

清明小长假出游人次有望破亿

踏青赏花成游客“心头好”

清明节即将到来,利用假期外出踏青旅游已经成为越来越多人选择。近日,记者从各大旅游企业了解到,今年清明节假期预计将超过1.1亿人次出游,国内赏花和短途出境游将成为主流。

预计清明节全国出游人次超1.1亿

携程旅游研究专家分析,今年清明节旅游有多重利好因素。景区门票降价优惠、高铁开通、航线增多、免签或落地签目的地增多等有利因素,有力助推国内民众的出游意愿。今年清明节旅游市场供需两旺,根据去年数据以及今年的增长趋势,预计2019年清明节旅游出行人次将超1.1亿。

来自同程艺龙的出行大数据显示,清明假期全国铁路和民航的客流高峰预计将出现在4月4日和4月7日。同时,今年清明假期期间民航国内航班的平均票价峰值出现在4月7日,为607元(不含税费票价)。节前客流高峰将出现在4月4日,平均票价为592元(不含税费票价),4月5日及4月6日的平均票价分别为515元和502元(不含税费票价)。相比国内机票,国际机票在清明期间票价波动较小,以4月7日的机票价格最贵,平均票价为695元(不含税费)。

租车相关负责人则表示,从全国订单的数据来看,清明期间来自北京、上海、深圳、广州和台湾五地的出国自驾游订单最多,而美国、澳洲、新西兰、泰国和德国为排名前五的自驾目的地国家。从出行时间看,由于清明节假期只有3天,近35%的用户出

境游时间控制在5天以内。

国内游性价比高 三亚价格“大跳水”

携程方面表示,春节后国内游海南依然火爆,不过相较于春节时期的资源紧张,动辄上万的价格,清明三亚自由行产品价格已经降至2000元左右,错峰前往三亚性价比非常高。此外,中短途是今年清明出境游的主要内容,泰国在跟团游上守住了最热门目的地的头名,东南亚、海岛等有签证便利措施的短途目的地也将持续发力。

同时,从出游目的来看,踏春赏花游成为清明游客的“心头好”。在美团门票“全国清明热门景区排行榜”TOP10席位中,赏花相关就占据了5个席位。上海顾村公园、扬州瘦西湖、东莞松山湖等景区人气高涨。另外,无锡灵山小镇的拈花湾、东莞龙凤山庄也深受用户欢迎。不仅如此,美团门票大数据显示,有越来越多的用户选择在国内赏樱花。有专家表示,国内的樱花景区越来越注重差异化、特色化,且引进了不少国外品种,正努力缩短与日本、美国华盛顿等传统赏樱目的地的差距,预测未来将吸引更多的游客前来观赏。

热门目的地周边住宿价格走高

清明小长假的出游需求也带动了热门目的地的酒

店、民宿入住需求。途家数据显示,今年清明节小长假民宿预定量相对于去年同期增长50%左右,游客集中在4月5日出行。从民宿预订增速来看,晋中、上饶、九江、潮州、凉山的热度提升最为明显。其中,晋中、上饶、九江的预订量同比增速超过了20倍,三四线城市的出游订单数量持续增长。同时,途家方面提醒游客,今年清明节假期的民宿夜间均价相对于去年增长了10%左右,而随着假期的日益临近,价格仍有上涨可能。

来自同程艺龙住宿大数据则显示,清明小长假期间,北京、上海、西安、杭州、苏州、南京、武汉、天津、厦门、成都等城市的酒店需求量最大,国际酒店预订量最大的城市主要有曼谷、东京、新加坡、大阪、首尔、中国香港等。经济型酒店依然是需求量最大的类型,其次是房价在300至400元之间的中端酒店。

此外,景区人气火爆也带动了踏青赏花景区附近的酒店住宿需求。美团酒店大数据显示,清明小长假期间,江西婺源油菜花、湖北武汉樱花、西藏林芝桃花、新疆伊犁杏花、贵州毕节杜鹃花、河南洛阳牡丹花、安徽砀山梨花和四川蒲江郁金香等都备受游客欢迎,而相关的周边酒店住宿也已经呈现浏览量快速攀升的趋势,游客应尽量预订。(据人民网)

文化旅游产品如何才能更有文化

67.6%受访者建议重视差异化和创意性

近年来,文化旅游产品颇受追捧,很多地方纷纷进行相关的项目设计和开发。但是文化旅游产品质量参差不齐,存在各种问题。近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对2003名受访者进行的一项调查显示,61.9%的受访者认为文化旅游市场形式单调重复,千篇一律。对于文化旅游的发展,67.6%的受访者建议在差异化和创意性方面做足功夫。60.9%的受访者建议发掘本地旅游项目的特色与亮点。

重庆某公司财务人员王歆(化名)认为,目前的文化旅游市场服务还不完善,特别是一些动态信息的告知不及时,“比如每个时节景区的天气变化,景色变化,人流量情况,或者是一些景点关闭、交通管制等动态。很多次我都是到了景区门口才被告知这些信息”。

祁华南理工大学大三学生祁磊(化名)喜欢文化旅游,在他看来,一些地方商业气息太重,文化环境不够真实。“比如每个城市都有一条古街,但是大同小异,全都是卖东西的,而且大部分东西根本没有地方特色”。

目前文化旅游市场存在哪些不足?调查显示,形式单调重复,千篇一律(61.9%)被受访者认为是最大问题,然后是没有挖掘文化内涵和结合地方特色(56.0%),以及体验不够深入(54.9%)等。

北京某高校大学生谭茗(化名)发现,现在一些地方已经做了很多努力,用了很多宣传渠道,文创产品也比较富有创意。“我时常会买一些纪念品送人,但总体还是偏向走马观花式的旅游,在旅游过程中只用上了眼睛,互动性的东西比较少,不够有趣”。

华东师范大学商学院旅游学系主任杨勇指出,目前文化旅游产业没有真正发展起来,人才也短缺,学校相关专业的课程也较少涉及这些方面。“我国文化旅游市场其实蕴含了巨大的需求,但大家还没找到恰当的方向,产品开发还不到位,需要快速跟上”。

提升文化旅游品质,67.6%的受访者建议在差异化和创意



方面做足功夫,60.9%的受访者建议发掘本地旅游项目的特色与亮点。

调查中,58.7%的受访者希望积极探索和打造优质而独具特色的IP内容。

“IP是一个基础,如何在IP的基础上开发出一系列有创意的产品,才是最难的。比如像迪士尼、故宫,都是在这方面做得好的典范。有报道说故宫的创意产品销售了15亿元。故宫本身是一个博物院,陈列的东西都是固定的,但是开发的创意是活的,在这个过程中,如何通过这种生生不息的创意活动将其开发出来,其实是整个文旅产品开发最核心的一个点。”杨勇说。

“很多城市都有自己的独特文化和面貌,但没有成功地挖掘这些东西来吸引人们去旅游。对于我们年轻人来说,文化有意思的城市会更有吸引力。”谭茗觉得,如果“网红”城市或者“网红”景点太多也会非常影响旅游体验,他建议视情况限流观赏,同时降低收费。

关于文化旅游开发和保护传统原生态文化之间的平衡,杨勇认为,这需要既保护又发扬,在保护、传承和发扬这三者之间形成一个平衡,“第一是需要大家各取所需,能够有动力去开发,第二是需要在一个可控、规定的框架内去开发,既能够把我们的一些产品开发出来,又能够传承和发扬传统文化,而不至于对传统文化造成伤害”。(据《中国青年报》)

带上文明去踏青

武汉大学里,樱花如期绽放。美中不足的是,“樱花劫”又一次不请自来:有游人随手折花,或把树梢拽至下巴,摆出各种造型;也有游人干脆坐上树干,甚至爬到树上晃树枝,搞一场“人工樱花雨”。这般场面,让很多网友错愕,这也太不文明了。

镜头拉远些,踏青不文明现象还有:逛公园随地吐痰、乱扔纸屑;草坪刚冒绿芽,就上去搭帐篷、放风筝;为了瞧美景、拍美图,不惜跨栏翻墙、折腾动植物;还有在野外随意丢烟头、生篝火,引发险情灾难的……凡此种种,简直让“踏青”一词都跟着蒙羞。

某些踏青者的失态,很可能源于自我约束的失衡。一种,是把自我放得太大了:

我玩得尽兴才是最重要的,管他什么自然环境、公共秩序?另一种,是把自我缩得太小了:不文明的大有人在,多我一个不多,少我一个不少。两种心态,都足以使人有意无意地放纵自身、伤及文明。

心病还需心药医。治不文明踏青,一方面离不开外部监督,但是成本高、难以操作的问题急需解决。另一方面,需要端正心态、培育自觉,将约束内化。要实现后者,可以通过提示和劝导,扫除认识盲区,帮助游人全面权衡自身行为的效应,明智地做出选择,让大家在踏青时多来些三思而后行。

一思风险。折花攀树伤手伤身,逗小动物被抓被咬,爬野山生野火更是隐患不小,出了意外划得来吗?二思

风评。你拽着树杈、骑在树上,自以为美,可周遭的游人是咋看你的?你把躺在草坪、花海的照片发在朋友圈,收获的恐怕也不是由衷点赞,而是朋友们对不文明行为的鄙夷。三思风气。一人以恶小而为之,负面影响或许有限,但这种示范扩散开来,一传十十传百,形成风气,危害可就大了。因为游人不文明,青葱褪去、秀美不再,景区关门谢客,这并不乏其例。权益受损的,到头来还是游人自己。

“小树不禁攀折苦,乞君留取两三条。”“踏青,请带上你的文明。”这样的提示语不怕反复说,就怕懒得说。随时随地摆出来、站出来,将“文明踏青”的意识亮出来、讲出来,它才容易入脑入心,化作好风气,增色好风景。(刘念)