



黄山

专家建议

周末旅行网 CEO 李阳： 弱化门票延伸功能 让景区成为游客心灵的港湾

(上接04版)周末旅行网 CEO 李阳认为,知名山岳型景区免票,对于旅游市场短期有一定的带动,在一定程度上也说明,目前的景区票价较高,对于广大游客来说,高票价增加了旅游的开支,增加了旅游出行的成本,从实际情况来看,游客更希望把

景区的首要收入来源,随着旅游市场的日趋成熟,游客对旅游产品的需求也更加精细化,粗犷的门票经济已经让景区失去了吸引力。同时,大多数景区主动营销意识差,景区缺少和游客互动的渠道,产品的更新速度和旅游产品的研发能力较差,没有更好的产品和

钱花在旅游项目的消费上,近期市场消费上有一个新词“消费降级”,也就是低廉的消费服务更容易获得市民的认可。

如此多的高A级山岳型景区实行减免门票,李阳认为,景区门票是大多数山岳型景区的重要收入来源,旅游行业有明显的淡旺季,在淡季的时候或特定的旅游节日期间,景区推出减免门票活动,短期内对拉动景区的人气,带动景区的收入有一定的利好。究其原因,还是旅游产品服务的单一性,门票作为大多数

更好的服务项目,游客去了一次,第二次就不会再去了。其次,旅游消费的升级也从过去的到此一游向深度游、体验游、休闲游转型,在这个过程中,很多景区还停留在以往的等客上门的思想。因此,在市场淡季的时候,降价促销就成为了一种较为有效的营销方式,有一个景区开了头,就有其他景区纷纷效仿。

“旅游让游客感受到生活更加精彩,分享美好生活,增加生活阅历,体验不同区域的风土人情。以游客为中心,结合景区自身的特点,开发、设计出拥有符合景区自身特色的旅游产品和服务,是景区发展的有效举措”,李阳告诉记者,“深入挖掘景区特点,结合时令季节及节庆活动,推出特色旅游产品,加大主动营销力度,通过有效的信息发布和互动平台,让游客快速了解景区动态,加强与游客的联系和交流,邀请游客参与景区产品开发,把握游客的需求,加强景区的服务意识和能力,增强游客的参与感和体验感,让景区真正成为游客心灵的港湾。”

李阳认为,在消费升级的大环境下,旅游产品和服务的提升尤为重要,景区要抓住这一重要机遇,结合自身资源找特色,因地制宜谋发展,逐步弱化景区门票,加大在旅游休闲服务项目上的功能延伸,提升游客的舒适度和体验感,营造一个让游客来了就不想走的氛围。

安徽文旅集团投资部副主任、安徽中营文旅设计研究院有限公司董事长谭敏： 打破原有经营模式 引入专业管理机构

针对此话题,记者采访了安徽文旅集团投资部副主任、安徽中营文旅设计研究院有限公司董事长谭敏。谭敏认为,山岳型景区门票经济转型符合旅游产业需求和供给两个层面的发展趋势。一方面,在需求层面,随着旅游消费需求不断升级,纯观光型旅游产品不再满足消费者多元化旅游需求,在游客消费结构中,门票支出占比不断降低,取而代之的是住宿、娱乐、购物等。因此,景区摆脱门票经济符合消费需求升级的发展趋势。另一方面,在供给方面,随着景区同质化竞争的不断加剧,传统依赖自然资源优势吸引游客的山岳型景区避免同质化竞争,加大文化挖掘和差异化旅游产品和服务的研发,这类景区可以不依赖门票获取收益,取而代之的是二次消费,因此,在景区供给侧产品创新方面做好充足准备的前提下,景区摆脱门票价格经济符合旅游供给侧改革的发展趋势。

“当然,景区免票或降低门票,对景区经营也带来一些新的问题和风险”,谭敏告诉记者,“一是安全服务管理问题。可想而知,免票后,短期会增加景区的游客量,这对景区的服务管理能力提出了更高要求,景区是否具备相应的安全服务管理能力,是值得重视的问题。二是盈利模式问题。在景区旅游产品创新不足、二次消费不足的前提下,盲目免票,会对景区经营业绩产生影响。”

谭敏认为,当前乡村振兴背景下,山岳型景区去门票后,可充分挖掘文化特色,结合地域风情,整合优质休闲度假旅游资源,打造集山岳观光、运动养生、休闲度假功能于一体的乡村旅游目的地。首先要转变观念,重视策划与规划,形成差异化定位。其次,加大对景区休闲度假产品的投资力度,强化文创商品研发,不断提升景区二次消费收入。第三,引入专业经营管理机构,旅游产业是复合型产业,经营管理方式需要不断创新,打破原有所有权与经营权集中的模式,有利于景区提升管理效率,让专业人干专业事,建立科学的治理结构,符合旅游产业发展规律。

延伸阅读

近日,河南5A级景区龙潭大峡谷由于资本导致破产,在旅游界掀起了轩然大波。

1998年,陈建林辞官靠民间借贷,注册资本2亿元,打造龙潭大峡谷,年均接待游客90余万人次,仅门票一项,景区年收入约为7650万元。

然而,在其傲人的旅游资源 and 繁荣的经营景象背后,却背负着巨额债务和大量官司。融资成本过高,又没有在短时间内把钱收回来,导致资金链断裂,最后破产。在国内,这应该是第一家。

安徽省福利彩票发行中心



方寸福彩·汇聚大爱

作品征集时间: 2018年5月22—8月31日

作品征集范围

紧扣主旋律,弘扬社会正能量,以“公益、慈善、爱心”为主题,体裁不限,彩色与黑白片均可。

奖项及奖金设置(含税)

最佳照片奖: 1名, 奖金8000元;

金奖: 3名, 奖金各3000元;

银奖: 5名, 奖金各1500元;

铜奖: 8名, 奖金各800元;

优秀奖: 10名, 奖金各500元;

纪念奖: 100名, 各奖励品牌充电宝一个;

网络投票人气奖: 100名(参赛作品在网络投票数量前100名者, 各奖励品牌充电宝1个)。

参与方式

凡参加活动的作者, 上传参赛作品及文字说明至安徽省福彩中心邮箱(1398246754@qq.com)。

详见安徽福彩网(www.ahfc.gov.cn)、安徽福彩官方微信



安徽福彩
官方微信