中,不少旅行社和酒店都这样说。

一些旅行社的负责人告诉记者,自己做了多年的旅游行业,很多外地旅行社积极跟聊城旅行社

联系,都能拿出自己的招牌产品,也都自成体系,也想跟人家合作,互送客源,可往外推聊城的旅游产品时,却很难拿出一个系统的来。“不知道卖什么,每个景点都好像是在单独宣传。”所以各旅游

要素的联系并不像有些地区那样紧密。

阿尔卡迪亚国际温泉大酒店的负责人王安泰说,将这些景区串联起来,综合往外推介,同时也要加快完善各旅游要素,比

如建成小吃特色一条街,购物一条街,文化体验一条街等。这样就形成一个旅游配套圈子,各旅游要素就像拴在一条绳上,大家互惠互利,也更容易形成合力,形成整个市场的良性循环。

# 上百学生家长领取“管教王”试用版

60多位家长现场直接订购,有的还一下子买了两套

6月1日上午9点至11点,本报组织的“管教王”学习软件免费试用活动如期举办,共有100多名学生家长领取了“管教王”学习软件试用版,60多位学生家长则直接现场订购,有的家长还一下子买了两套,说是邻居没时间来,委托其代为购买的。

免费试用活动开始时,按时赶到的学生家长一共才有30多人。由于前期已经有很多家长领走了“管教王”学校软件试用版,工作人员见状认为不会再有很多家长赶来,没想到随着时间推移,陆续有越来越多的学生家长赶来,很多学生家长还是从临清、高唐、阳谷、冠县、茌平、东阿、开发

区、莘县等地赶过来的。

专程从阳谷赶来的李女士说,她很关注孩子的教育问题,最近正为孩子买什么样的学习机发愁。得知齐鲁晚报要组织“管教王”免费试用活动的消息后,她专门上网查了查有关“管教王”学习软件的相关情况,得知这款全国统一售价仅为698元的学习软件,功能不但比市场上现有的各种学习机差,而且还具有学习机不能相比的众多优势。

赶到活动现场后,李女士直接订购了两套。据其介绍,她最看好“管教王”设有的家长管理系统,不但能让孩子安心用软件学习,还能有效地监管孩子使用电

脑,让孩子再也玩不了网络游戏,上不了与学习无关的网站,从此把家里的电脑变成真正的学习机。直接订购的这两套“管教王”学习软件,一套是给自家孩子用,另一套则是受临近委托帮其代买的。“我们之前一块研究的,邻居也很好看这款软件,何况现场订购还能获赠价值399元的名牌电饭锅。”

活动现场记者还注意到,凡是直接订购“管教王”学习软件的市民,参加本报活动之前都已经详细了解过这款软件的各种功能。据高唐赶来的一小学教师迟女士介绍,大家都知道买了学习机以后,所有的课件因为学习

机本身内存的局限性不能全部下载到进去,虽然下载都是免费的,但每年都要去服务点下载,这就得耗费学生或家长大量时间和交通费用。而且,学习机一旦出现质量问题,基本上都要返厂维修,这部分费用也让人不容小觑。交谈过程中,“管教王”学习软件厂家的工作人员告诉她,拒不完全统计,使用学习机每年的维修费用大概在100多元,这些问题已经严重困扰着学习机的用户,对学习机可以说是又爱又恨。

对于“管教王”学习软件的功能,很多现场订购的学生家长都能说出一些来。在这些学生家长的帮助下,一些本来只打算“看热

闹”的学生家长,要么直接现场订购要么则选择了暂时试用,以至于本来准备11点结束的活动,一直延长到下午1点多钟才得以结束。(张跃峰)



6月1日上午,众多学生家长现场争抢订购“管教王”学习软件或领取试用版。张跃峰 摄