

# 让“淡季不淡” 各地“做热”冬季旅游

近日,文化和旅游部办公厅发布《关于做好冬季旅游产品供给工作的通知》(以下简称《通知》),《通知》提出,要加快推进旅游供给侧结构性改革,丰富冬季旅游产品供给,满足广大人民群众不断增长的季节旅游需求。

《通知》强调,各地要进一步加强冬季旅游产品供给和宣传推广。首先,围绕“抓好质量提升,加强优质供给”,推出一批具有地方特色和季节特点的冬季旅游优质产品;组织开展一批群众喜闻乐见的冬季节庆民俗旅游主题活动;加强事中、事后监管,使广大游客享受高品质的冬季旅游产品,增强获得感和幸福感。同时,各地要加大对政策推动力度,加大对冬季旅游惠民措施、优惠政策和特色产品的宣传推广力度;要做好以互联网技术为支撑的互动推广与营销,提高冬季旅游产品的知名度。

## 确保“淡季不淡” 各地迎冬季做足准备

冬季一直是我国旅游业的淡季,今年,为确保“淡季不淡”,各地陆续开始对冬季旅游进行部署,争取实现“做热淡季,实现全年”。

今年9月,西藏自治区政府公布了新一轮“冬游西藏”市场部署和优惠政策,2月1日至4月30日,进藏游客可

享受旅游景区、星级酒店、旅游车辆、航空铁路、游客组团等多方面优惠政策。云南迪庆州拟学习“冬游西藏”的模式,对冬季赴迪庆游客在景区门票、住宿、交通上给予不低于5折优惠,助推迪庆开启全时旅游。

11月初,新疆旅发委召开重点旅游工作视频会议,就全区冬季旅游进行部署,明确“冬季旅游的总体布局要突出‘新疆是个好地方’,构成‘2+1+N’冬季旅游格局”,突出冰雪旅游,挖掘资源潜力,大力开发冬季旅游产品,完善冬季旅游基础设施建设,培育冬季旅游产业链,将“冷资源”变成“热产业”,打造冬季旅游核心支撑品牌。

除新疆外,其他西北省区也接连发布冬季旅游项目及优惠政策。其中,甘肃省全面推出5A、4A景区优惠措施,甘肃张掖计划举办一系列冬季节庆民俗旅游主题活动,青海、宁夏发布全境优惠举措,陕西推出联动滑雪卡、温泉卡。从西北各省发布的最新优惠政策来看,宁夏沙坡头、西夏陵、黄沙古渡,青海茶卡盐湖、丹噶尔古城景区、卓尔山、塔尔寺,新疆燕神木源、儿童冰雪乐园、古生态园等知名景区均在优惠之列。

为持续带动贵州冬季旅游升温,丰富游客冬季贵州的体验,贵州推出了为期90天(2018年12月1日至2019年2月28日)的冬季度假旅游主题推介活动

和优惠政策,贵州省A级景区向对口帮扶城市所在省(包括上海市、辽宁省、江苏省、浙江省、广东省、山东省)和港澳台居民免门票,向其余各省(区、市)居民实行门票挂牌价五折优惠。

吉林长白山宣布面向全球游客实行为期半年(11月1日至次年4月30日)的免除西、北景区门票政策。据长白山旅游局消息,今冬长白山将以“十二度粉雪”为主题,在竞技运动、全民健身、冰雪旅游三个方面同时发力,打造山地冰雪旅游“运动+景区”模式。

## 加强优质供给 促进冬季旅游繁荣发展

“文化和旅游部系统推进冬季旅游产品供给,对冬季旅游繁荣发展、减少产业波动具有重要意义。”北京联合大学旅游学院教授李柏文认为,发展优质冬季旅游产品,能够推动冬季旅游大众化与常态化发展,提高民众对冬季旅游的预期,减少季节对旅游设施的影响,提高旅游设施利用率,进而对冬季体育、养生、民俗、游学等发挥积极的带动作用。

中国旅游研究院博士韩元军认为,一方面,中国的冬季旅游产品类型相对较少,加强优质旅游,有利于丰富冬季旅游产品种类,满足更多民众的冬季出游需求;另一方面,当前东北地区的冰雪旅

游以及各地滑雪休闲已经形成新的消费热点,冰雪热为这些地方带来了大量游客。加强优质旅游,有利于新兴冰雪旅游目的地补齐公共服务和基础设施短板。

在抓质量、强供给方面,韩元军建议,一是增加冬季旅游产品创新,特别是在冰雪旅游与民俗文化融合方面,形成一批特色鲜明的冬季民俗旅游产品;二是加强道路等旅游基础设施和公共服务完善,冰雪旅游目的地要提升道路进入性,加强冬季旅游市场综合监管,防止欺客宰客等事件发生;三是要加强冰雪旅游、乡村旅游等品牌供给和需求引导,让游客去有品质的旅游目的地。“希望国家加大冰雪旅游等方面制度完善,增加冰雪旅游为核心的冰雪经济产业链长度和附加值,尽快推出国家冰雪旅游等品牌工程,让优质企业更兴旺。”

在加强宣传推广方面,李柏文分析,加强营销有利于稳定民众冬季旅游预期,进而刺激冬季旅游消费。“为进一步开展好这项工作,各地要分区开发冬季旅游产品,北方重点构建冰雪旅游产品体系,南方重点发展避寒旅游产品,同时全国各地可以适度发展室内冬季旅游产品。在冬季旅游设施方面,要尽量盘活已有设施设备,大力引进专业化发展冬季旅游专用设备设施。加强优质企业、优质服务团队、优质服务个人的培养与推介,提高冬季旅游服务水平。”李易

## 冰雪盛宴 淡季不淡

第20届峨眉山冰雪温泉节将开启雷洞烟云亲子狂欢季

本报讯(记者 赵蝶)记者从峨眉山景区获悉,11月7日夜间,四川峨眉山景区迎来了2018年冬季首场大雪。冬季峨眉山,银色世界,如童话般的梦境,美轮美奂。这里有亚布力的树挂,吉林的雾凇,海南的阳光,更有峨眉独有的“日出、云海、佛光、圣灯”四大奇观,吸引八方游客纷至沓来。

据悉,今年立冬日,峨眉山迎来首场大雪相较2017年立冬后11月22日的首场降雪时间提前了半个月。伴随着冬季降雪期的到来,一年一度的南国冰雪盛宴“峨眉山冰雪温泉节”大幕将随之拉开。按照目前的天气状况,预计今年峨眉山冰雪主题乐园的开启时间将会大大提前。为不辜负广大冬游爱好者的厚爱,2018年第20届峨眉山冰雪温泉节,瞄准亲子度假人群,打造峨眉山冰雪新体验,将开启雷洞烟云亲子狂欢季。在去年冰雪奇缘主题乐园的基础上,峨眉山景区将高山区雷洞坪滑雪场划分为“冰雪天地娱乐区”“童萌世界游艺区”和“配套功能服务区”三大区域进行提档升级,体现“好耍、欢快、互动、养眼、研学”五大亮点,期间“天天有活动,周周有精彩,月月有主题”。开展各式冰雪温泉互动,让游客互动中得到实惠,互动中主动分享。

2018年,峨眉山雷洞坪滑雪场诞生,成为四川首个高山滑雪场,填

## 四川阿坝州拥有世界自然遗产比重排世界第一

本报讯(记者 赵蝶)近日,记者从四川有关部门获悉,根据联合国教科文组织第42届世界遗产委员会会议通报:中国拥有世界遗产53项。四川阿坝州作为世界自然遗产的富集区,拥有九寨沟、黄龙、四川大熊猫栖息地3处世界自然遗产,占到全国13项世界自然遗产的23%,是全世界在一个地域内拥有世界自然遗产数量最多的地区。

九寨沟位于四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县境内,地处青藏高原、川西高原、山地向四川盆地过渡地带,南距成都约300多公里,是一条纵深50余千米的山沟谷地,总面积64297公顷,森林覆盖率超过80%。因沟内有树正寨、荷叶寨,则查洼寨等九个藏族村寨坐落在这片高山湖泊群中而得名。九寨沟是世界自然遗产、国家重点风景名胜区、国家AAAAA级旅游景区、国家级自然保护区、国家地质公园、世界生物圈保护区网络,是中国第一个以保护自然风景为主要目的的自然保护区,也是中国著名风景名胜区和全国文明风

景旅游景区示范点。

黄龙位于四川省阿坝藏族羌族自治州松潘县境内,是中国唯一保护完好的高原湿地,与九寨沟相距100千米,海拔1700-5588米,地貌特征是山雄峡峻。因沟中有许多彩池,随着周围景色变化和阳光照射角度变化变幻出五彩的颜色,被誉为“人间瑶池”。黄龙是世界自然遗产,世界人与生物圈保护区,国家AAAAA级旅游景区,国家重点风景名胜区。

四川大熊猫栖息地由世界第一只大熊猫发现地宝兴县及四川境内的卧龙自然保护区等7处自然保护区和青城山—都江堰风景名胜区等9处风景名胜区组成,涵盖成都、雅安、阿坝和甘孜共4个州的12个县,面积9245平方公里。四川大熊猫栖息地保存的野生大熊猫占全世界30%以上,是全球最大最完整的大熊猫栖息地;是全球所有温带地区(除热带雨林以外)中植物最丰富的区域,被保护国际(CI)选定为全球25个生物多样性热点地区之一,被世界自然基金会(WWF)确定为全球200个生态区之一。

## 评论

## 推动互联网＋旅游 为行业发展赋能增色

当今世界,正在经历一场更大范围、更深层次的科技革命和产业变革,以互联网、大数据、人工智能等为代表的新一轮科技革命正在深刻改变全球经济发展和人们的生产生活。

旅游行业也不例外。旅游与互联网的深度融合已是大势所趋,为文化和旅游带来了前所未有的发展机遇和全新空间。“旅游因互联网的灌溉,而更加生动、精彩;互联网因旅游的洗礼,而更加丰富、绚丽。”互联网让游客更便利。当前,互联网服务已经覆盖了旅游的行前、行中、行后全过程,为游客提供了“用得上、用得起、用得好的”服务。游客外出只需拥有一部手机,手指轻轻一点,便可完成攻略查询、酒店、机票、景区门票预订等;行程中,可以享受地图定位、电子导览以及网络购买纪念品等服务;旅行结束,可以使用社交分享、网络投诉等应用分享旅游心得,讲述旅游体验。可以说,互联网与旅游的深度融合,让游客“来一场说走就走的旅行”成为可能。

互联网让产业更强大。当前,互联网已经成为旅游行业创业创新的重要力量,不仅成为景区、酒店、旅行社等传统旅游企业转型升级的重要手段,也催生了大量互联网旅游企业,如OTA企业、内容营销企业、共享住宿企业、平台型企业。可以说,互联网与旅游的深度融合,极大地促进了旅游产业做大做强。

互联网让管理更规范。当前,互联网渗透到了旅游管理的方方面面,尤其是随着全国旅游产业运行监测与应急指挥平台等的相继建成和启用,全国旅游行业已经基本实现信息、服务集成化、市场营销精准化、产业运行数据化、行业管理职能化。可以说,互联网与旅游的深度融合,提高了行业管理效率,强化了行业服务能力,让行业监管更规范。

徐万佳

# “速度与激情”的视觉盛宴 2018 年中国全地形车锦标赛( 罗江站)举行

□叶思恩 本报记者 李鹏飞

11月10日——11日,以“古蜀德阳活力罗江”为主题的2018中国全地形车锦标赛(罗江站)比赛在德阳市罗江区白马关景区汽摩基地举行。本次比赛有来自全国各地的27支赛车队、70余名专业参赛车手汇聚罗江,竞技争雄,为观众献上一场全地形车运动盛宴。经过两天的激烈角逐,6个组别的选手分别决出了冠军季军。

据了解,本次比赛由国家体育总局汽车摩托车运动管理中心、中国汽车技术研究中心有限公司、中国汽车摩托车运动联合会、德阳市人民政府、四川省体育局主办,中国汽车技术研究中心有限公司情报所、中汽研(北京)汽车文化有限公司、《摩托车技术》杂志社、中汽摩联赛事运营有限公司、德阳市罗江区人民政府、德阳市体育局、德阳市旅游局承办。

在经过11月10日的初赛之后,决赛阶段比赛于11月11日下午14:30正式开赛。当天下午,选手们在比赛中争夺激烈,精彩纷呈,让现场观众近距离感受了一场“速度与激情”的视觉盛宴。

最终,山东超级马力车队包雪松获得凌鹰ATV运动车型组个人赛冠军;山

东明朗防暴门窗车队于现勇、孙少杰、孙鑫获得环松ATV通用车型组队赛冠军;甘肃庆阳陇威赛车杨永泽获得杰纳BAJA车型组个人赛冠军;北京弘健极限车队张磊获得公开UTV车型组个人赛冠军;山东FJ35越野工厂车队刘福军获得公开ATV运动车型组个人赛冠军;浙江独行侠体育赛车队杨文涛获得环松青少年UTV车型组个人赛冠军。

据悉,作为中国唯一的全地形车国家A级赛事,中国全地形车锦标赛因其专业的赛场建设、赛事设置、组织运营、宣传报道而得到了越来越多的关注,其强势的品牌效应正成为产业名片,同时也成为展现地方城市人文风貌,带动经济社会发展的新平台。本届大赛的承办地德阳市罗江区位于成都平原北部,隶属四川德阳市,属浅丘地貌,是全国首批生态示范县、国家级“农村人居环境示范县”,四川省历史文化名城、省级乡村旅游示范县、全国首批“运动休闲特色小镇”试点项目所在地,是集户外运动、三国文化旅游、养生文化旅游和休闲体育旅游为一体的最佳旅游目的地。

为促进文体旅融合,本届比赛期间,罗江还将举办一系列精彩的文体活动。



比赛现场

包括罗江郪家镇星光村举办“柚来,郪家嗨”罗江区第六届香柚乡村旅游节系列活动;举办“过关点将”健步走活动;举办德阳市乡村旅游联盟游客乐游罗江活动;举办罗江特色产品展销活动;举办罗江原创音乐会。

德阳市罗江区委副书记、区总工会主席、罗江区赛事组委会副主任何学军表示,希望借助全地形车锦标赛的成功

# 护照告别一次性 旅游消费变任性

等下趟,下一趟可能得等到两天后才有。“无奈之下,高志权在飞机上一路站到了大连。”“起飞的时候,我们几个人就在过道上面蹲着,用手拽着两边的安全带,免得我们都快跳出来了。”

相比入境的红火,中国公民旅游这才刚刚起步,出游人群以政府考察团为主,东南亚是大多数人出境游的启蒙地。高志权第一次带团出境是1993年,当时带着南宁市政府的考察团去泰国和香港。“那会儿办港澳通行证相当困难,但是去第三国的话可以不用办证在香港停留七天,所以一般中国团都是去东南亚顺带去香港。”

## 一次性护照用了好多年

一次性护照、密封导游证、带团照片……高志权至今还保留着不少这样的“老古董”。“以前的导游证都是有期限的,一开始是个小本,后来才变成卡片。”堆成小山的证件里,一个红色的本本最为特殊,这是中国旅游业起步阶段特有的一次性护照。

“1993年之前的基本都是一次性护照。”高志权说。上世纪90年代之前,老百姓根本没有旅游的概念,别说出国,连国内旅游都很少。需求量少,所以护照也都是“一次性的”。“每出去一次就要重新去办一次,太麻烦了,可是没办法啊。”

不仅如此,办护照需要的手续还特别多。“以前想办个护照别提多麻烦。”高志权回忆说,个人申请护照必须持户口簿、身份证,对方国邀请、档案所在单位盖章或街道办事处盖章、经济担保等资料,加起来能有一本书那么厚。作为导游,办护照一直是他最头疼的事情,不过他觉得自己还算幸运,因为有些人光准备这些办护照的材料,就得花一两年时间。

改革开放以来,中国公民因私普通

护照发生了十多次版本变化。高志权认为,变化最明显的一次是把“本护照前往下列国家和地区有效”改成了“本护照前往世界各国有效”。“别小看这短短几个字,省去了一次次办护照的麻烦,也说明老百姓出国的范围越来越大了。”如今,普通公民护照的有效期已经扩大到了十年,出国旅游真正变成了说走就走的一件事。

## 一下子买了五六块瑞士手表

这几年,中国游客给外国人最深的印象是买买买,从奢侈品到生活用品,每一样都是扫货的对象。不过,让人意外的是,中国游客刚开始走出国门时,最爱买的东西居然是黄金。“那会儿结婚都流行送金首饰,人们出国最爱买的就是黄金。”高志权说。当时在国内,黄金算是奇货可居。

令人意外的是,当时境外商家售卖假货的现象已经十分普遍。“有一次去泰国,一位老哥开始跟大家炫耀,说自己戴的金项链是花好几万刚在意大利买的,没承想一趟泰国回来后金项链就变黑了。”高志权说,有钱而且奸骗是当时外界对中国游客的普遍印象。

大概从2000年起,国人出国旅游最爱买的东西变成了奢侈品牌的包、手表等个人消费品。与之前买黄金屡屡上当不同,看重品质、爱去专卖店为国人购物新标签。“2008年奥运会之后,中国人的购买力达到了巅峰。”高志权回忆说,一位陕西客人曾在瑞士一家表店里一口气买了五六块手表,每块价值至少要五六万。“连包装都不要,买完就这么一个兜里揣一块带走了。”

如今,走出国门的国人仍在大量购买奢侈品,但是常购清单中,电饭锅、