

五一来“整点儿”啊！

4月27日—5月7日，用短视频点燃这个假期

本报济南4月24日讯(记者 张琪)

五一小长假来袭，许多人即将开启旅行模式，用手中的设备记录下旅行过程中的美好瞬间。4月27日—5月7日，本报将推出“五一来‘整点儿’”短视频大赛，晒出你旅行中的点点滴滴。

许多人出门旅行都会用手中的相机、手机记录下旅行过程的趣事、美景、美食，留作纪念。在五一小长假来临之

际，齐鲁晚报·齐鲁壹点特别策划推出“五一来‘整点儿’”短视频大赛，只要是你在旅行过程中遇到的好玩的、好吃的、令人难忘的瞬间，都可以以视频的形式记录下来，并给我们投稿，每个短视频限时一分钟，要求横屏拍摄，画质清晰，声音清楚。后续，我们将一一筛选，通过筛选的短视频将在齐鲁晚报官方客户端齐鲁壹点、“包游区”微信公众号等平台

上集中展示。本次大赛视短视频在齐鲁壹点的阅读量为评选标准，评选出一、二、三等奖，并为获奖者颁发精美奖品。

活动时间:4月27日—5月7日

参与方式:

1.下载齐鲁晚报官方客户端齐鲁壹点，在情报站中发布参赛短视频，并带话题#五一来“整点儿”#，不带话题的短视频均视为无效视频；

2.将参赛短视频以“姓名+电话+拍摄地点”的名字发送至邮箱qlwblv@163.com，经过筛选后，将统一进行展示；

3.关注齐鲁晚报微信公众号“包游区”，在后台发布参赛短视频，并附“姓名+电话+拍摄地点”。

如果你想参与本次活动，那就赶快行动起来，与我们一同分享旅行中的美好时光吧！

山东发布数百项五一假期文旅产品

五一去“看点儿”吧！

4月22日，山东省文化和旅游厅“五一”假期文化旅游产品发布会在山东博物馆举办。省文化和旅游厅组织省内16市文化和旅游部门对假日旅游产品进行积极筹划，为市民和游客打造丰盛的文化旅游大餐，邀请世界各地游客“五一”假期“做客”山东。

本报记者 王逸涵

一场产品发布会 创下多项“第一”

根据不完全统计，截至4月21日，“五一”黄金周期间山东省16城市共推出精品旅游产品553条，举办各类文化和旅游活动494场，惠民政策209项。涵盖了春季踏青、海洋旅游、文化演艺、红色旅游、乡村旅游、研学旅游等主题。

值得注意的是，本次发布会是山东省有史以来规模最大的五一假期产品发布活动。“省级文化和旅游厅与市级文化和旅游局联合发布产品，在黄金周20年的历史上，这是第一次；今天也是第一次在山东博物馆发布产品，很好的体现了文化和旅游融合的特点。”山东省文化和旅游厅市场开发处处长闫向军说。“近几年山东的旅游业无论是硬件旅游产品还是软性环境，都处在在全国第一方阵，举办本次发布会就是要把山东的好产品、好线路、好服务向全国、全球推介，让‘好客山东’的品牌走向世界。”山东省文化和旅游厅副厅长张明池表示。

“与往年五一假期相比，今年的特别之处在于小长假变成了4天，增加的这1天会极大拉动居民及游客的旅游需求。”在闫向军看来，假期时间的延长意味着本地居民可以进行两次周边游，也意味着大量周边省市的游客会到山东



来游玩，这导致今年出游的人数可能会有很大程度的提高。

文旅融合新业态 假期“新鲜感”十足

今年五一假期，我省一大批新亮点、新业态、新产品、新趋势应运而生，层出不穷。

记者发现，一些“文艺范”活动越来越频繁地出现在省内景区。台儿庄古城将举办五一华服艺术节，真实还原《霓裳羽衣舞》里的汉唐时代。青岛琅琊台举办传统文化体验主题活动，包括射箭、投壶、汉服体验等。

“五一出游，我强烈推荐大家好好到我们山东的美丽乡村看看。”提到山东时下火热的乡村旅游，闫向军对即将出游的市民发出了盛情邀约。他表示，如今在山东的每一个城市、每一个县都有非常多的乡村旅游点，这些旅游点如今已经有了翻天覆地的变化，除了能享受到亲近自然的乐趣，在采摘、赏花之

余还可以吃到非常好吃的农家饭、住进方便且有特色的民宿，感受富有当地特色的村容村貌。

春季尝鲜也是假期一大乐趣。到枣庄抱犊崮——熊耳山，品味地道的“槐花宴”；去菏泽单县羊肉汤节，饱饮山东传统美食羊汤；或是去东营渤海口吃一顿海参大餐；在日照摆场百鱼宴；到淄博品尝四四席，做一回座上宾；到青州古城买几包隆盛糕点；去临沂马站来一卷煎饼卷大葱；去德州尝尝正宗的扒鸡宴。

夜间旅游光影璀璨 探秘展演穿越古今

五一来山东出游晚上玩什么？闫向军表示，从今年的五一黄金周产品来看，出现了很多适合夜游的旅游目的地和景区。在山东夜游产品中，青岛的富山湾，台儿庄古城的夜游古城，夜游运河等项目在丰富游客行程、提高出游质量方面都起到了明显带动作用。在济南游客可以感受泉城夜宴·明湖秀的高科技视觉盛宴。



更多山东省五一假期文旅产品推荐



温涛

五一小长假在即，又将迎来一波出游高潮，各地文旅部门已经备下大餐，笑迎八方客。近期黄山旅游、张家界、丽江旅游等旅游上市公司的年报也陆续出炉。然而，它们面临的一个共同困惑就是：门票降了，游客量却没有猛增。

例如，黄山旅游年报显示，2018年营收下滑至16.21亿元，游客人次仅有0.6%的增幅；营收净利双双下滑的张家界称，业绩不佳与门票降价有直接关系——张家界武陵源核心景区门票和环保客运价格下调，环保客运营业收入和净利润同比分别减少3038.16万元和2137.49万元。而丽江旅游也声称，业绩下滑，是受到了客运索道价格下调的影响。

事实上，这几年这些知名的传统山岳景区，游客的增速早已开始放缓甚至

景区门票降价的第一课才刚刚开始

下滑。比如黄山，酒店、索道、旅游服务是企业营业收入的主要来源。2015、2016、2017年这三年，景区游客量增速分别为7.1%、3.71%、2.1%，呈现明显的下滑趋势。同样，张家界2016年、2017年的购票游客人数同比下降10.15%、14.80%。

根据国家发改委等八部委的有关规定，2008年后上市的景区企业，凡非私有景区的，门票均不包含在上市公司收入范围内。而黄山旅游、峨眉山A、桂林旅游等景区类公司上市较早，故在其营收构成中，门票是利润来源之一。2018年上半年，黄山旅游实现景区门票收入1.06亿元，占当期营收比重仅有15.54%，算不上大头。有的上市景区门票收入比例要高一些，能占到40%—50%，但也不是全部。

此外，国有景区的降价，是从去年十一前后才陆续开始，因此，将这些景区业绩下滑简单地归因于门票降价政策，显然失之草率。

总体来看，无论是黄山、张家界，还是丽江，其主营业务基本都比较单一，

即便是丽江拥有印象丽江这样的大型品牌演出，但演出的收入也在下滑，年报显示，印象丽江2018年共计演出520场，同比下降2.8%。

经过20年黄金周假日游的洗礼，这些老牌景区虽魅力不减，却也因为越来越多的新兴景区加入竞争，将游客大大分流了，张家界附近就有一批4A、5A景区对其形成包夹之势，分流效应难免。“靠天吃饭、坐地收钱”的传统观光游经营模式，已经面临着新的成长瓶颈。

景区降价，只是让一直以来的门票依赖症暴露得更明显而已；国有景区的经济属性也会更多地让位于教育、文化属性，更多地承载教育、休闲等全民福利的需求。如果意识不到高门票时代已经结束，不及时顺应旅游产业趋势的大环境变化，及早做好升级转型、新市场开拓的应对之策，那最终哭的还是自己，而市场是不相信眼泪的。

而这，只能算是降门票给景区上的第一课。

魅力山西

0531-82965556 82975556
经六路490号阳光商务中心5011室 (德兴街口新世界小学旁)
山西远航国旅山东分公司
经营许可证号: L-SX00857-JN145

山西夕阳红火车七日

升级版: 无购物 团餐标准30元
住宿三星级酒店/快捷/商务酒店
1180元起

火车直达太原 五台山 寺庙群 悬空寺 应县木塔 云冈石窟 晋祠 王家大院 山西老醋坊 平遥古城 大槐树 壶口瀑布 华门景区等大牌景点

山西各地市均可参团！支持网络报名！！团体报名价更优！！

直飞太原: 山西夕阳红双飞七天 1580元 (限济宁) / 1880元 (限临沂)