

红色旅游全面启动 会奖旅游锦上添花

■ 本报记者 胡心媛

日前,为重温革命历史、传播红色精神文化,由国家旅游局及全国红色旅游工作协调小组办公室主办的全国红色旅游景区迎接建党90周年活动月已正式启动。记者从国家旅游局获悉,在中国共产党诞生地——浙江嘉兴南湖启动的这一全国红色旅游活动月,将持续至今年的7月23日。

据记者了解,其实,国内各大旅行社面对即将到来的“七·一”,早在几个月前就都已推出了多条红色旅游线路,同时,更为特殊的是,今年的会奖旅游也将红色之旅作为了首选。

与往年相比,今年的7月1日,有着更为重要的历史意义,中国共产党迎来了建党90周年。红色旅游经过几年的发展,已成为中国旅游业新的增长点。目前,伴随2011-2015年第二期红色旅游发展规划纲要编制工作的完成,红色旅游将迈入新的发展阶段。

会奖旅游融入红色旅游

提起红色旅游,或许很多人会认为只是单纯地到革命发祥地参观,但实际上,红色旅游是把红色人文景观和绿色自然景观结合起来,把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型主题旅游形式。

中国旅游研究院原副院长石培华表示,作为一种新型主题性旅游形式,红色旅游的最大魅力与吸引力在于对其内涵充分、深入的挖掘。为此,石培华告诉记者,红色旅游发展规划纲要不仅将新中国成立以来,特别是改革开放以来所形成的纪念地、标志物及其所承载的红色历史、红色精神划归进红色旅游范畴,增强了红色旅游

的时代性,还将自1840年以来,不同历史时期的、以爱国主义和革命传统精神为主题的、具有代表性的重大事件和重要人物的历史文化遗存纳入了红色旅游发展范围,在体现出历史传承性的同时,也更好地展示了一百多年来中国从贫弱、落后走向民族解放、富强、兴盛的历史进程。

从国家旅游局公布的相关数据显示,预计到2015年,全国红色旅游年出行人数将突破8亿人次、年均增长15%,占国内旅游总人次的比重提高至四分之一;综合收入有望突破2000亿元,年均增长10%;累计新增直接就业50万人、间接就业200万人。红色旅游的市场空间将大幅提升,继续保持健康向上、可持续的发展态势。

随着红色旅游的渐入佳境,红色旅游开始朝着多元化的方向发展了。今年,会奖旅游的逐步地融入,充分体现了红色旅游的多元化。“其实,纪念革命不仅仅是让后人回顾,更应该让后人‘走进’历史,红色旅游景点不能孤立开发,要与周围的资源整合起来,才能产生集聚效应。”石培华表示,“红色旅游与会奖旅游的融合让旅游有了新亮点,同时还是旅游发展的重要增长极。”

红色会奖旅游拉动陕西旅游业

2011年的世界园艺博览会于4月28日在西安拉开了帷幕。由于恰逢建党90周年,以西安世园会为主的会奖旅游和延安红色之旅成为了拉动西安旅游增长的重要因素。中国贸促会陕西贸促分会相关负责人表示,世园会的成功开幕使得今年的会奖旅游与红色旅游非常好地联系在了一起,海内外到陕西旅游参观的游客也有很大幅度的增加。

陕西延安是红色旅游的必去之地。众所周知,延安在中华民族历史上写下了辉煌

的一页。民族英雄刘志丹、谢子长创立的陕北革命根据地,成为中央红军长征征战的落脚点。从1935年到1948年,延安是中共中央的所在地,是中国人民解放斗争的总后方,13年间,这里经历了抗日战争、解放战争和整风运动、大生产运动、中共七大等一系列影响和改变中国历史进程的重大事件。在延安的窑洞里,处处都记录着革命奋斗的点滴。

红博会带动江西红色之旅

江西作为红色革命根据地,一直以来,都以红色旅游产品为主。而在2011年,江西的红色旅游呈现出了更为“活跃”的态势。

据了解,由江西省政府和国家旅游局主办的中国红色旅游博览会(以下简称红博会)7月1日在江西南昌举行。到2011年,江西已举办了六届红博会。记者了解到,今年的红博会标识将主题口号“红色旅游·红歌嘹亮”融入其中。全国的14个省(市)旅游局和16个重点红色旅游地将共同参与。据悉,今年红博会包括开幕式暨全国红色旅游地庆祝建党90周年大型情景演唱会、2011中国网络红歌大赛和2011中国旅游工艺品交易会暨第四届中国旅游工艺美术作品设计(创作)大赛等系列活动,都将于7月1日在南昌开幕。



延安新闻纪念馆

本报记者 李春红 摄

江西省副省长朱虹在近日举行的红色旅游工作领导小组会议上表示,举办本届红博会,是深化对发展红色旅游的认识,弘扬井冈山精神,以红色旅游为途径,以红色经典歌曲为载体,用红色文化鼓舞群众并占领网络思想政治教育阵地的创新探索,与此同时,红博会和中国旅游工艺品交易会等系列活动的举办还将带动江西会奖旅游业的发展。

京沪高铁推进历史与时尚的融合

京沪高铁将在6月30日首发。京沪高铁的开通,势必将吸引更多的游客往返于京沪之间。

上海在中国共产党历史上的地位举足轻重。中国共产党的第一次全国代表大会就是在上海召开的,党的第一次全国代表大会正式宣告了中国共产党的诞生。因此,作为中国共产党诞生的见证,上海在红

色旅游市场占据着不可小觑的位置。

据记者了解,上海现今有近60处红色旅游景点,20个红色旅游基地,近些年来,上海已逐渐培育、形成了开天辟地、英烈丰碑、文化先驱、伟人风范、走向未来等5大红色旅游经典景区。这批红色旅游景点,因其“经典与时尚相互交融,传统与现代交相辉映”的独特魅力,将上海打造成为全国最重要的红色旅游目的地之一。

对于上海红色旅游未来发展之路,上海旅游行业协会景区分会会长费振选认为,应该继续勇于创新,结合上海特色增设让游客感兴趣的项目和活动,加入高科技元素,让红色旅游“活起来”。

会奖城市

Web 2.0时代的主题商务旅行

■ 本报记者 袁 远

什么是真正的主题商务旅行?会奖游客如何在主题旅游中收获到非比寻常的体验和“量身定制”的成功感。太美旅行研究院院长郭明,也是最早提出Web 2.0时代的“特殊”旅行方式——主题旅行的业内行家,将对主题旅行市场、产品、服务及趋势作出分析,让我们看清主题商务旅行的“真面目”。

记者:目前,很多国内外旅游局和旅行社都在推主题商务旅游,但往往流于笼统和人云亦云,您认为主题商务旅游的真正内涵是什么?

郭明:刚开始,我自己都认为主题旅游是在玩概念,玩形式。其实,主题的“外衣”之下,是趣味、思想的汇集。完整的主题旅行应该包括主题、主人和主地三个元素。主题,就是一次旅行所呈现出的旅行体验关键词,比如寻找幸福、纪念泰戈尔、探寻经济危机的源头等;主人,是旅行的号召者,也是旅行中的专家和知识的分享者,这就是所谓的“旅行不在于去哪里,而在于与谁同行”;主地,是旅行的目的地,根据旅行的主题制定专属的行程安排。三大元素的碰撞让旅行具有了更加丰富的价值和生命,也使旅行本身还原了其传承智慧和分享幸福的本来意义。

另外,主题旅游还有一个内涵,就是以客户需求为导向。这一点尤其体现在商务、会奖旅行的设计中。事实上,主题往往源于客户需求,而不是旅行服务商的想象。如果对于客户需求完全不了解,只是想把产品包装成某个主题,以便卖给客户。那就会出现目前市场上滥竽充数的所谓主题商务旅行。

记者:您曾经提出Web 2.0时代的旅游方式,那是一种什么样的方式?

郭明:Web 2.0在网络世界最大的特点是交互性,参与网络的人不再只是围观者,也是网络文化的参与者和设计者。在主题商务旅游中,客户也应具有中心地位,他们的偏好形成了旅行的主题。很多主题旅行的创意来源恰恰是客户,他们有很多天马行空的想法,往往是很好的主题创意。特别是在他们的微博里,一点一滴的思想、爱好、感受,都能形成很好的旅行主题。当然,之所以很多的创意能够融入旅行,也是缘于旅行本身的强大包容性。作为一段生活的全部,旅行能够实现的创意范围非常大。

记者:在具体的主题旅游行程安排和活动方式上,如何才能让旅客真正体会到旅游目的地的不同凡响之处?

郭明:常规的旅行产品主要包含六要素,即吃住行游购娱,在太美研究院的设计规范中,还要加入“人事物地”四个要素。人,即与旅行主题相关的专家、学者及当地具有影响力人士;事,即与旅行主题相关的事件、活动等;物,即与旅行主题相关的物品、资料等,比如旅行归来,根据旅行时的体验专门制作的一首MV,或是一本书;地,即与旅行主题相关的非常规目的地或特殊场所等。此外,我们还提出人体旅行体验工程学,强调人在旅行过程中的六觉体验,即视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉和感觉,一

缕轻音、一阵稍纵即逝的香气都是我们在旅途中的收获。

记者:非常赞同您关于“因趣而聚”的旅行思想,趣味相同的人更有可能对同一种主题的旅游感兴趣,那么针对高端商务人群,你们的旅行设计、安排有何特别之处呢?

郭明:我们曾经对高端商务人群做过旅行需求分析。相比普通游客,他们更注重“圈子”,认为“和谁去”比“去哪儿”更重要。在有为影响力的商务人士设计旅行产品时,首先要强调的是服务,这包含了线路设计、安排与全程的服务。对此,我们有着严格的产品设计及服务规范。第一,强调私密性,不会外泄任何客人的信息;第二,强调主题性,让旅行成为一次生命的修行;第三,强调稀缺性,让商务人士在旅行中得到非同一般的体验;第四,强调专业性,要尽可能为客人安排最专业的旅行管家和旅行顾问团队;第五,强调服务管理,注重服务流程和细节管理。

记者:请为我们例举一个完美的主题商务旅行。

郭明:比如我们组织的一次企业家去不丹的“寻找人生幸福”之旅。选择不丹不仅仅是因为那里浓郁的宗教氛围,而是在不富裕的生活条件下,不丹却成为了世界上最幸福的地方。这里的幸福与GDP无关,不丹关注的是国民幸福指数(GNH)。我们穿着绣有自己名字的不丹民族服饰,举行了篝火晚会,平时日理万机的企业家们彻底融入了不丹的轻松生活中。晚会一直持续到凌晨,回去的路上,对歌都还在继续。我当时的感觉就是,简单就是幸福。

我们会见不丹国师的时候,大家围绕不丹式的幸福和国师进行了交流。国师说,不丹很多人都在西方接受了高等教育,之后,又回到了不丹。他说:“在不丹不需要谷歌,每一个人都是谷歌,因为每一个人都知道要去的方向。”这个问题,我们在不丹的寺庙中品茶时,就曾进行精彩的讨论,“方向感”成为一段时间的关键词。世外桃源般的不丹带给我们的不仅仅是一次轻松旅程的享受和简单的身心放松,也带给我们很多的感悟和思考。

记者:很多国内旅行社都抱怨出境之后,国外地接的服务水平参差不齐,如何确保精心设计出的主题旅行,能在合作过程中品质不流失呢?

郭明:再完美的行程设计,如果服务没有严格的质量控制,客户体验都很难有保障。对此,太美开发了自己的供应商管理系统,以此实现供应商的准入、评级和清退。每个供应商的服务细节、客户反馈信息以及业务人员的评价信息都将进入供应商管理系统,旅行服务人员在选择供应商时,可以清楚地知道每个供应商的优劣势、服务质量和资源情况。供应商管理部门定期会组织综合评定,通过评审,公布一定时间内各个目的地的首选供应商、推荐供应商和备选供应商。

业内关注

2011底特律国际汽车先进制造技术展

2011年10月3日至8日 地点：底特律COBO CENTER

展览产品：

- 凡与汽车制造技术有关之产品如：
动力系统，传动系统，底盘系统。
悬吊系统，转向系统，空调系统，
刹车系统，汽车电子展览产品
- 先进材料技术，如高张力钢板，轻金属（铝，镁，钛）
- 先进成型技术，如锻造，铸造，金属粉末冶金，旋压，液压成形。
- 绿色能源及电动车零组件
- 汽车安全控制系统
- 汽车结构设计与模拟分析
- 测试与验证
- 模具，夹具，治具
- 生产线自动化
- 专业用手工具，及气动工具
- 汽车零配件及组件
- 其他先进制造技术
- 其他先进创新产品
- 其他系统工程，管理技术及软体

主办单位：底特律国际展览公司

协办单位：中国汽车零部件工业公司

其他单位：



www.diamts.com