



湖北：乡村游全域开花

本报武汉10月7日电 记者魏劲松、通讯员曹巧红报道：今年国庆假期，湖北省旅游热度不减。截至10月7日，国庆假期湖北共接待游客3623.6万人次，旅游综合收入258.3亿元，同比分别增长20.1%和22.3%。其中，全省重点监测的25个旅游景区累计接待游客350.25万人次。

乡村游是湖北旅游的亮点。国庆节前，湖北省旅游委就发布赏花赏叶、采摘金秋乡村旅游线路40余条；黄金周临近结束，仍有不少游客带着家人在周边景区赏秋品秋。武汉市汉南区喜鹊湖畔的500亩向日葵园林花海，成为秋季赏花游的首个主力花品，吸引了不少自驾乡村赏花郊游的市民和旅行社团队游客；国庆假期有近10万人先后到麻城市五脑山国家森林公园的花之梦菊花园、黄土岗菊花产业园等菊花展区逛菊花展园、赏菊花百态，参与走吊桥、探迷官、吃麻城吊锅肉糕席等特色活动；在全国乡村旅游扶贫重点村及乡村旅游观测点村神农架林区板桥村，这里7天共接待游客3000余人，旅游总收入20余万元，有10个贫困户30多位贫困家庭成员参与到乡村旅游中，人均收入达600元。

山东：民俗游市场火爆

本报济南10月7日电 记者王金虎报道：国庆假日期间，底蕴深厚的齐鲁文化吸引了全国各地的游客，民俗文化旅游市场火爆。

假日里，有2600多年历史的临沂天上王城迎来了四方宾朋，原汁原味的石屋、石磨、草木顶，让游客们感受到了历史的沧桑；古装祭祀表演《祭天盟誓》，让观众仿佛身临其境。在曲阜，有着600多年历史的孔府大戏台全新亮相，字正腔圆的京剧、浑厚有力的山东梆子让游客们一饱口福。在这里，每天有20多部新改编的传统曲目轮番上演。带有儒家特色的戏曲文化表演让游客李雪峰直呼过瘾：“表演非常精彩，这不仅让我感受到儒家的文化和思想，也是一种视觉和听觉的享受。”

截至10月7日，山东共接待游客5782.8万人次，旅游消费449.8亿元，分别比去年同期增长12.5%、14.7%。

广西：时尚玩法受追捧

本报南宁10月7日电 记者董政 周晓骏报道：国庆假期里，广西旅游市场红火有序，不少新景区、赛事旅游及体验度高的景区受到游客追捧。

在中越边境上的那坡县，国庆当天开园的老虎跳大峡谷生态漂流景区就迎来了大量游客；南宁花花大世界虽是老牌景点，但本次国庆节是他们闭园重建大半年后第一次亮相试运营，同样吸引了不少怀旧的老游客。这些充满新鲜感的景区都引爆了游客的热情。

体育赛事旅游成为广西旅游新时尚。柳州引进的F1摩托艇世界锦标赛正成为游客新宠，该赛事2008年落户柳州，已连续9年在广西举办。围绕摩托艇比赛，柳州还打造了一系列水上狂欢项目，让游客不仅看得刺激，还玩得尽兴，吸引了不少周边省份的游客慕名前来。

湖南：新老景区人气旺

本报长沙10月7日电 记者刘麟从湖南省旅游局了解到：国庆假期，湖南各大景区游人如织。据统计，纳入湖南监测的72个直报旅游区(点)国庆前6天累计接待游客893.88万人次。

张家界、崀山、岳阳楼君山岛、凤凰古城、南岳等是湖南省内成熟的老景点。黄金周首日，这些老景区旅游接待火热，全天接待游客量分别达到10.2万人次、6.1万人次、5.12万人次、4.35万人次。

老景区游人如织，新景点同样火爆。10月3日，5000余名游客涌入湖南省靖州苗族侗族自治县地笋苗寨，此起彼伏的欢笑声让苗寨“火了一把”。

地笋苗寨是《爸爸去哪儿》第二季拍摄地，黄金周期间，该地推出苗寨特色民俗文化体验游，喝迎客拦门牛角酒、尝苗家小锅油茶、吃现榨茶油龙头宴、赏花苗特色吊脚楼、宿明星爸爸亲子房……“玩得欢、吃得香、睡得安，不虚此行！”北京魔奇英语培训学校的8组家庭个个玩得亦乐乎、流连忘返。

位于雪峰山脉的穿岩山森林公园，今年“十一”才正式开园，国庆期间数万游客慕名而来，走茶马古道、游枫香瑶寨，感受深谷漫步、登山观日等原生态乐趣。

海南：散客自驾游增多

本报海口10月7日电 记者何伟报道：今年“十一”黄金周海南旅游市场延续了以往的热度，成为不少国内外游客度假的目的地。

截至10月6日，海南全省酒店共接待游客152.9万人次，景区、景点共接待游客220.23万人次，部分酒店、景区、景点呈现出游客爆满的态势。各乡村旅游点接待游客92.4万人次，增长迅速。乡村旅游点逐渐成为景区、景点之外，游客旅游新的选择方向。其中，三亚市共接待游客61.23万人次，同比增长21.01%，旅游总收入32.07亿元，同比增长38.8%。全市过夜游客平均花费为1505.4元/人，一日游游客平均花费602.3元/人。

在游客出行的方式选择上，散客自驾游成为国庆假日旅游的亮点。据统计数据表明，三亚市接待游客散团比为79:21，其中自由行达到67.2%。海南部分主要旅游景区和乡村旅游点自驾游明显增多，占旅游接待比例近五成。除旅行社组织的游客团队和家庭出游的自驾游外，各种俱乐部、车友会等组织的休闲出游，也开展得十分热闹。

本版编辑 董庆森 郭存举

“十一”黄金周全国共接待游客5.93亿人次增长12.8%—— 旅游需求热度高 供给量质待提升

本报记者 郑彬



视点

“十一”黄金周期间，我国旅游市场供需两旺，旅游经济高位运行。然而，随着国民旅游消费需求的多元化，现有的旅游产品已不能满足游客日益增长的消费需求。旅游供给侧体现出的数量与质量的双重不足，直接导致旅游投诉事件层出不穷，也严重影响了人们的出行体验——

国庆期间，我国居民出游热情继续高涨，旅游消费集中释放。根据国家旅游局数据中心综合测算，国庆期间，全国共接待游客5.93亿人次，同比增长12.8%，累计旅游收入4822亿元，同比增长14.4%。

旅游市场供需两旺

接受《经济日报》记者采访的业内专家表示，国庆期间旅游人数和旅游花费双双增长10%以上，显示出旅游产业已经成为拉动消费的重要领域和国民经济的新增长点，也为我国经济社会发展增添了巨大活力。

近年来，党中央、国务院高度重视旅游产业发展，出台了包括《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》在内的一系列政策措施，国家旅游局及各级地方政府部门也创新旅游产业促进机制，大力扶持旅游企业创新发展，积极促进旅游消费转型升级。

在利好的宏观政策下，市场反响也很热烈。2016年上半年，我国旅游市场规模稳步扩大。其中，国内游22.36亿人次，比上年同期增长10.47%；出境旅游1.27亿人次，同比增长4.1%；上半年实现旅游总收入2.25万亿元，同比增长12.4%。可以说，旅游已经成为一种刚需，成为居民日常生活的必要组成部分。

与此同时，大型非旅集团加速进军旅游业、跨行业投资态势也很明显。2015年，BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)投资旅游业累计超过160亿元。同时，旅游企业并购重组和“走出去”步伐加快。首旅集团150亿元收购如家酒店集团；锦江集团国内100亿元战略投资铂涛酒店集团，境外13亿欧元收购卢浮集团。2016年，全社会旅游投资有望突破1.2万亿元，同比增长可达20%。

从另一个角度看，随着供给侧结构性改革深入推进，旅游已成为吸纳社会投资的重要领域和各地调整产业结构的重要抓手。上海财经大学旅游系主任何建民认为，我国正在进入旅游消费市场与旅游投资要素市场双向互动、良性循环发展的新阶段。目前特别需要通过旅游供给侧结构性改革，继续优化旅游消费市场与投资要素市场互动发展的模式。

供给侧结构性改革势在必行

在旅游业快速发展的同时，一些矛盾也随之出现。比如，旅游人数众多，需

求旺盛，旅游产品不够丰富，不能满足人们需要；旅游服务诚信不够，欺宰宰客行为时有发生；基础设施不完善，一到节假日，多数5A和4A级旅游景区人满为患。

供给数量不足、质量不高，直接影响了人们的旅游意愿和出行体验。目前，已有相当一部分人逢节假日便不敢或不愿出门旅行，选择宅在家里过节。

为提升旅游意愿和出行体验，有些地方不断增加旅游景点或以门票价格控制人流。事实上，增加旅游业供给不能单靠景区建设，更不能以门票价格调控流量这种“老套路”来抑制需求。因此旅游业要充分满足消费需求，还应当从供给侧入手进行改革，从旅游产品质量、管理水平、基础设施保障等层面入手，提高供给的数量和质量。中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏认为，要通过补齐短板解决旅游供给不足的问题。一是需要在强化旅游公共服务体系和丰富旅游产品体系上下功夫，二是要大力发展旅游新业态，促进旅游消费升级。

还有业内人士表示，供给结构升级缓慢、创新能力不足等问题是抑制居民现实消费需求的主要原因。有效供给能力不足的结果是，本来旺盛的现实消费，要么“储币待购”，要么通过境外购买来满足，产生“需求外溢”。

国家旅游局负责人表示，从目前的发展情况看，旅游业供给侧改革，最终目的是提高游客满意度，规范旅游市场秩序则是重中之重。

近年来，由于旅游市场火爆，一些旅游企业和导游为了赢得市场胡乱作为，低价招徕游客、强迫游客购物等乱象频繁出现，严重扰乱了旅游市场秩序。国家旅游局国庆前夕印发《关于做好2016年国庆节假日旅游工作的通知》，要求各级旅游部门节前和节中，加大对旅游服务质量监管和旅游市场秩序的联合执法力度，协调公安、交通、工商等相关部门，开展旅游市场检查，重点对旅游市场秩序、不合理低价团、虚假广告、购物点违法经营、非法“一日游”等问题进行检查。这对于规范市场秩序，净化市场环境有重要意义。

全域旅游值得期待

旅游业欲健康发展，必须做好供给侧结构性改革，从“景点旅游”向“全域旅游”转变，满足日益升级的消费需求。

国家旅游局局长李金早在今年年初的全国旅游工作会议上提出，我国旅游要从“景点旅游”向“全域旅游”转变。所谓“全域旅游”是指在一定区域内，以旅游业为优势产业，以旅游业带动促进经济社会发展的一种新的区域发展理念和模式，即把一个区域整体当作旅游景区，这是空间全景化的系统旅游。

旅游供给侧改革需要旅游行业针对现在游客的需求，提供有效的旅游产品供给。这就要求各地做好业态创新，从原来单一的观光型，转向休闲、度假、养生等新的产品业态。

发展全域旅游，推进供给侧结构性改革，在今年国庆假日旅游中已初显成效：俯卧的狮子、腾跃而出的海豚，一幅幅3D立体创意画跃上墙头，错落有致地出现在农房上，这里是全国3D第一村——浙江省湖州市长兴县虹星桥镇郑家村。来自武汉的游客王丽珍告诉记者，她每到一处墙绘前，都迫不及待地将这趟奇幻之旅记录在镜头之中。“3D彩绘确实挺有意思的，我真的是第一次来感受这样的景象，拍出来的照片感觉自己已经融入童话里面去了。”多年发展采摘游的郑家村，因为同质化竞争，游客逐渐流失。痛定思痛，他们积极

热评

思路一变天地宽

□ 郑彬

细细分析不难发现，当前旅游市场存在的诸多问题，归根到底是对更多更好市场供给的迫切呼唤，是对更好的公共服务和更多样化的市场服务的迫切需求。

旅游业贡献的GDP因为其绿色属性、辐射能力强，被称为黄金GDP，其重要意义毋庸赘言。我国旅游人口基数大，消费力强，需求旺盛，是盘活国内市场，拉动消费的重要产业和国民经济的新增长点。

看到这一层，不少旅游目的地靠山吃山，靠水吃水，依靠门票经济获利，而在旅游软硬件建设上欠账太多。几年、十几年下来，山还是那座山，水还是那池水，一到旅游旺季，游客短时间大量涌入，这些地区旅游配套设施不足、服务质量不高、管理手段缺失等诸多短板瞬间暴露出来，有时还会因事件突发而被放大甚至夸大，结果不但对地

寻找差异化路线，打开农业观光和亲子游市场，“十一”黄金周期间接待游客超过10万人次。

在全域旅游需求背景下，旅游方式多元化、旅游需求多层次的现象也越来越明显，旅游产品打造要更有深度、有更大作为。在宁夏，贺兰山·1958创意产业休闲区、华夏河图、瑞信小镇、中阿文化城、滨河新区文化广场……这些分别以音乐、美食、比赛、活动等为特色的自驾基地和项目，“十一”黄金周期间每天吸引游客都在1万人次左右，成为宁夏旅游新的热点和增长点。

驴妈妈CEO王小松说，当游客的聚焦点从“景点旅游”移到“全域旅游”，游客对旅游目的地信息需求和预订需求，就不再局限于传统旅游景区，而是扩大到全过程旅游信息和全区域旅游要素，这将为各类渠道端供应商带来巨大商机。大型旅游企业要做一张网覆盖全国乃至全球，更多提供规模化、标准化的旅游产品和预订服务；而地域化旅游信息与服务平台，则为游客提供更碎片化、非标准化的目的地信息与服务，满足游客的全域深度旅游需求。

区美誉度带来负面影响，也制约了旅游经济向更高水平升级。

随着大众休闲旅游时代的到来，国家旅游局提出，转变旅游发展模式，变革旅游发展模式。各级政府部门要落实好国家支持旅游业发展的政策，加快旅游基础设施和公共服务能力建设，充分挖掘旅游消费和投资潜力。同时，大力推进法治化，依法建设生态良好、管理规范、服务优良的旅游环境。

作为旅游供给的主体，企业则应研究好当下和未来游客的旅游兴趣点、兴奋点，从人的需求入手去关注健康养生旅游、研学旅游、养老旅游等新兴业态的发展趋势，创新旅游产品。

政府全力引导、企业守诚做事、人人文明出行，唯如此，我国旅游业才能在满足人民群众需求的过程中，继续健康发展，成为真正的国民经济支柱产业。



上海：

体验式消费开启新主流

本报上海10月7日电 记者沈则瑾报道：“十一”黄金周期间，上海围绕“新消费、新体验、新联动”这一主题举办了第十届购物节，服务消费、时尚消费、品质消费引领上海节日消费市场。众多商圈商家想方设法创新提升商品供给和服务水平，满足市民的多元化需求。

在上海大宁国际商业广场，这个时尚类街区各种活动不断。孩子们在创意大学堂里学唱歌跳舞，来自约旦的神奇沙瓶画；侏罗纪恐龙世界展区内，恐龙模型转动着巨大身躯，发出低沉的

咆哮，引来孩子们兴奋的大叫声。

游客最多的豫园商城在中心广场办起了非遗项目暨经典品牌文化展。展位内南翔馒头店、南市乔家栅、豫园梨膏糖、老城隍庙五香豆、永青假发、湖心亭茶楼、丽云阁扇庄、王大隆刀剪、童涵春堂展现了各自的经典产品和非凡技艺。看着西瓜雕刻师常师傅一会儿就在一只西瓜顶部雕刻出了牡丹花，游客们赞叹不已。常师傅展示的也是一项非遗技艺，他说，“没有十多年的功夫和耐心，练不成这门手艺”。

云南：

特色商品促销市场活跃

本报昆明10月7日电 记者周斌从云南省商务厅获悉：国庆假期，云南省结合本地产业优势和民俗文化特色，积极搭建消费促进公共平台，组织商贸企业因地制宜举办特色商品展、民族文化节、休闲旅游节等消费促进活动。同时，引导全省大型商贸流通企业通过农商联手、工商联手、银商联手、文商联手等多种方式，促进供需有效对接，以保障全省消费品市场商品丰富多样、价格稳定。

监测数据显示，假期中云南各地商

家大力促销，特色商品市场成交活跃。根据对云南省内各商场、超市、百货、餐饮等223家监测企业的销售数据统计，10月1日至10月7日，客流量累计达到241万人次，实现商品销售总额68917.87万元。各大商场、超市通过购物打折、礼品赠送、主题热卖、购套餐送礼品等促销活动吸引了大量顾客，消费市场得到有效刺激，销售额稳步提升。分析显示，云南各地消费热点主要集中在家用电器、音响器材、汽车、食品、服装及金银珠宝类商品。