

长镜头

从景点旅游到全域旅游的蜕变

——由“点上发力”到“遍地开花”的崂山模式

□□ 本报记者 马霞

5月的崂山山青天蓝，游人如织。刚刚过去的“五一”假期，山东省青岛市的崂山风景区共接待游客20.8万人次，同比增长69.8%。比数字更振奋人心的是，崂山区全域旅游正呈现从“点上发力”到“遍地开花”的特点。据记者了解，近年来，崂山区依靠独特的历史人文和自然资源，坚持“全域皆景区”的理念，推动旅游业从景点旅游向全域旅游转变，让广大游客共享旅游产业发展带来的红利。

旅游监管平台让旅游市场更“纯净”

出门在外如何实现放心游？崂山区文化和旅游发展委员会主任王兰波对记者表示，该区聚焦游客关心的旅游热点、难点及痛点问题，借助物联网和大数据等技术手段，创新打造崂山放心

游消费市场监管平台，实现旅游消费数据的实时采集和联网监管，为游客提供旅游出行中的消费诚信保障，也为全国旅游市场监管提供了积极探索和实践。

王兰波举例说：“针对‘五一’‘十一’等节假日，崂山区建立‘1+1+4’假日旅游保障指挥体系，即成立1个全域旅游总指挥部、1个景区外域指挥部、4个景区片区指挥部。节假日期间，对重点旅游区域内安全生产、道路保障、旅游秩序、护林防火等工作进行统一调度督查，旅游、公安、交警、交通、市场监管、街道等协同作战。”针对旅游管理涉及面广的特点，崂山区还在各街道办事处设立旅游服务中心，构建街区联动的旅游综合管理体制，成立全区旅游秩序综合整治领导小组和旅游市场监管所、旅游巡回法庭、景区食药所等专业化旅游执法机构。

对于来自云南的游客肖先生来说，今年“五一”的崂山

之旅，给他留下印象最深的不仅是崂山优美的自然风光，更是规范有序的旅游市场秩序和热情服务，虽然游客量众多，但景区内秩序井然。据悉，仅5月2日，崂山游客服务中心就调度停放车辆7000余辆，未发生一起车辆剐蹭和长时间拥堵现象。

针对旅游投诉难、海鲜价格不透明等旅游消费问题，崂山区委常委、宣传部部长王洵介绍，崂山区开通了全域旅游热线——96616，为游客提供24小时的全域旅游咨询、投诉、求助等服务，实现全区旅游“一个号码对外、一个平台接入、一个电话转办、一个体系督办”。“针对外地游客发生纠纷投诉调节



崂山风景区风光

益。”王洵表示。

旅游产业发展如诗如画

“面朝大海，春暖花开，一直是我梦寐以求的生活，这次来崂山真切感受到了。”一位来自河北的游客表示，来崂山之前，就是被网上关于东麦窑仙居崂山民宿的介绍吸引的。如今，伴随着乡村旅游的蓬勃发展，崂山区民宿业如雨后春笋般快速兴起，崂山区目前已有民宿近百家，涌现出仙居崂山、瑜上山间等一批享誉业界的优秀民宿。

崂山区委副书记、区长赵燕表示，民宿业的发展只是崂山区立足新旧动能转换，构建全面、立体的全域旅游产品供给体系的一个缩影。“崂山区在全域旅游视角下，将资源范畴由传统旅游资源观下的自然与文化资源拓展到产业资源、城市资源、乡村资源等。经过系统梳理，崂山区旅游资源整体呈现七大主题类型：山海奇观、璀璨非遗、历史遗迹、道教丛林、繁荣产业、城市风韵和美丽乡村。”赵燕说。

据记者了解，2016年，崂山区被确认为首批全国“全域旅游示范区”创建单位。作为青岛市唯一入选单位，3年多来，崂山区围绕创建国家全域旅游示

范区全面发力，高起点组织编制《崂山区全域旅游发展规划》，依照这份文件，崂山区坚持从全域旅游角度进行城市、乡村规划设计，推进“旅游+N”产业发展布局，大力发展休闲游、精品文化游、自驾游、康养游等，拓展旅游发展空间。

在文旅融合方面，太清道苑精品酒店、九水和园设计艺术酒店、如是书店、崂山书院等一批精品文旅融合业态相继问世，崂山湾国际生态健康城、“崂山100”国际山地越野赛分别入选国家级示范基地、示范项目，海尔世界家电博物馆、青岛中央创新区科普体验馆、VR展示体验中心等新兴科技旅游业态层出不穷。

智慧旅游让旅途不再“囿途”

科技融合创新，改变游客体验。随着智慧旅游发展途径不再“囿途”，然而，如何实现旅游资源的融合发展？赵燕表示，崂山区以“旅游+”和“+旅游”为途径，推动空间融合、乡旅融合、产业融合、景城融合，构建全面、立体的全域旅游产品供给体系。比如，2018年，借上合组织青岛峰会与青岛香山旅游峰会举办契机，崂山启动全域旅游智慧管理平台建设，与腾讯公司签定战略合作协议，共同推进崂山全域数字文旅建设，

打造崂山全域旅游智慧平台，将数字经济与旅游大数据相结合，打造基于全域旅游大数据平台。目前，该平台一期建设已初步完成，行业大数据与外围涉旅产业信息正在逐步对接。

在基础管控技术手段方面，王兰波介绍，崂山区视频监控的覆盖范围逐年增加，目前已安装500多台高清视频监控，构建了全域可视化工作场景。此外，据记者了解，2018年11月，崂山区正式开启全网售票模式，该模式将网上售票与线下售票进行一体化整合升级，支持手机二维码扫码购票、身份证购票、手机链接购票网页购票等新功能，并将OTA、旅行社等购票渠道整合到全网售票系统中进行统一管理。

根据计划，崂山风景区还将借助人脸识别技术实现无缝快捷入园。此外，崂山区WiFi覆盖范围越来越广，目前已在景区游客中心、游客换乘点、主要景点与游客集散地等14处部署了约170台WiFi信号覆盖设备，完成了主要游览区域的无线WiFi信号的覆盖。同时，还为游客提供在线二维码导游导览系统，通过手机扫描二维码，即可获取图像、文字介绍及语音讲解。王兰波表示，下一步，崂山还将借助VR技术，创新尝试升级VR或AR深度感知的全真导览服务。



崂山大清宫



鸟瞰崂山区

处理难等问题，在全市率先实行旅游投诉先行赔付准备金制度和赔付办法，由治安大队、交警、交通、市场监管、食药、物价等部门建立旅游纠纷快速处置联动机制，确保旅游纠纷投诉第一时间发现，第一时间处理，切实维护游客合法权益

风向标

母亲们的旅行生活

除了不少子女选择带妈妈旅游表达自己的孝心外，更有不少有钱有闲、身体健康的“50后”“60后”女性选择解下围裙，冲向城市乡村和异国街道解放“自我”。大妈群体已成为中国旅游市场一支不容忽视的“生力军”。

□□ 本报记者 鲁娜 文/图

母亲节除了送花、购物和吃大餐外，来一场甜蜜的旅行成为不少人的选择。驴妈妈旅游网数据显示，母亲节期间，出游人次比平时周末上涨32%，也有部分用户在母亲节选择错峰长线游。

母亲是女性消费者的重要身份之一。来自同程艺龙的大数据显示，30岁以上的女性消费者是亲子游和家庭游的主力人群；在旅行决策上，特别是家庭出游时，超七成女性用户主导目的地、线路产品、交通酒店等方面的选择，特别是“70后”和“80后”女性更是家庭出游的主要决策者。

母亲节也让更多人关注“50后”“60后”这一年龄段的母亲群体。携程近日发布《2019年50后、60后女性旅游报告》（以下简称《报告》），通过对数以百万的大妈参加国内游、出境游的用户数据分析发现，50岁以上中老年女性群体虽然喜欢旅游团的形式和群体的热闹氛围，但她们的其实很追求品质。

母亲节：错峰出游好时机

母亲节在“五一”、端午之间，历来是很多退休妈妈错峰出游的好时机，既能以优惠的价格买到更好的产品，又可以避开人山人海，享受轻松舒适

的旅游体验。

“母亲节期间，上班族利用双休日就可以带着妈妈在周边游玩，一至两天的周边游最受欢迎。”同程艺龙相关负责人表示，“五一”假期出游，不仅人多而且价格相对较贵，现在酒店、机票等的价格均有一定回落。

驴妈妈旅游网数据显示，年龄在50岁以上的游客偏爱与好姐妹一起结伴出游，以跟团长线游为主，尤其是行程舒缓的邮轮游是她们的心头好，产品80%以上是子女预订。

来自携程的数据也佐证了这一点。根据上述《报告》，中国大妈的足迹遍布全球，丝毫不逊色于年轻群体。旅游已成为“50后”“60后”女性的重要休闲娱乐方式。相比年轻人，她们有更多的时间和精力去国内外旅游。

携程数据显示，2019年1月至5月，通过该平台报名出行的大妈人数与2018年同期相比增长了五成。今年以来，中国大妈群体通过报名携程旅游产品，足迹已遍布全球110个国家、2377个城市和地区。她们自然也不会让母亲节这一重要节日简单度过。

年轻妈妈偏爱“小清新”

除了带着妈妈外出旅行，不少妈妈们也会选择在母亲节当天带着孩子一

起外出游玩。“宝妈们在选择酒店时，最为关注酒店的安全性、便利性以及地理位置等，酒店有无婴儿床、儿童乐园等设施是影响她们选择的重要因素。”上述同程艺龙相关负责人表示，“2大1小”“2大2小”的景区套票和主题酒店、IP亲子房等受到不少妈妈的追捧。

随着家庭汽车保有量的持续上升，周边2至3小时车程的“酒+景”自驾游套餐受到消费者青睐。为此，同程艺龙国内酒店频道推出了“浓情五月天，感恩母亲节”的活动。

驴妈妈旅游网数据显示，受电视综艺以及亲友推荐等的影响，妈妈们偏爱前往“小清新”“网红”城市或适合亲子游的目的地。北京故宫、上海迪士尼乐园、云南大理洱海等是最近一年来深受女性游客青睐的旅游景区。

驴妈妈集团副总裁李秋妍表示，驴妈妈品牌名自身包含了母亲的寓意，因此针对母亲节，其在线上、线下都为游客推出花样繁多的感恩母亲节活动。一些旅游产品母亲节周末价比平日价

还要优惠，并赞助母亲节当天的上海市家庭马拉松活动。

深度体验渐成风潮

随着高铁网络的普及，母亲节期间，坐高铁进行一次跨省跨市的远距离出游，也成为周边游和短途国内游的重要选择。以北京为例，坐高铁1个小时可以到天津听相声、去山东济南看趵突泉，2至3小时的高铁车程就可以前往青岛看海、在泰山看日出和领略秦淮风光，为游客外出休闲旅行带来了极大的便利。

据携程自营“爸妈放心游”产品的专职导游宋文介绍，作为8年带老年团的北京导游，他发现新时代的老年人不再走马观花打卡式旅游，对旅游也有了新要求。他们对旅游的休闲度、舒适度、灵活度要求更高。行程舒适、安全保障、精神愉悦、放心省心是老年人旅游的四大核心诉求。此外，在旅途中中老年群体更注重深度体验。



云南大理洱海畔

第三只眼

行走藏地的女性旅游设计师



付庆子近照

就突破以往西藏十几天连游的模式，大胆创新了林芝一地深度体验游。破纪录的销量也印证了付庆子对旅游产品开发的敏锐度。

光鲜成绩的背后是漫长的探索之路，前期是大量的数据、人物画像分析，接着是产品构思、行程编排，再是实地考察、车程、路况、餐食、住宿，每一处都要有翔实的记录与拍摄，站在游客的角度，去思考所有的问题。

事实上，西藏游对于大多数人而言是“又爱又怕”，游客既向往西藏的美景又害怕身体上的不适，付庆子在开发西藏旅游产品时便充分考虑游客的痛点，力求让游客能安心地感受藏区的美景。

这些年，付庆子几乎把西藏走遍，每次考察完后她要缜密地评估这个地方开发为景点的可行性，结合交通便利度、附近的用餐环境、停留游玩的时间，当然还有最重要的安全系数。她始终认为，只有做出自己喜欢的旅游产品，游客才能真正喜欢。

□□ 本报记者 鲁娜

33岁的付庆子是一名携程西藏区域的产品设计师，她每年进藏6次，探索藏在世界屋脊上的每一处风景，发掘不为人知的宝藏。

在携程，女性员工占比达到一半以上，中层管理者中有40%的女性，高层管理者中有34%的女性，比例远高于其他互联网公司。携程CEO孙洁就是一位母亲。

在携程自营平台，付庆子是最优秀的旅游产品设计师之一，几乎每年都可以研发出几款爆款产品。今年由付庆子研发的“东进东出，西藏林芝6天5晚游”线路产品