**尚 度 瞭 望**

**SUNDO OUTLOOK**

主办: 北京尚度国际传媒有限公司 总第13期 2015年3月2日

目录

**政策动向**

* **国家旅游局将开展全国旅游市场秩序综合水平指数测评**

**行业观察**

* **国家旅游局关于2015年春节旅游情况的报告**
* **北京旅游进社区活动受到社区居民欢迎**
* **山东搭建品牌连锁渠道 突破旅游商品营销瓶颈**

责任编辑：崔超 审核：冯强

**国家旅游局将开展全国旅游市场秩序综合水平指数测评**

2月25日，国家旅游局印发《全国旅游市场秩序综合水平指数工作方案》，国家旅游局将于2015年第一季度正式开展测评工作，上半年发布全国部分省（自治区、直辖市）旅游市场秩序综合水平指数，下半年发布全国所有省级旅游市场秩序综合水平指数。

旅游市场秩序综合水平指数的确定采用定量与定性相结合的评价方法。“旅游市场秩序综合水平指数”，满分为100分。根据得分情况依次划分为A级 （>=85分），B级（>=75分，<85分），C级（>=60分，<75分），D级（<60分）4个等级。指标体系（2015年）主要包括4个方面，一是游客监督指数（满分30分），主要包括：旅游投诉案件情况、旅游投诉案件受理情况、旅游投诉案件处理效果等评价指 标。二是媒体监督指数（满分15分），主要包括：媒体曝光旅游案件情况、媒体曝光旅游案件处理情况等评价指标。三是实地核查指数（满分40分），主要包括：国家旅游局督办的旅游案件处理情况、国家旅游局组织明察暗访发现的案件处理情况、省级政府和旅游主管部门督办的案件情况、地市级政府和旅游主管部门查 处案件情况等评价指标。四是满意度指数（满分15分），主要调查游客对旅游市场环境、市场秩序、行业服务、投诉处理等方面的满意度情况。

国家旅游局将每季度发布一次评价结果，上一年度评价结果将作为国家旅游局支持地方宣传促销、项目资金安排、人才培训等扶持政策的重要依据。

**国家旅游局关于2015年春节旅游情况的报告**

一、旅游市场繁荣、游客需求旺盛

外出旅游已成为节日不可缺少的内容。今年春节期间，探亲访友与旅游叠加，旅游需求旺盛，形成了出行高峰。上海市共接待游客380.27万人次，同比增长 4.8%，实现旅游收入37.49亿元，同比增长4.9%；江苏省纳入统计的12家景区共接待游客298.08万人次，同比增长16%，实现旅游总收入 9622.52万元，同比增长7.5%；山东省17市共接待游客1480.2万人次，按可比口径，增长11.9%，旅游综合收入120.7亿元，同比增长 15.8%；湖南省共接待游客约1442.17万人次，同比增长18.18%；辽宁省共接待游客1478.4万人次，同比增长11.7 %；旅游总收入103.8亿元，同比增长12.4%。

二、民俗祈福、贺年游成为新春主导

春节期间，各地旅游节庆活动丰富多彩，以散客和家庭为单位的民俗祈福游、贺年休闲游成为市场主流。庙会、灯会游客最为集中。放假第五天，北京两大庙会客流逼近27万，创春节假期新高；江苏南京“苏台灯会”，截至大年初四已接待游客超过25万人次；各地旅游节庆活动深受欢迎。广西各景区共推出100多个主题节庆活动，吸引大批游客；贵州省推出“到贵州过大年”主题文化旅游活动90多项和30多条体验游线路，吸引各地游客感受年味。乡村民俗旅游亮点突出。春节前夕习近平总书记慰问过的延安、铜川、西安等地成为陕西旅游新热点。

三、温泉、冰雪、避寒游依然是节日旅游热点

 适于冬季开展的温泉、冰雪旅游项目节日期间吸引大量游客。吉林省各大温泉满负荷运营，滑雪场游人爆满、欢声鼎沸，纷至沓来的游客将“冷资源”变成了“热经济”；江苏扬州推出的“旅游天使”爱温泉、“泡温泉、送福袋”、“美食养生月”、“温泉+景区优惠大酬宾”等活动，吸引了大批市民和游客参与体验；贵州铜 仁石阡夜郎古温泉、思南九天温泉城日接待游客超过1万人次；湖南汝城温泉、魏源温泉、高洲温泉、灰汤温泉等温泉景区、酒店爆满，一床难求；海南游客乘坐飞机进岛数量增长4.44%，自驾车进岛数量增加5.85%，高端酒店订房率达到或接近80%。

 四、出境旅游继续高速增长  略    五、市场秩序良好，文明旅游成果初现  略 六、假日旅游组织协调能力提升 略。

**2015年春节假日旅游统计报告**

参照国家旅游局、国家统计局联合制定的《黄金周旅游信息统计调查制度》要求，全国31个省、自治区、直辖市分别对辖区内春节假日的接待规模和效益进行了统计调查，结果如下：

一、今年春节假日期间，全**国共接待游客2.61亿人次，比上年同期增长12.9%；实现旅游收入1448.3亿元，增长14.6%。**

二、在全国接待的2.61亿人次中，**过夜游客（仅限于住在宾馆饭店和旅馆招待所）为6150万人次；一日游游客为2亿人次。**北京、天津、承德、秦皇岛、沈 阳、大连、长春、吉林、哈尔滨、上海、南京、无锡、苏州、杭州、宁波、黄山、厦门、南昌、瑞金、青岛、洛阳、武汉、长沙、张家界、韶山、广州、深圳、桂 林、海口、三亚、重庆、成都、广安、贵阳、遵义、昆明、西安、延安、银川等39个重点旅游城市，共接待游客9283万人次，其中过夜游客为1600万人次，一日游游客为7683万人次。

**北京旅游进社区活动受到社区居民欢迎**

为深入贯彻国务院《关于进一步加快旅游业发展的意见》中提出的“把旅游业发展成为人民群众更加满意的现代服务业”和市委市政府“旅游便利化”等指示要 求，2014年四季度到2015年两节期间，市旅游委组织易游天下国际旅行社（北京）有限公司、中国环境国际旅行社有限公司、北京新华国际旅游有限公司及 微旅举办了“京郊旅游进社区——欢乐京郊游 美丽千万家”活动，该活动本着“便民、利民、惠民”的宗旨，将旅游资源带到白菜湾社区、红莲社区、马连道社区、三义里社区、新兴里社区等32个社区居民面 前，并将旅游社区公共服务工作深入展开。  
    本次活动深入社区帮助居民面对面解决实际出游困难，将优质、惠民、值得信赖的旅游产品、专业的旅游知识送到社区居民身边，同时培训出游常识、旅游维权等相关知识，为居民提供北京周边游产品展示及咨询服务，引导社区居民文明、安全、快乐出游。  
    经过精心的组织策划，活动生动有趣、别开生面，与国学讲座、美食DIY、中老年合唱团、BTV养生专题、医疗进社区、文艺社团进社区、走进社区残联、双节等丰富多彩的活动形式紧密结合，同时借助腾讯公司高科技手段，通过扫码惠、抽奖，把优惠和免费景区门票、机票、特价旅游产品送到社区居民手中，做到足不出社区，就能享受到便利和实惠。受到社区居民的热烈欢迎，其中东半壁、三义里等社区居民特意赠送了锦旗，中华网、搜狐、北青等20多家媒体联合报道。  
    为随时了解和掌握社区居民对旅游进社区活动的不同需求，活动期间，还发放了1800份问卷，数据统计分析显示，中老年人参加社区活动比较踊跃。年龄阶段在40岁以下社区居民占比17.6%，41-65岁社区居民占比58.6%，65岁以上社区居民占比23.7%。  
    问卷显示，社区居民除希望“旅游进社区”活动能够提供优惠、优质的旅游产品外，还希望能够在社区持续开展“社区大讲堂”，为居民宣讲旅游知识，此外能够组织社区居委会带队开展旅游活动，增强社区凝聚力。92%的社区居民对本次“旅游进社区”系列活动表示满意，社区居民一致反馈，在北京市旅游委、市民政局、 市社区服务中心的高度重视与支持下，本次“京郊旅游进社区——欢乐京郊游 美丽千万家”活动切实做到了为社区居民送“福”到家，送“惠”到家，希望类似于这样的活动可以持续开展。

**山东搭建品牌连锁渠道 突破旅游商品营销瓶颈**

当一个名叫“优特”的全省旅游购物连锁超市在山东省市、县的门店开到57家，聚集了3200多种山东特色正宗旅游商品，实现了“17地市特产一站式购齐”的夙愿时，山东本地人终于有了一个可以向外地游客推荐的土特产购买地。  
　　以建立品牌连锁化旅游商品营销渠道为方向，山东不但开始在长期困扰旅游购物的营销瓶颈上破题，还尝试探索集购物、购物文化体验、品尝名优小吃于一身的新模式，以“消费特色，品味文化”的全新旅游购物消费理念，让购物也成为充满文化范儿的全新旅游业态。济南特产城内的山东旅游纪念品集散中心，集结了山东17地市的旅游特产、旅游纪念品、特色工艺品，附近正在建设“山东100·名优小吃城”，将为游客提供集购物、美食、娱乐于一体的购物旅游新模式。  
　　搭建品牌连锁化营销渠道  
　　据山东省旅游局统计，2013年全省旅游总收入中，旅游购物1189.19亿元，占旅游总收入5183.9亿元的22.94%，列六要素之首。但与发达国家和城市旅游购物占60%的比重相比，山东的旅游购物还存在很大差距。传统的针对外地团队游客的旅游购物店已经不适应现代游客的购物需求，他们喜欢在空闲时间到受当地人认可的超市、商场，选购具有地方情感的平价土特产。这恰 好是山东在旅游商品营销方面的欠缺之处。“提升旅游购物短板不仅仅是旅游特色产品开发的问题，更重要的是相配套的营销环节的发展，不能脱离开商业服务业的 发展来单纯看待旅游商品的发展，旅游购物的整体提升应该建立在商业繁荣发展的基础之上。”王晨光说。  
　　在这样的背景下，在家电行业从业10年的靳鹏承担起了搭建山东旅游商品营销渠道的重任。“我最初的想法就是把国美、苏宁这种品牌化连锁的商业模式复制到旅游商品的营销中去。”品牌化、连锁化、大众化的旅游购物超市，根据各地旅游局的权威信息，超市实行原产地配货，聚集了包括“山东100”、“山东三珍”等在内的正宗特色旅游商品3200多种。

在济南特产城，按照17地市各自主题文化陈列的旅游商品吸引了大批市民和游客的关注，一串串辣椒、大蒜环绕的锦屏农庄里，摆设的全是沂源农家土特产； 店员对章丘特产“黄家烤肉美名扬、龙米金汤醉清皇、大葱冠为葱中王”的介绍，让不少游客对章丘心驰神往起来；生态滨州、孙子故里的贝瓷更是以优雅的姿态走进人们的视野……□