



品牌不响亮,多数景区“没吃饱”

淄博多数景区游客人数远未达最大承载量;专家:提高景区内涵是关键

今年“十一”假期是国家旅游局发布的《景区最大承载量核定导则》实施的第一个黄金周,该《导则》要求各大景区核算出游客最大承载量,并制定相关游客流量控制预案。记者从淄博部分景区了解到,多数景区游客都没有超过最大承载量,有的景区游客不到最大承载量一半,景区远远没有“吃饱”。

本报记者 李超

有的景区游客数不到承载量一半

据原山国家森林公园统计,“十一”期间,景区每天接待游客情况为:1日1.9万人,2日2.1万人,3日2.1万人,4日2.15万人,5日1.8万人,6日1.7万人,而景区的最大承载量5万人,最佳承载量3万人,游客数量还远未达最大承载量。

鲁山国家森林公园每天平均接待五六千人,该景区的最大承载量是九千人。而其他一些像博物馆等人文景点,游客更是稀少。

“虽然人数没有超标,但是我们都已经做了预案,在景区增加服务人员,确保游客游览体验。”原山景区负责人说。

而与淄博的情况相比,省内其他地市的不少景区游客出现暴增。省内游客暴增的景区多主打“文化游”、“体验式旅游”。曲阜三孔景区2日一天接待游客9.2万人次,梁山旅游风景区接待游客10.5万人次。

景区各自为战 对外难成合力

近年来,淄博旅游得到长足发展,但是对外吸引力仍然不足,而各个景区往往各自为战,缺少品牌景区支撑。周村古商城、原山、鲁山等景区,在淄博比较有名,但到外地市,就缺乏知名度,更缺竞争力。

淄博是齐国故都,历史人文资源丰富,也有非常优美的自然景观,近年来形成了东西文化线,南北风景线的旅游格局,但是目前淄博的景区基本上呈现“满天星”的状况,对外没有统一的形象和合力,一些景区的资源没有充分挖掘。“有些资源来头不小,是世界级的,但没有充分开发,游客没有深度体验,所以留不下深刻印象。”周村古商城景区相关负责人说。

淄博景区发展也缺少统一的规划和引导,一些景区存在盲目发展的情况。比如,有的景区主打历史景观,但是却建起了生态庄园,还搞起了特色养殖,没有一个主题,就很难形成特色。市旅游局副局长荆茂彬也告诉记者,淄博的景区开发还需要进一步进行规划与统一,不能各自为战。



7日,游客在周村大街游玩。 本报记者 王鸿哲 摄

专家:注重游客深度体验,加大推介力度

“淄博景区还应该从景区内涵上下功夫,提高竞争力和吸引力,大力推介二三日旅游线路,这样才能吸引更多外地游客。”市旅游局相关负责人介绍。

而山东大学旅游管理系主任、省旅游行业协会会长王德刚曾表示,以后的旅游一定是深度体验性质的,游客的精神要求越来越高,所以单纯的游览参观已经不是未来趋势,

作为旅游开发部门,一定要认识到旅游的未来发展趋势。淄博市旅游局相关负责人表示,旅游部门下一步也将集中资金和资源打造几个比较大的景区项目,做出品牌,拉长旅游产业链,吸引更多外地游客。

而目前,淄博在旅游大项目建设方面已经开始行动,齐古城项目已经开始建设,由长城影视文化集团投资的齐

城文化旅游创意园项目签约落户淄川区,该项目投资30亿元,将打造以齐长城为核心的旅游文化创意园区。周村古商城和原山国家森林公园也在积极争创5A景区。

淄博市旅游主管部门也加大了对外营销推介的力度,先后到周边地市、高铁沿线城市等进行推介,这些都会对淄博旅游的发展起到积极推动作用。

相关链接

淄博旅游不应“自娱自乐”

有的景区外省市游客占一半,过夜游增加明显

本报10月7日讯(记者李超) 今年国庆长假期间,来淄博旅游的外地游客增加明显,有的景区外地游客能占到一半,过夜游增加明显。

“今年外省市的游客增加非常明显,10月3日一天的游客就有五六千人,外地人能占到一半左右。”鲁山国家森林公园园票负责人说,滨州、东营、潍坊、济南、天津、河北等地都是鲁山主要的客源地。

周村古商城景区负责人介绍,今年外地游客增加不少,特别是京津冀地区、珠三角和长三角地区一直是古商城重要的客源地。

在古商城景区停车场,记者看到不少外地牌照的私家车停靠,北京、河北、天津、江苏等地居多。

潭溪山景区和原山国家森林公园也是受外地游客欢迎的热门景区,潭溪山的外地客源主要来自周边地市,

以自驾游为主。据原山国家森林公园相关负责人介绍,国庆期间,景区内宾馆天天爆满,主要是外地过夜游的游客增加,而这在往年是较少的。

淄博有丰富的自然和人文景观,旅游不应“自娱自乐”,近年来,淄博加大了对外推介的力度,并在景区景点建设和基础设施方面不断进行完善,这在一定程度上增加了旅游吸引力。

国庆七天淄博发送旅客约30万人次,铁路成出行首选

长途汽车客运量比往年略降

本报10月7日讯(见习记者李洋 通讯员 韩妮) 7日,淄博客运中心、火车站迎来返程客流高峰。国庆7天,汽车站、火车站共发送旅客约30万人次。

今年国庆客流仍以学生流、探亲流和旅游流为主。

“10月1日早上7点开始,客流量明显增加,一直持续到下午4点左右,2日至7日期间旅客运输平稳,日均旅客量维持在1.5万人次左右”客运中心工作人员介绍说。淄博长途客运站今年国庆运输最高峰则出现在10月1日,超过3万人次。自9月30日至10月7日,车站共发车6600余班次,总客

流量达12万人。铁路运输方面,国庆期间共发送旅客近18万人次,日均发送旅客2.6万人次,最高峰出现在7日达3万多人次。跟去年同期相比总客流量增长了2万多人次。

今年国庆黄金周期间长途客运站总客流量跟往年比起来略有下降,说起原因,客运中心的工作人员分析说,首先随着私家车的普及,短途旅游大多数人都会选择自驾游。其次,出国游越来越流行也会导致长途汽车客运的客流量减少。最重要的是现在四通八达的铁路运输成为大多数人的首选。



7日,淄博火车站售票口排起了长队。 本报见习记者 李洋 摄

相关链接

文化主题活动成黄金周亮点

国庆节假期,淄博各区县推出了丰富多彩的文化活动,增加了节庆的文化韵味,让游客体验到文化旅游的魅力。10月1日至7日,7天内全市共接待游客390.4万人次,同比增长6.7%,实现旅游综合收入33.6亿元,同比增长10.1%。

第十五届中国博山美食文化旅游节在博山举行,让前来观光的各地游客感受到博山浓厚的地域文化氛围,同时也品尝到地道地道的民间美食。

蒲松龄纪念馆国庆再上新展清官藏《聊斋图说》工笔重彩画展,以全新的视角展现聊斋文化的神韵。

桓台县王渔洋故里景区石刻展示、情系青青一项山水画作品邀请展、高青第二届奇石展、术青书法雕刻展等,吸引了众多文人墨客前来观瞻墨宝奇珍。

淄博市旅游局相关负责人表示,各项假日文化旅游活动的开展,不仅丰富了旅游活动的文化内涵,也让游客更加了解淄博文化,了解淄博历史。

本报记者 李超 通讯员 陈曦

都市休闲游“发威” 激发市民消费欲望

假日期间,旅游业再次显示出强大的带动作用,淄博吃、住、行、游、购、娱等旅游要素全面繁荣。各商贸企业抓住机遇,大力进行营销和策划,在国庆期间纷纷推出让利、优惠、赠送奖品等优惠活动,激活了市民的消费欲望,扩大了群众消费。

家电、服装、手机、工艺品、家具、婚庆等商品热销仍是今年国庆节的一大亮点。淄博商厦、银座商城、茂业广场、银泰城、万象汇、淄博文化艺术城、荣宝斋、开元文化市场、义乌小商品城等商贸集散场所生意更加红火,商业旅游势头旺盛,火热的旅游消费市场有力拉动了经济的增长,繁荣了地方经济,旅游带动效益作用明显。

节日期间,交通部门接待游客量大幅增长,全市长途汽车客运量达54.18万人次,旅游包车1060辆,营业收入827万元,交通运输秩序井然。

本报记者 李超

千余人国庆假期 献血42万余毫升

国庆假期,淄博再掀无偿献血高潮,市民纷纷通过献血的方式表达对祖国的祝福。截至10月6日,全市共有1093名市民累计无偿献血42万余毫升,有效保障了节日期间的临床用血需求。

据了解,国庆长假期间前来街头献血站参加无偿献血的人络绎不绝。市民高先生说:“今年是建国66周年,无偿献血是我们普通市民对祖国最诚挚的祝福。”在淄博打工的李先生说:“在节日里献血是件非常有意义的事情,于人于己都有好处。”与此同时,淄博市无偿献血志愿者服务队的志愿者们也在各街头献血站开展了丰富多彩的宣传活动。

为保障节日期间临床救治用血需求,市中心血站在全市设立多处献血站点,方便市民就近参加无偿献血。

本报记者 樊伟宏 通讯员 张俊玲 魏巍