

随着生产力和国民经济的发展,旅游经济已经成为新的经济增长点,越来越受到广泛青睐。据旅游机构的调查,旅游收入每增加 1 元,就能带动相关行业增收 6~7 元,对经济增长有着“牵一发而动全身”的放大效应。而且,旅游直接就业与间接就业的比例是 1:5,在当前经济下行压力加大的形势面前,我市如何把旅游业打造成保民生、保就业、促增长的新亮点,成了市委、市政府及旅游主管部门今年着重考虑的问题之一——

2009, 周口旅游希望中前行

景区宣传——整体推进, 突出主题

成就——2008, 周口旅游收入可观

对旅游业来说, 2008 年是不平凡的一年。年初的雪灾、拉萨暴力事件、汶川地震、金融危机等诸多不利因素, 让旅游业面临重大考验。但是, 在这样的环境下, 我市旅游业依然取得了骄人业绩——2008 年全年旅游总收入达 35 亿元, 较去年同期相比增长 30.6%; 接待游客人数达 766.8 万人次, 增长 32.6%; 旅游创汇 380 万美元, 增长 27.5%; 国内旅游总收入 32.3 亿元, 增长 31.3%。

前不久, 我市刚刚通过中国优秀旅游城市验收, 淮阳、鹿邑也被批准为中国旅游强县。周口文化旅游品牌的凝聚力、影响力和竞争力不断增强, 获得了海内外游客的广泛赞誉和充分认可, 越来越多外地的旅游团队到我市旅游, 我市旅游产业规模逐步壮大。

展望——2009, 旅游综合收入 42 亿

2009 年, 旅游业希望与困难同在, 机遇与挑战并存。一方面, 受国际金融危机的影响, 旅游业的工作将面临各种各样的困难; 另一方面, 河南“旅游立省”战略的实施, 将为旅游业发展带来前所未有的机遇。同时, 我省被确定为“世界旅游城市论坛”、“东北亚旅游协作委员会”常设机构, 以及今年开通了河南与台湾旅游直航, 我市淮阳被省命名为文化旅游发展试验区等诸多利好, 都将为我市旅游振兴提供大的平台。

围绕增加旅游人数、提高旅游收入这两个重要指标, 在增加看点、打造亮点、塑造品牌上下功夫, 在扩大宣传、加强营销、提高知名度上下功夫, 努力把周口打造成全省乃至全国有较大影响的旅游目的地, 这是我市刚刚召开的全市旅游外事侨务工作会议透露出的今年我市旅游工作的基本思路, 同时明确了今年我市旅游业的发展目标——接待游客 902 万人次, 实现旅游综合收入 42 亿元。

思路清晰、目标明确是做好工作的前提, 但仅有这些远远不够。如何促使 2009 年周口旅游工作再上新台阶, 取得更加辉煌的业绩呢? 市委、市政府及我市旅游主管部门正在积极探索、认真谋划:——

众所周知, 旅游是知名度经济。一个地方的旅游业要想繁荣昌盛, 热闹起来, 就必须注重宣传。只有不断宣传, 才会有知名度, 才会形成品牌, 人气才会旺起来。说起这些, 市旅游局局长郭志刚感慨颇多, 他说, 许多地方, 景区还在规划设计时就开始了宣传, 建的时候边建边宣传, 建成后更是大张旗鼓地宣传。比如, 云台山就是一个很好的例子。

最近几年, 我市各地及各景区建设力度明显加大, 但相对来说, 宣传工作还是薄弱环节, 一方面, 宣传的力度、广度和深度不够; 另一方面各自宣传、各自为战, 形不成合力, 没有整体的效应, 效果不尽如人意。比如, 老子故里、太昊陵都是世界是独一无二的资源, 但目前其影响还非常有限, 这不能不说是一种遗憾。

郭志刚说, 今年的旅游宣传将会突出主题形象。近几年, 云南、山东等许多地方鲜明的旅游主题形象宣传的做法值得我们借鉴, 如“好客山东, 七彩云南, 云台山一峡谷奇观, 洛阳一千年帝都、牡丹花城”等宣传主题都简洁明快、朗朗上口, 极大地塑造了一个地方的整体旅游形象及城市形象, 给人印象深刻。今年我市也要借鉴他们的好办法。

在这方面, 市旅游局将动员社会力量, 集思广益, 广泛征集周口的主题旅游形象口号。形象口号一旦确立, 通过电视、报纸、网络等各种渠道, 进行强势宣传, 在全省、全国炒热, 叫响我市旅游主题形象口号, 使之成为我市标志性品牌。

与往年有明显不同的是, 今年我市旅游工作会议更加突出整体宣传, 各地、各景区将打破地域壁垒, 联合起来, 协同作战, 进行统一宣传, 发挥整体宣传效应。

营销新招——周口人游周口

在市场经济条件下, 景区景点是商品、产品, 它要想被游客接受, 就必须进行市场营销。认真研究市场, 研究游客的需求, 不断提高旅游营销推介工作的针对性、专业性和有效性, 如何占有市场, 扩大市场份额, 已成为周口旅游不能不面对的问题。

在活跃景区、拉动景点方面, 旅行社



作用不可小觑。市旅游主管部门目前正在制定优惠政策, 调动旅行社组织客源来周口旅游的积极性, 并且大力加强与市内外、省内外旅行社的联系, 通过他们的推力组织、开拓旅游客源市场, 实现周口由客源输出地到旅游目的地的转变

针对国家假日制度调整后, 人们的旅游活动大多在周边 500 公里的范围内进行, 游客在小长假里一般就近旅游的特点。我市旅游部门计划把营销工作放在周口周边地区和城市, 拓展周边旅游市场, 积极与江苏、山东、安徽等省及省内商丘、许昌、漯河、驻马店等周边城市进行联合, 搞好区域旅游合作。旅游局有关负责人介绍, 今年将重点抓好“两个对接”, 即对接开封、曲阜。利用周口与开封、曲阜地域资源相近, 资源互补的优势, 开展两地互动

促销、互送客源活动, 带动太昊陵、老子故里两个 4A 级景区在团队游方面有较大突破。同时, 淮阳太昊陵与甘肃天水、项城袁世凯故居与安阳袁林、天津小站的区域合作将会全面推行。

“万姓同根, 根在周口。”这一丰厚的文化资源, 将会使周口旅游受益匪浅。所以, 姓氏寻根游仍然是今年我市旅游工作要重点开发之处。据了解, 我市有关部门今年将到东南亚、港澳、福建、广东等地开展姓氏文化宣传营销活动, 吸引海内外的李姓、陈姓、谢姓到鹿邑老子故里、淮阳陈胡公墓、太康谢堂村寻根祭祖。

在今年的旅游工作会上, 市旅游局提出的“周口人游周口”活动让人耳目一新。郭志刚说, 周口有 1000 多万人, 是个庞大的客源市场, 如果把这篇文章做好, 也能

极大地带动周口的旅游发展。因此, 市旅游局正在制定面向旅行社、景区、宾馆、餐饮等旅游企业和游客的系列优惠政策, 推行重点旅游景区、饭店、餐饮“旅游一卡通”, 使周口人“一卡在手, 游遍周口”。

景区建设——联动整合, 穿点成线

借助于伏羲文化、老子文化、姓氏文化、农耕文化旅游资源优势, 今年我市明确了“规划先行、科学发展”的原则, 并将聘请专家对全市旅游业进行规划指导, 重点做好太昊陵、老子故里、关帝庙、女娲城、袁世凯故居、中原民俗文化园、吉鸿昌纪念馆、叶氏庄园等景区的规划、开发和建设, 提高景区内涵和品位, 注重游客参与性, 增强景点与游客的互动性; 推进景区之间联动整合, 穿点成线、连线成片, 在全市形成资源多样、文化多元、特色互补的旅游产品体系, 提升周口文化旅游形象。

特别值得一提的是, 老子故里、太昊陵景区被确定为河南省十大精品景区。而紧紧抓住这一机遇, 加快发展, 做大做强, 老子故里、太昊陵景区完全能够被打造成为全省乃至全国的知名旅游品牌。此外, 袁世凯故居、吉鸿昌纪念馆将申报国家 3A 级景区, 女娲城、叶氏庄园、大程书院、南顿故城将申报国家 2A 级景区。

今年是“中国生态旅游年”。市旅游部门已开始行动, 借鉴成都“五朵金花”经验, 结合社会主义新农村建设, 坚持以城带乡, 加快发展周口的近郊旅游、民俗旅游、乡村旅游和农业观光旅游。将现代文化与传统农业产业相结合, 深入挖掘周口农耕文化内涵, 变单一的农业生产为吸引游客观光休闲的旅游活动。重点开发淮阳龙湖、市植物园、川汇区生态园、西华桃园、周口至商水邓城沙颍河水上游等生态旅游资源。据了解, 川汇区生态园将于近日举办隆重的桃花摄影节, 为生态旅游造势。

不仅如此, 今年我市还将选择文化旅游资源丰富的 10 个乡镇命名为周口旅游发展重点镇, 进行观光游览、农业采摘、农家体验、民俗风情、娱乐休闲等项目开发, 以此辐射带动周口乡村游。

机制创新——景区变企业?

好的体制机制是旅游业快速发展的关键。但无须讳言, 我市景区的管理体制和机制还存在不少问题。我市景区大多是由许多部门多头管理、交叉管理, 影响了发展。

另一方面, 我市景区都是事业单位, 有财政拨款, 还没有按市场化运作。景区只重建设、不注重宣传营销的问题相当突出, 这些都已不适应甚至严重阻碍着周口旅游发展的需要。让人欣慰的是, 市委、市政府及旅游主管部门已发现并正着手改变这种局面。今年的旅游工作会议透露, 我市将加大景区体制机制改革力度, 打破条块分割, 各自为战、封闭运行的传统管理模式, 推行“政府主导、行业管理、市场运作”模式, 探索适应市场经济发展要求、切合现代旅游发展规律的旅游管理体制。

据了解, 下一步, 我市将在一些景区成立综合的管理机构, 代表政府综合管理景区。在机制上把景区变成企业, 实行企业化管理, 市场化运作, 产业化发展, 把景区作为旅游产品去加大宣传营销, 把景区做大做强。

信心十足——看周口旅游嬗变

旅游业作为一种新兴的朝阳产业, 正日益显示出勃勃生机和巨大的爆发力。有这么一种说法, 20 世纪是工业的世纪, 21 世纪则是休闲的世纪、旅游的世纪。当今时代, 旅游业已超过了石油产业而成为世界第一大产业。

而且, 从产业结构看, 旅游业是一个综合性产业, 它的游、购、娱、吃、住、行六要素涵盖了第三产业的方方面面, 是人们在衣食足之后最大的精神和生活需求。在当前全球金融危机还未消融的大环境下, 我国乃至世界各国都把大力发展旅游业作为应对危机、拉动消费、促进发展的重要举措。比如, 海南提出要建立国际旅游岛, 杭州、广东等地发放旅游消费券, 而河南更是提出了“旅游立省”的重大战略。周口成功创建中国优秀旅游城市, 使得全市的旅游意识和旅游氛围明显提高, 旅游基础设施和景区景点有了显著的提升, 这一切都说明我市的旅游业面临重大机遇, 寓示着周口旅游的春天已经到来……

建业17年积淀 与周口共建業

开发商: 河南建业森林半岛置业有限公司

聆听森林
0394-8200111/555

招 聘

置业顾问三名, 要求如下:

1. 形象好, 气质佳
2. 大专学历以上
3. 亲和力强, 善于沟通, 有相关销售经验。

另招: 保安、保洁、厨师若干名