

门票降价已成大势所趋

创意产品走出景区有大“钱景”

景区门票降价已是大势所趋。随着景区门票价格的下降,长期支撑景区收入的主力——景区门票收入随之减少,使得一些景区出现大力发展景区内商业、扩展景区二次消费以增加收入的现象,且有愈演愈烈之势。这就出现了一个悖论:景区管理方希望景区内商业越多越好;旅游者希望景区内的商业越少越好。

一方面,景区商业少影响景区收入,而多数景区或是社会投资、当地政府投资的新建、新扩建景区,或是需要每年大量维护资金的传统景区,均需要稳定的收入才能支撑其生存。另一方面,景区内商业多影响旅游者的观光、游览、休闲舒适度。景区内商业太多,会使旅游者不愿意游览并降低复游率。第三方面,景区旅游商品的同质化现象严重的问题早已成为痼疾,景区开发创意产品是大势所趋。但由于景区

的人流数量限制,景区回头客少,在景区购物出现问题难以解决,景区旅游商品价高质次的观念已在旅游者心中根深蒂固等原因,景区现已投入巨资开发的旅游创意产品在景区内的销售普遍不理想。

要树立景区创意产品向全社会销售的理念

旅游者不喜欢在景区内购物已成铁律,如果强迫旅游者在景区购物则违反有关法规。但没有任何规定对景区创意产品的销售范围进行限制。景区创意产品只能在景区内销售纯属有关景区的管理者自己设置的范围限制。景区创意产品完全可以大大方方地走出景区向全社会销售,故宫博物院的口红等创意产品已成功走出宫门,其销量远超在宫内销量。

要开发能在景区外热销的创意产品

一是在景区外热销的创意产品不仅是旅游纪念品。在景区内的旅游者由于受到景区环境的影响,还会关注景区创意产品中的旅游纪念品。但在景区外,购买景区创意产品的人已不是旅游者,而是社会人群,人们首先关注创意产品的实用性,然后才是创意产品的景区特色。

二是景区要挖掘自身的文化内涵,结合现代生活开发创意产品。不同类型、不同规模的景区要挖掘自身的文化内涵,结合现代生活开发不同文化内涵的各种类型创意产品。如:故宫、颐和园等开发口红比较合适,雍和宫就不适宜开发口红。雍和宫已开发的高品质香就很受人们喜爱。

三是景区要结合景区文化内涵,利用当地特色物产进行深度开发。很多景区的所在地都有丰富的特色物产,这些特色物产本身就有一定的知名度。但也普

遍存在着当地特色物产只是初级加工品,缺少深度开发的现象。

四是景区要打造自己的商业品牌。景区商业品牌包括:注册相关类别的商标;对景区各种IP进行保护;设定景区的视觉传达系统(景区特定的颜色很重要);建立景区品牌的授权管理体系等。

要建立景区外的创意产品销售渠道

随着互联网购物的不断发展,在景区外仅仅依靠传统商业渠道销售景区创意产品已经落伍。需要针对不同的消费人群,在景区外采取不同的销售渠道展开销售。充分利用景区独有的形象资源、文化资源优势,结合各种新媒体进行宣传和销售,在销售景区创意产品的同时,又把景区宣传了出去。

(人民网)

首尔将举办“外国游客欢迎周” 将重点关注中国国庆黄金周

韩国首都首尔市政府24日宣布,将于本月27日至10月6日举行“2019年外国游客欢迎周”,开展多种活动吸引外国游客。

首尔市观光体育局局长朱容台说,首尔市六大旅游区域的190多家商户将在“外国游客欢迎周”期间向外国游客提供优惠服务,涉及住宿、餐饮、购物、演出、娱乐等方面,折扣力度是历年之最。

同时,为方便自由行的外国游客,首尔市发行“欢迎周电子优惠券”,游客可以在“欢迎周”官网上查询消费打折和各类活动日程安排等信息。外国游客还可以在网

上免费领取K-POP露天音乐节的坐席票。朱容台介绍,由于日本管制对韩出口的影响,韩国旅游市场面临困境,希望通过举办“外国游客欢迎周”,为韩国旅游业注入活力。

这次旅游周正值中国国庆黄金周,首尔市打算与中国知名旅行企业合作,计划邀请15名中国网络博主帮助宣传韩国旅游和美食,以吸引更多中国游客。(据新华社电)

奥地利蒂罗尔州 举办旅游推介会 将和移动支付合作 以方便中国游客

奥地利蒂罗尔州旅游推介会近日在上海举办,据奥地利旅游界人士介绍,2019年与欧洲其他目的地相比,奥地利旅游业势头良好。引人注目的是,奥地利尤其在自由行细分市场的增长速度非常快,目前中国自由行客人比重超过30%。

2018年中国有近98万人次到访,约有140万人过夜,中国是奥地利旅游业最重要的亚洲市场,自2010年以来,年度入境和过夜住宿一直保持在两位数的百分比范围内增长(2016年除外),并且到2017年增长到最初的五倍。从2017年到2018年,达到8%的增长。最受欢迎的旅行时段是占比66.9%的夏季,尤其是在六月、七月、八月。由于“黄金周”的缘故,十月也成为了越来越受欢迎的旅游月,总共有10.6%的过夜住宿量是在十月完成的。同时,奥地利蒂罗尔州是热门的旅游胜地,针对中国游客,蒂罗尔州旅游局在2019年将和支付宝、微信支付深度合作,以吸引更多的中国游客前来打卡。从2020年夏天开始,中国游客可以在因斯布鲁克、基茨比尔、库夫斯坦、索尔登和圣安东,使用常用的付款方式简单直接地付款。(人民网)

万山红色综艺献礼国庆

《我为祖国守海岛》即将开播

为热烈庆祝新中国成立70周年,重温海岛卫士卫国戍边的峥嵘岁月,由万山海岛开发试验区指导、珠海万山镇人民政府主办、珠海今日传媒有限公司承办的大型公益活动的纪实节目《我为祖国守海岛》,将于9月26日起正式在各大视频网站播出。

记录激扬澎湃的岁月 重温海岛红色回忆

该节目以几十年来万山岛上军人驻守海疆、渔民安居乐业,军民鱼水一家亲的故事为主线,以“红色记忆、故事演绎”为表达形式歌唱新中国、礼赞新时代。展现出万山岛历史悠久的红色文化、自强不息的感人故事和重要事件;呈现出海岛人民努力奋斗、军民携手共创美好生活的愿景。《我为祖国守海岛》是一部能让广大观众全方位了解万山乃至珠海的作品。

召集祖国各地挑战者 献礼新中国成立70周年

作为极具创新的户外挑战真人秀,《我为祖国守



挑战者在节目录制中。(广供)

海岛》充分结合时下青年人的创意思法,通过召集四位“最美海岛卫士”挑战者参与三天两夜的拍摄,在精心设计的充满综艺感的挑战环节中与万山岛亲密对话。

四人携手完成“徒手海钓”、“渔舟唱晚”、“风暴角攀岩”、“参观要塞”、“寻找红井”等任务,再现万山经

典历史故事场景,展现万山岛特有的红色记忆、海岛文化、生态环境和特色物产,让观众在轻松愉悦的氛围中感受到万山岛几十年的风云变化、回忆军民勇立潮头无所畏惧的岁月。

献映国庆佳节! 唤起珠海市民回忆

经过长达四个月的筹

备、招募、拍摄,《我为祖国守海岛》定于9月26日起正式在今日头条、西瓜视频、腾讯视频、优酷视频等各大视频网站上线。网友可在以上平台搜索“珠海万山镇”或《我为祖国守海岛》点击进入观看。

《我为祖国守海岛》是万山海岛献给祖国的一份礼物,也是珠海市民对祖国的美好祝福。(广供)