

旅游创意主打文化牌

2009 北京国际旅博会树起风向标

本报实习记者 蔡萌

虽然受金融危机的影响,全球旅游市场普遍低迷,但中国市民出游热情不减,旅游消费意愿依然较高,这使得国内外众多商家更加看好中国旅游市场。近日,由北京市旅游局主办的“2009北京国际旅游博览会”(BITE2009)在北京展览馆举办,吸引了为数众多的国际、国内参展商,展会规模空前,创意纷呈。其中参展商各具特色的文化创意,不仅引起了现场观众的强烈兴趣,更为本次博览会增添了浓厚的文化气息。

亲近历史——吸引游客的“法宝”

了解历史文化是文化旅游的重要方面之一,传统的历史文化以游览文化遗址、古建筑,参观文物、史料展出为主。然而随着各种书刊杂志、电视媒体对历史文化进行普及,只停留在游览、参观层面的历史文化主题游已经不能很好地满足游客的需求,更进一步地亲近历史,甚至参与其中成为多数游客的愿望。

本次展会现场,多个国家和地区的旅游局、旅行社都将历史文化作为重要的“卖点”,埃及、印度、巴基斯坦等多个国家和我国澳门地区打出“历史文化遗产”的招牌。埃及旅游局在展台向观众免费提供用古埃及象形文字绘制的观众姓名,吸引游客驻足观看。古埃及的象形文字记载了埃及的历史与文化,是埃及历史文化遗产的代表。将古埃及文字书写观众姓名的创意,拉近了观众与历史的距离,为埃及展区“招揽”了大批潜在游客。

与此同时,国内的一些旅游团体也开始注意到,推出的旅游产品应将历史文化与现实需求结合起来。山西晋中及时把握了“晋商文化”这个热门话题,陆续推出了乔家大院、王家大院、孔祥熙宅院等

旅游产品,获得很好的口碑。山西晋中旅游局副局长张维东说,晋商文化是很适合对中小學生进行教育的旅游产品,在市场经济发达的今天让孩子们及早接受传统商业文化的教育是非常有益的。

体验民俗文化——用文化套近乎

了解各地民俗文化也是文化旅游重要的方面之一,不同国家和地区的风俗传统、节日庆典、祭祀婚丧大为不同,以此为专题的旅游广受游客欢迎。然而同历史文化的主题游类似,游客的需求越来越多地向“亲身体验”的方向发展。身着民族服装的演员,跳几段民族舞蹈,唱几支民族歌曲或许能够吸引一批观众,但终究“曲终人散”。

有鉴于此,韩国展区在推出系列民俗文化旅游活动的同时,邀请游客免费体验韩国的传统婚礼,并将在活动中为游客再现御宴礼、宫门开闭及守门将换班仪式等各种文化。从其派发的宣传照片中可以看到,表演仪式的演员衣着华丽,场面壮观,令人神往。与单纯参观民俗文化馆、民俗村等相比,这种体验民俗文化的方式更加生动和活泼,使游客有机会亲身体验不一样的民俗文化,因此大受现场观众的青睐。

一位刚刚试敲过韩国传统大鼓的观众吴女士告诉记者,韩国展台推出的民俗文化旅游令其心动,古埃及的象形文字记载了埃及的历史与文化,是埃及历史文化遗产的代表。将古埃及文字书写观众姓名的创意,拉近了观众与历史的距离,为埃及展区“招揽”了大批潜在游客。

与此同时,国内的一些旅游团体也开始注意到,推出的旅游产品

应将历史文化与现实需求结合起来。山西晋中及时把握了“晋商文化”这个热门话题,陆续推出了乔家大院、王家大院、孔祥熙宅院等

活动,拉近了彼此的文化距离,为游客提供了很好的出游选择。

影视加旅游——旅游新宠儿

随着国内影视市场的不断发展,影视作品承载的文化信息日益丰富,给观众带来的影响也就不仅停留在电影院或电视机前。在这种背景下,影视文化与旅游项目的结合是必然的。如前段时间热播的电影《非诚勿扰》,使观众透过镜头欣赏到北海道清新宜人的自然风光,这无形中促进了观众对北海道的向往。难怪此次展会,日本北海道展位将一半以上的海报面积让给了电影《非诚勿扰》中的画面,而日本所有展位中就数北海道人气最旺。事实上,《非诚勿扰》上映后,去日本旅游的中国人成倍增加。

借助影视文化提升景点魅力是一种有效的手段,例如上世纪

60年代红极一时的电影《北非谍影》至今仍对摩洛哥卡萨布兰卡的旅游业有重要影响,韩国江原影视长廊、国内的横店影视城也因为影视剧的拍摄而成为游客的宠儿。本次博览会上,江原影视长廊着重推出“冬季恋歌区”,将剧中的南怡岛、俊相的家等摄影棚一模一样进行重建,让游客可以进入电视剧《冬季恋歌》的场景,与俊相、友真合影留念。为了更好地满足游客的需要,这些影视拍摄基地所推出的旅游产品正在由观光型向休闲体验型转变。

纵观整场博览会,文化旅游的主题依然离不开历史、民俗、艺术几个方面。怎样利用各种创意,把传统的文化旅游项目“改头换面”,从而迎合市场新需求是文化旅游创收的关键,这就是2009北京国际旅游博览会上精彩纷呈的文化创意为我们带来的启示。

云台山号旅游专列方便北京游客出行

本报讯(记者马震)在国家旅游局、铁道部和河南省人民政府的支持下,由北京到河南焦作云台山号旅游专列将于7月3日正式启动。

据云台山风景名胜区管理局局长韩跃平介绍,该专列编组计划为直达空调卧铺,每周五晚从北京西站发车,次日早抵焦作,周日晚返回北京。专列将持续运行到10月底,共开行18趟。

作为全球首批世界地质公园的云台山,位于河南焦作境内,面积240平方公里,以独特的峡谷类地质地貌和悠久的历史文化著称。景区有单级落差314米的云台天瀑、华夏奇峡红石峡等,还有唐代大诗人王维写下千古名句

“遥知兄弟登高处,遍插茱萸少一人”的茱萸峰,以及“竹林七贤”隐居地的百家岩等景点。作为世界地质公园的云台山还是全国首批5A级旅游景区和首批国家自然遗产。

据统计,2008年,云台山接待北京游客20.38万人次,北京已成为云台山重点客源市场。云台山号旅游专列的开通,将方便北京及周边地区游客到云台山旅游,并巩固北京作为云台山主要客源市场的地位。

张家界市旅游文化活动周盛装登场

本报讯(周金波 驻湖南记者韩宗树)由湖南省张家界市永定区委、区政府举办的“2009湖南张家界旅游文化活动周”日前盛装登场。

活动周以纵情张家界、快乐文化游为主题,旨在继承发扬民族文化传统,加快旅游与文化的对接,以文化提升旅游,以旅游繁荣文化,促进永定区文



德国吕贝克的霍斯特城門

德国成欧洲最受欢迎会议承办国

本报讯 由欧洲会议与活动中心协会(EVVC)、德国国家旅游局(DZT)和德国会议发展局(GCB)共同委托欧洲会议经济研究所开展的“2009年会议与庆典活动晴雨表”调研表明,在全球金融危机的大背景下,优良的性价比和不断提升的国际形象使德国会展旅游经济持续增长。36.7%的会议运营商认为德国是欧盟最受欢迎的会议承办国。

据统计,德国2008年举办各类活动276万场,参与者达3.18亿人次。今年,德国可提供6330个会议及活动举办场馆,同比增长2%。

德国国家旅游局董事会主席何佩雅女士说,尽管部分德国及国际企业均削减了商务旅游的数量和逗留时间,但德国在安全、旅游景点、会议组织的专业性以及性价比和热情好客等“软件”调查中仍获得“好”或者“非常好”的评价,德国将这些优势作为全球市场营销战略的重中之重,不断加强创意、提高服务质量,将金融危机对会展旅游经济的影响降到最低。(许焕荣)

山东金乡进京“抢”游客

本报讯 山东省金乡县日前在北京举行新闻发布会,以推进该地区旅游业发展。

1947年,在刘伯承、邓小平指挥下,著名的羊山战役在金乡羊山打响并取得重大胜利,为解放军千里跃进大别山打开了通道,拉开了解放战争由战略防御转入战略进攻的序幕。为纪念在鲁西南战役中牺牲的8500多名革命先烈,1952年,国家在此建起了羊山革命烈士陵园,1997年更名为鲁西南战役纪念馆,后被国务院授予全国“重点烈士纪念建筑物保护单位”,今年又被中宣部批准为全国爱国主义教育基地。占地6000平方米的鲁西南战役全景画馆、馆舍主体建筑3000平方米的王杰纪念馆正在建设,扩建后的鲁西南战役纪念馆占地510亩。自建馆以来,先后有

500多万人次到纪念馆瞻仰、凭吊革命烈士。近几年,每年都有60多万人次前来瞻仰参观,进行爱国主义和革命传统教育,鲁西南战役纪念馆已成为鲁西南知名的红色旅游胜地。

(曾子祥 王连东 王建国)



鲁西南战役纪念馆

热烈庆祝
《国家知识产权战略纲要》颁布实施一周年

知识产权 竞争未来

国家知识产权战略实施工作部际联席会议办公室

实施知识产权战略公益宣传广告之二