

“最走心”营销事件花落谁家？

专家评审会明天举行，获奖名单将在年后公布

本报济南2月7日讯(记者 许亚薇) 2018年春节即将到来,由齐鲁晚报旅游融媒事业部举办的2017中国旅游“最走心”营销事件评选活动进入最终专家评审阶段,评审时间定在2月9日。

旅游景区、涉旅企业营销拼创意的时代已经到来。为激励各大景区、涉旅企业在创意营销的道路上再接再厉,生产

出越来越多的创意营销案例,加强景区之间的良性竞争,齐鲁晚报旅游融媒事业部举办2017中国旅游“最走心”营销事件评选活动。

自去年10月中旬“最走心”营销事件评选活动启动以来,旅游事业部共收到来自省内外30余家景区的逾百件创意营销案例。本报《旅游休闲》周刊、齐鲁壹点旅游频道、老乔游记微信公

众号接连刊发数十件创意营销案例,除了吸引旅游业内人士的关注,不少旅游爱好者也参与到营销案例的点评和讨论中。

去年11月中旬,2017中国旅游“最走心”营销事件评选网络投票阶段正式开始,为期一周的投票,共吸引参与投票的读者、用户近5万人。最终,包括银座旅游“咱爸咱妈”银发游打造品质线路、龙岗集团万名游

客颂诗会、尼山圣境骑上摩拜单车倡导绿色出行、18036面小红旗飘扬红色蒙山等近30个营销事件进入到最终专家会评审阶段,本周五专家会上,5位专家将就事件进行现场点评。

根据活动组委会安排,本次评选邀请专家5位,分别为山东旅游职业学院党委书记陈国忠,山东省旅游规划设计研究院院长牛国栋,山东大学管理

学院旅游系教授王晨光,旅行家、“中国十大当代徐霞客”李存修,舜和国际酒店集团董事长任兴本。

“最走心”创意评选的结果,齐鲁晚报旅游融媒事业部将首发于齐鲁壹点旅游频道及老乔游记中,还将在春节过后的首期旅游休闲周刊设立专题,刊发专家对“最走心”营销事件的精彩点评。

技能秀

日前,山东省旅游饭店业服务品质提升技能大赛决赛暨第二届山东金牌旅游小吃竞赛在济南举行。本次大赛经历饭店选拔赛、市级选拔赛后,来自全省17市代表队的161位选手、192道特色小吃进入决赛。

本报记者 许亚薇 摄



过大年也不愿在家里窝着

举家出游成春节“新民俗”，海岛游、冰雪游热度最高

春节的脚步越来越近。随着人们生活水平的提高,全家一起欢度春节的方式更加丰富,这其中就包含旅游过年。据国家旅游局预测,2018年春节假期,全国国内旅游市场将达到3.85亿人次,旅游俨然变成春节的新民俗。

本报记者 许亚薇

个别线路“一位难求”

2月6日,在国务院新闻中心2018年春节消费市场运行保障、文化活动、假日旅游等方面的情况新闻发布会上,国家旅游局副局长王晓峰介绍了今年春节全国假日旅游状况,综合市场预订等情况预测,2018年春节假日全国国内旅游市场将达3.85亿人次,同比增长12%;实现国内旅游收入4760亿元,同比增长12.5%。

在此之前,同程旅游发布《2018春节黄金周居民出游趋势报告》,其提供的同程旅游用户春节出行意愿在线调研数据显示,“外出旅游”成为仅次于“回家探亲”的第二大春节出行动机,旅游已成为新时期城镇居民的新年俗。截止到1月上旬,同程旅游国内长线游和出境游热门线路的跟团游产品已经基本预售完毕,个别线路存在“一位难求”的情况,尤其是高品质产品。

同程旅游副总裁、同程度假事业群CEO杨佳佳表示,近年来,旅游度假已成为人们新的过年方式和重要消费支出项目,一般长线游产品次年春节的预售活动基本上在当年的12月份就会陆续启动,热门产品

在元旦前后基本就能完成全部预售目标。在需求量迅猛增长的同时,人们对于春节旅游的品质要求也在快速提升。

对于出行目的地,据国家旅游局统计,南下避寒、北上玩雪仍是广大游客春节出游的重要动机。三亚、哈尔滨分列国内旅游目的地城市前两位,海岛游、冰雪游热度最高。

从省内情况来看,相对温暖的东南亚地区及海岛依旧是热门选择,但根据目的地不同也有所区别。“泰国曼谷、塞班这些卖得较好,而柬埔寨和越南卖得稍差。”省内一家知名旅行社销售人员介绍,柬埔寨、越南这两个国家价格优惠,吃住安排都还不错,有意向的游客可以前往游玩。

年初三迎国内游高峰

据国家旅游局数据中心调查显示,我国居民2018年第一季度出游意愿为83%,其中48.9%的游客选择在春节出行。

在出发时间方面,国内长线游和出境游人群有较为明确的错峰出游意识。根据同程给出的报告显示,国内长线游人群的出发时间高度集中在大年初一前后,而这一时间段正是民航、铁路的客流低谷。

除了避开春节交通高峰时段外,一些消费者选择在大年

初一出发也有“旅游过大年”的特殊需求,例如参加目的地特别年俗活动等。与此同时,全国主要景区的人园客流高峰预计将出现在2月18日(农历正月初三),整个春节黄金周期间全国景区的客流量主要集中在大年初二至初五四天时间,从初六开始各大景区客流量全面回落。

相比国内游,出境游的客流高峰相对更加集中在春节黄金周到来前一周和节后的3至4天时间内,春节假期期间的客流量相对平稳,客流占比在4成左右,例如目前不少旅行社在售的旅游线路中,就包含邮轮过大年项目,在大年初四出发。

在所有的出行方式中,举家出游占主流,春节家庭游特色明显。根据国家旅游局调查显示,52.7%的游客选择家庭自助游,34.5%选择近郊游。此外,二三线城市商业街区、博物馆、主题公园、游乐场、动物园、庙会有望迎来大量游客。从总体情况来看,度假休闲超越景点观光成为居民春节假日出游的第一动机,选择度假休闲的游客占到50.5%,选择观光的游客占48.9%,温泉游、养生游等康养休闲游最受游客关注。此外,以发现和探索为出游动机的游客占比达到36%,表明越来越多的游客更加追求旅游品质。

情人节主题酒店受捧

每年2月14日情人节,都会掀起一波消费高峰,但今年有些例外,情人节刚好赶在除夕前一天,今年的情人节氛围有点淡。

根据近日某旅行网站发布的信息显示,有超过三成的国内游者选择节前或节后出游,假期陪家人过年,完美兼顾了爱情与亲情。与此同时,情人节的因素推高了部分目的地的蜜月游需求,巴厘岛、塞班岛、长滩岛以及厦门、三亚等均为热门目的地。

对于确实没有时间去旅行的情侣们,选择一间精致的酒店共度良宵也是不错的过节方式。来自同程艺龙的情人节酒店预订大数据显示,在无法旅行过节的情况下,有超四成的年轻情侣表示希望在情人节当天共同度过一个美好的夜晚。

情人节当天预订酒店的人群中,“80后”占比48%，“90后”占比31%，“70后”占比14%。同时,情人节最受情侣们欢迎的是经济型酒店,占比19.3%;其次是情侣主题酒店,占比18.9%;星级酒店占比17.3%。除了常规的酒店外,精品度假酒店、设计师主题酒店以及度假公寓等也深受情侣们的欢迎,总体上“非标”酒店的需求量较往年有所上升。

■ 相关新闻

年宵花开始热卖

本报见习记者 王逸涵

春节将近,2018年的花卉市场已进入销售旺季,年宵花开始走俏。除了以往蝴蝶兰、红掌、凤梨、杜鹃、君子兰等“当家花旦”之外,今年宝莲灯、大花蕙兰等花卉也跻身主力花卉,甚至有后来居上的趋势,组合搭配及设计形式更加新颖、多样。

近日,记者来到位于世纪大道上的济南国际鲜花港,有众多市民在精心挑选鲜花和绿植装饰,增添家中的新春节日氛围。据济南国际鲜花港的工作人员王红介绍,“最近来买花的人不少,还有一些是周边城市的市民,春节讲究喜庆,一般市民都是选色彩鲜艳、寓意富贵吉祥的花卉,如大花蕙兰、蝴蝶兰、红掌、鸿运当头、仙客来、连翘等。”

记者在国际鲜花港走访发现,今年年宵花价格较往年没有大的变动,品相好一些的蝴蝶兰每盆价格在350元左右;红掌、凤梨等盆栽也在200元上下。临近春节,前来买花的市民络绎不绝,年宵花销量逐步攀升。小年过后,将会迎来年宵花销售高潮,持续到大年三十结束。