

中国旅游景区格局生变

主题公园人气旺 自由行是主力军

中国旅游研究院近日在京发布《中国旅游景区发展报告(2016)》显示,当前主题乐园已超过山水景区,成为中国游客最普遍接

受的游玩景区类型。由观光景区主导的产业格局已明显改变。

2015年底,全国A级景区超过7000家,

其中5A、4A景区有1500多家。以故宫、黄山为代表的经典景区依然有强大的旅游吸引力,但更多新类别景区的出现,代表了产业新的发展趋势。华侨城、海昌、长隆等中国特色的主题公园越来越受到年轻游客的欢迎,2015全球十大主题公园排名中,中国已占4席。乌镇、丽江等休闲度假景区也为游客所向往,北京798、成都东区音乐公园、大连15库等开放式文化创意地备受游客青睐,旅游综合体也日益成为游客旅行的热点。

报告显示:2015年中国景区企业的经营景气指数高达149.53,远高于饭店、旅行社等产业,其接待人数、预订、工资水平等指标景气值较高。景区对未来的信心值为151.18,处于旅游各业态最高水平,企业看好发展前景。

在中国旅游消费高速增长的推动下,全国景区游览花费也持续、快速增长。2015年国内游客花费结构中,景区游览花费增长规模约为2400亿元,比2011年翻番。旅游研究院调查显示,游客对景区消费环境满意度持续提高的同时,也提出了休闲、度假和专项旅游等越来越多的新需求,休闲度假和观光旅游并重的局面初步显现。景区消费总体增长的同时,消费结构也发生显著变化:自驾为主的自由行占景区接待游客总人数的

75%。游客对景区需求发生变化,休闲、度假和专项旅游等新需求越来越多,度假、休闲和娱乐由2004年的19.7%变为当前的24.4%。

报告对2015年景区投资进行了分析。随着旅游产业体系的发展和完善,资本特别是社会投资的作用将越来越显著并最终处于主导地位:民营资本成为景区投资主力,行业兼并重组热情高涨,产业投资呈现规模化发展趋势,新兴产业大量涌现。

中国旅游研究院院长戴斌指出,近年来,中国景区产业主体的增加、消费结构的变化以及社会资本的参与,均显示景区产业的开放式发展方向。在A级景区的体系之外,主题乐园、度假区和各种非传统的、创意的景区景点已经取得同等的产业影响力。投资主体多元化特别是以迪士尼为代表的主题公园创新给国内景区企业带来前所未有的挑战。

目前,中国景区面临广大散客在目的地消费多元化和体验生活化等方面的新需求。文化创意和科技应用与旅游业,与景区景点的融合创新还处于市场导入期,还有一个艰辛摸索和经验积淀的过程。

(据人民网)

威佳上汽大众旗舰店

即日起至月底购帕萨特、途观进店即送1000元大礼,成功购车额外另送5000元保险

8928000

地址:周项路口南200米路西
买上汽大众 看了威佳再决定!



周口泰和长安汽车贸易有限公司

地址:周口市周商路与太昊路交叉口南300米路西 电话 0394-8306288 8590088

给旅客加份“精神零食”

铁路尤其是高速列车,是喜好浪漫的法国人经常乘坐的工具。候车时干点啥,“鸡肋”时间怎么消磨?为了满足他们的文化需求,几年前,“铁老大”(法国国家铁路公司)旗下负责火车站经营的分公司,在几十个大型火车站的出发和到达大厅,分别设置了免费公共钢琴。这一“意料之外的一星惊喜”,得到了旅客的追捧。然而钢琴毕竟不是谁都会弹,也没法带上火车陪伴整个旅程。为此,去年9月,该公司又推出了一个新招:故事自动分发机。

这是一个直立于候车大厅一角的不锈钢圆筒。顶端斜切,截面为黄色,上设1、3、5三个圆形按钮,分别代表阅读耗时一分钟、三分钟和五分钟的故事,底下设有打印纸出口。按下任意按钮,就会随机打出一张印有

故事的小纸条,供旅客在候车时或旅途中阅读,且不收一分钱。

所谓故事,并非只是段子,它们中大多数是“风雅”的正规文学作品,有小说、诗歌、散文、童话等等。“优质的文学内容,同零食一样,让我们的闲暇时刻变得丰富多彩。”每次旅客按纽打印,都会产生很微妙的新鲜感——因为他们并不知道,这次又拿到了什么有趣的故事。

据了解,故事自动分发机项目在启动之初,就搜集到4万篇各种体裁的文学作品,且这些作品全部是原创,这在其他国家或许是难以想象的。其实,法国人一直有酷爱文学的传统,业余作家俯拾皆是。据统计,法国人平均年读书约12本,购买书籍占家庭文化产品开支的51%,全国平均图书销售额增长超过2%,”车厢内阅读”是法国人文化生活中一道亮丽的风景线,这为故事放送机的推广提供了丰富的资源。

“我们现在生活的世界里屏幕太多了,偶尔帮人们从屏幕前逃开一下也不错。”从目前的运行效果来看,故事自动分发机让传统上被认为是“文化死角”的铁路系统,变得更加“有文化”;由于采用纸质打印的方式,鼓励传统阅读,能有效避免手机和电子阅读器“一统江湖”。另外,故事自动分发机也为广大怀才不遇的业余文学爱好者提供了一个方便的“练手”平台——一些新晋作家正是因此被广大读者所熟知。

不过,这种“免费写,免费看”的模式,也遇到了发展瓶颈。公司方面承认,35部故事放送机运营6个月,就“放送”了10万个以上的故事,这意味着最初的4万个启动故事平均“放送”了2.5遍以上。显然,随着故事放送机的普及和用户的增加,补充、更新“故事”成了当务之急。然而总是要求写作者“无私奉献”,并非长久之计。

有法国文化评论家认为,现在急需的不是宣传这种文化意味十足的创新模式,而是尽快为模式找到合适的商业开发模板,“有人付钱才能持续、稳定地获得充足和高品质故事补充”。

未来,“故事”还能继续免费吗?如果不能,法国的候车旅客,又愿意为一张印着“五分钟故事”的小热敏纸卷支付多少钱?事实上,旅客未必需要直接掏腰包,注意力就是一种最好的资源,只要灵活利用,并不难找到商业开发的方式。正如诸多观察者所说,量贩故事的创意,虽然是从一个理想开始,但最终还是要脚踏实地发展下去,这样才能走得更远。

(据人民网)