

热点话题

我省旅游纪念品市场亟待深度挖掘

□文/本报记者 张均

旅游纪念品是一个地区的名片,这张名片浓缩了地方文化和风物。于消费者,不仅是曾经“到此一游”,更是对旅游目的地天长地久的记忆与珍藏,于旅游目的地来说,旅游纪念品不仅能带来经济利益,而且能起到宣传促销、增强旅游地知名度的作用。

独特优势是纪念品开发的“富矿”

7月、8月青海旅游有多热、有多火,青海湖畔人头攒动的景致会给出答案;塔尔寺沿街绵延几公里的车队会给出答案;门源百里油菜花海,辨不清是人的脸还是花的笑,祁连仙境中醉卧密林深处的游客会告诉你来了就不想走,更不用说“万丈盐桥”的独一无二,集原始森林、丹霞地貌、民族风情等自然与人文景观于一体的坎布拉国家森林公园、土族和撒拉族奇异的民风习俗、隆宝滩自然保护区的黑颈鹤、可可西里的藏羚羊及遍布草原占全国40%和世界三分之一比例的牦牛……不消说,夏季的高原迷人、醉人更吸引人……青海地貌景观、水体景观、生物景观、人文景观的独特,造就了青海旅游资源的唯一性、独特性、多元性和不可复制性。青海是

避暑、科考、探险、自驾、旅游不可多得的“富矿区”,但与之不相适应的却是青海并未成为旅游纪念品消费市场的主战场。换句话说,作为文化与旅游结合的最直接载体,旅游纪念品在我省并未与旅游井喷状况同步增长。

青海交通职业技术学院学者梁平通过对青海高原特色旅游产品的价值、功能的分析,认为青海高原旅游产品类型齐全、特色产品价值高、功能优越,如果深入研究和开发,市场前景广阔。“青海省特殊的自然地理环境造就了大量垄断性的旅游资源,拥有众多“中国之最”,乃至“世界之最”。高品质和独一无二的自然资源 and 人文资源,再加上丰富多彩的文化特征的叠加,使得青海高原的生态

旅游资源具有独特的美学特征,使其在青藏高原、国内和国际旅游资源中具有独特的优势。”梁平的观点得到青海圣地藏阁文化旅游发展公司总经理谈慧的认同,对于有着从事旅游文化产业10余年经历的谈慧来说,我省旅游市场上销售较好的本地商品主要以虫草、唐卡、羊皮画、藏式毡帽、酸奶、牛肉干等为主,但是我省90多处知名景区里,旅游纪念品的零售,多数是粗加工,产品品种雷同,有特色、有创意、有内涵,具有纪念意义和收藏价值的产品太少。

据海北藏族自治州门源县回族自治县旅游局青海门源仙境旅行社的安玲经理介绍,有一位广东人,每年都会和自己的家人来门源百里花海边一位哈姓牧民家小住一段时间,这样的生活已经持续了近四年。白天和主人一同放牧、去野外撒欢,领略触手可及的百里花海随风舞动的韵律,傍晚和家人共度“家庭时光”,偶尔因灵感的“碰撞”让自己抑制不住创作的兴奋,常常洋洋洒洒千言欲罢不能,他的游记发到微博后,吸引很多游客慕名来访,但是作为资深游客,他也将遗

憾留在了微博里,“国内各地的旅游商品种类很多,但载体却很相似,都是些画册、茶具、挂件、摆件、花瓶等,所不同的只是产品上的图案。同时这些旅游纪念品缺少特色,相似度非常高,在其他地区普通商场里也能买到。很多游客都愿意购买一些体现当地文化、风俗民情的旅游纪念品和土特产品,但这样的产品在市场上很少。长期以来,由于买不到称心的纪念品,成为了许多游客旅游归去时的遗憾。”

来自西安的张女士对旅游有近乎痴迷的狂热,每到一地她总会购买一些最能代表当地的土特产、旅游纪念品分发给亲朋好友,可每当时时就比较犯愁,她告诉记者,在青海高档次的如虫草、昆仑玉等真假难辨、良莠不齐,且价格高,低档次的也似乎找不到适合大众消费且能拿的出手的纪念品。这让她想起了到青岛啤酒厂参观时哪些造型别致,价格亲民又突出当地啤酒文化的钥匙链、启瓶器、吊坠等纪念品。“好看实用不贵,便携别致有创意又立足本土文化凸显特色纪念品,哪个游客不心动?”张女士说。

旅游纪念品应该成为金矿

□文/张凌云

长期以来,我国旅游纪念品开发一直是旅游业发展中的短板,虽然有关部门先后举办过多次旅游纪念品创意设计大赛,但主要将旅游纪念品定位于工艺美术品和艺术品,不仅价格偏高,制作难度较大,而且品种单一,不能满足游客需求。因此,即使是这些大赛上的获奖作品,也很难变成具有商业开发价值的旅游纪念品。

从国外许多景点实例看出,旅游纪念品不同于我们传统理解的旅游工艺品,而是注重纪念性、符号性、知识性、创意性与实用性的有机结合。不是动辄上百、上千元的艺术精品,也不是具有投资价值的金银宝石、古董文物,而是几元、几十元起价名目繁多的小微商品。一般都是在日常生活用品上添加上景区的标志、文化符号等纪念性元素。许多看似平常的日用品只要稍加改造就可以成为旅游纪念品,关键在于其纪念性和实用性。

具有知识性的旅游纪念品还可以成为很好的科普工具,钢铁企业等工业旅游景点可将炼钢过程中的中间产品和形态做成“钢铁是怎样炼成的”旅游纪念品;黄河以其含沙量高而闻名于世,但位于三江源头的我省贵德县境内的黄河上游段,黄河水

清澈碧绿,如果将贵德黄河水做成旅游纪念品,其“身价”肯定高过饮用水。这都是旅游纪念品中蕴藏着的有待开发的金矿。

目前我国旅游正处于大发展时期,旅游消费旺盛,旅游景区开发粗放,过度依赖门票收入,而在旅游纪念品设计研发、生产制作和展示销售等环节上很少下功夫,旅游纪念品虽然属于小商品,但蕴藏着巨大的市场潜力,一个年接待量500万以上的景区,如果每位游客人均花费20元购买旅游纪念品的话,一年就是一亿元。与门票经济不同,游客每人每次只购一张门票,而旅游纪念品则不受此限,属于弹性消费,更何况互赠礼品是社会交往中的普遍现象,这是旅游纪念品开发的深厚市场基础。

换一种新眼光来看旅游纪念品,这是一座远未被开发的富矿,一座资源无限、创意无尽的金矿。



有创意,无市场,潜力待开发

与其他旅游产品相比,旅游纪念品更能显示出一个旅游目的地的外在形象、内在文化的综合水平,具有地域专属属性、排他性、垄断性及知识性、开发利用的持续性、形式多样的创造性。采访中,我省从事旅游服务、经营和旅游产品销售的内人士普遍认为,旅游纪念品是既有游客的亲身参与,又是独特唯一的存在,是使用价值和文化的统一。因此旅游纪念品市场中,不能没有“大美青海”的专属地位。

“就新纪念品的设计而言,我省不论

民间还是企业,都不缺乏‘金点子’的纪念品。近年来,我省旅游部门着力提高文化创意水平,加大旅游商品的挖掘、研发、策划、包装和展销力度,开发具有民族特色、地方文化特色、高附加值的旅游商品,并在中国国际旅游商品博览会上获得两金、1银、7铜的好成绩,为游客提供了众多可供选择的旅游商品。2013年,我省旅游购物比重增加到23.4%,不仅有效解决了省外游客走的时候‘带什么’的问题,而且通过“引进”消费拉动了我省轻工产业的发展,拉动了消费。”一

位不愿透露姓名的我省某文化传播有限公司老总说,对生产厂商而言,一个设计简洁明了、赋予乡土气息和文化符号的旅游产品开发,本来就不容易,但更大难点在于开拓销售渠道,虽然在开发旅游纪念品上,我省政府给予了企业、个人极大的扶持和帮助,但是因为多数景区的纪念品商店不愿接纳,所以才会有有一些新颖、有创意承载区域特点和文化内涵的产品,拿了大奖却并未走向市场的尴尬局面。

旅游六大要素中,‘购’目前还没有成为青海旅游热的“助燃剂”。旅游商品利润小是影响景点销售兴趣的主因。现在我省旅游商品企业的生产规模普遍不

大,生产成本相对较高,生产商进驻景点单打独斗,营销难成规模,能分给景点的利润有限。如果能在景区里打造出具有规模和特色的旅游商品交易区,成为景点的一部分,游客会满意,商家和景点的收入也会有很大提高。

我省具有得天独厚的旅游资源优势,清楚认识到地区旅游资源的特色,并根据实际情况开发特色旅游产品,必将带动其他产业的发展。保持旅游产品特色和影响力是一个持续不断的创新过程,是一个永恒的主题,开发特色旅游产品是发展旅游业的关键,从这个意义上说,我省旅游纪念品市场惟深度挖掘,才能走向一个新的高地。



土乡美酒敬远客



经过培训的土家厨师

图话生活

“农家乐”里乐悠悠

青海农村与牧区以美丽的自然田园风光而建的“农家乐”、“藏家乐”等是农牧民向城市现代人提供的一种回归自然从而获得身心放松、愉悦精神的休闲旅游方式,以“住农家屋、吃农家饭、品农家茶、喝农家酒”,大受城市人的欢迎。同时农家乐的发展,对促进农村旅游、调整产业结构、建设区域经济、加快

农业市场化进程产生了良好的经济效益。互助土族自治县威远镇白崖村土族农民董占莲、刁永兰等抽丝几人开办的“董氏农家乐”,甚是火爆。由于她们家的菜是自家种的,清油是自己榨的,鸡、猪、羊都是农家养的,与众不同,深受游客欢迎,慕名而来的游客络绎不绝。本报记者 杨展星 摄



喝一杯香甜的奶茶

记者观察

为了缓解省城“打车难”、私家车非法营运等城市交通问题,西宁市自2014年5月底向西宁市区投放150辆电召出租车,二个多月过去了,如今电召出租车运营得怎么样?市民对此是否认可?在城市交通中是否有效发挥了它的作用?近日,记者就此进行了采访。

几日前,由于下雨天气带来的出行不便,记者随即拨打省城96360电召出租车电话,通过和电召中心、司机的三方通话预约了西宁市电召出租车,亲身体验了一把如今省城电召车带给市民的方便与快捷,及电召车司机热情的服务。

在拨打电话后不到20分钟,电召车就到达记者指定的乘车地点。在乘车过程中记者了解到,司机李师傅是第一批经过培训上岗的电召车司机,他告诉记者,他们经过了半个多月严格的培训,如礼仪服务、车载设备操作须知等,并且通过了培训之后的技能考试如侧方停车、移库等考试项目,所有考核合格后才能正式上岗。李师傅告诉记者,上岗时,他们要身着统一工装、运用标准的普通话,必要时还需要简单的交际英语,他说:“如今来青海旅游的外地游客和外国朋友越来越多了,作为标志城市窗口的一员,我时刻感到自己的重要性,所以对自身的要求也就高了!”此外,通过与李师傅交谈,记者得知,他们每天工作时间为7时至24时,所以全天24小时都可以提供预约和随召服务,提前打电话预约,就不会因为打不到出租车而延误时间。据了解,如今,西宁市每日成功预约电召出租车的数量约有200多次,预约成功率达80%。

同时,记者从西宁市诚通交通建设投资有限公司了解,西宁市的150辆电召车中,除了120辆空间大、安全系数高、舒适感高的普通“天籁”电召车外,还有30辆“英伦车”专门为行动不便的老年人和残障人士订制,该车空间较大,可同时乘坐4到5人,且车内后排空间安装有私密性设置,设置按钮一打开,驾驶员便无法听到后座谈话内容。此外,所有的电召车辆统一安装有服务评价器、安全报警器、摄像头、智能顶灯、LED显示屏及6处安全气囊设置的车载终端设备。目前,所有投入运营的电召车辆车载设备已经过三次更新,一开始出现的信号失联的问题也已解决,同时车辆电子“西宁市出租汽车驾驶员服务卡”、驾驶员签到卡槽、摄像无线传输等功能也已更新完善。

据了解,电召出租车跟普通出租车是有区别的。电召出租车不接受路面扬招,不实行游车揽客,是“公车公营”的模式经营。它的营运价格是电召服务费5元/次,市区3公里内(市区范围:东至小峡口、西至严小村、南至徐家寨、北至后子河)起步价为15元,单公里运价1.8元/公里。同时,根据市民要求开通了西宁周边各景点(如:青海湖、塔尔寺、瞿昙寺等)商务旅行、团体旅游的包车服务,费用按行驶时间和行驶里程综合计算。(全天包车:8小时、160公里/600元,超出160公里,每公里收费3元)。在青海宾馆、文化街、西门体育场等10地设立电召出租车停泊点,方便市民在市区内任何地点都能得到电召车安全、高效、便捷的服务。特别是有特殊需求的老、弱、病、残、孕乘客,以及在特殊时段、偏僻地区、恶劣天气出行的乘客提供及时、方便的服务。

电召出租车：让市民出行更便捷

文 记者 谭梅

质量播报

上海:三成电灭蚊器存质量问题

日前,上海市质量监督检验检疫管理局针对市场上销售的电灭蚊器进行了专项监督抽查,结果发现,近三成电灭蚊器存在严重质量问题,其中包括飞利浦、家博士、美嘉宝等品牌。

此次上海市质监局共抽查了该市生产、销售和网店销售的70批次电灭蚊器产品。经检验,不合格产品21批次,包括飞利浦、家博士、美嘉宝等超市外,知名网店亚马逊、易迅网、1号店和玛玛斯旗舰店(天猫)等也名列其中。

械危险、结构、对触及带电部件的防护、电源连接和外部软线等方面。据介绍,电加热器工作温度不合格容易埋下火灾隐患,而“电源连接和外部软线”存在问题容易导致短路引发火灾和触电。

值得关注的是,此次监督抽查还将网店销售产品纳入其中,结果发现不合格产品除了现身乐购、大润发、麦德龙等超市外,知名网店亚马逊、易迅网、1号店和玛玛斯旗舰店(天猫)等也名列其中。

生活提示

外出旅游八项注意

- 1.要有周密的旅游计划。即事先要制定时间、路线、膳宿的具体计划。带好导游图、有关地图及车、船时间表及必需的行李(衣衫、卫生用品等)。
- 2.带个小药包。外出旅游要带一些常用药,因为旅行难免会碰上一些意外情况,如果随身带上一个小药包,做到有备无患。
- 3.注意旅途安全。旅游有时会经过一些危险区域景点,在这些危险区域,要尽量结伴而行,千万不要独自冒险前往。
- 4.自觉遵守公共秩序。任何时候、任何场合,都要自觉遵守公共秩序。
- 5.爱护文物古迹。旅游者每到一地

都应自觉爱护文物古迹和景区的花草树木,不任意在景区、古迹上乱刻乱涂。

6.尊重当地的习俗。我国是一个多民族的国家,许多少数民族有不同的宗教信仰和习俗忌讳。在进入少数民族聚居区旅游时,要尊重他们的传统习俗和生活中的禁忌。

7.注意卫生与健康。旅游在外,品尝当地名菜、名点,无疑是一种“饮食文化”的享受,但一定要注意饮食饮水卫生,切忌暴饮暴食。

8.警惕上当受骗。“萍水相逢”时,切忌轻易深交,勿泄“机密”,以防上当受骗造成自己经济、财物上的损失。