

苏州市研学游市场供需两旺发展前景广阔



学生在李良济国药馆参观学习

尽管距离暑假还有一个多月的时间,但各家旅游平台的研学线路产品早已全面上线。业内专家纷纷将2018年称为研学旅行的爆发大年。根据中国旅游研究院发布的《中国研学旅行发展报告》,未来几年内,研学旅行

市场总体规模将超千亿元。记者在采访中发现,面对市场需求正旺、旅行社亦步亦趋的现实,苏州研学游市场呈现供需两旺的景象。

《中国研学旅行发展报告》指出,随着研学旅行成为在校学生的刚需,未来3到5年内,研学旅行的学校渗透率会迅速提升。据不完全统计,研学旅行市场总体规模将超千亿元,加上成年人和老年群体的研学旅行需求,市场规模将进一步扩大。“旅游+教育”不仅仅是产业融合层面的需要,还关系教育水平提升、国民素质提高。

苏州市一直比较重视研学游。苏州市旅游局市场处处长胡才明告诉记者,研学和亲子是这两年苏州市旅游局主推的两大主题

游。“作为全国首批研学旅行试点城市,苏州的研学旅行市场发展较早,因而相对较为成熟。无论是旅游资源还是相关的旅游产品都比较丰富,像苏州评弹、苏州刺绣、水乡古镇文化、酿酒、智能机器人等主题线路,都极具文化体验性,因而深受孩子们的喜爱。”

胡才明表示,在研学旅行方面,苏州做到了“全域发展”。他告诉记者,目前市场上口碑较好的产品不仅来自文化景点,很多酒店推出的“游泳培训”“果蔬采摘”线路,在多年的发展过程中,也经受住了市场的考验,得到了游客的认可。“部分酒店甚至做到了将研学旅行渗透到了每一个房间,除了书香气息的屋内布置,房间电视里的专题片也都在讲述与文化有关的研学产品,此外,很多企业也在兴建研学场地,加入到了苏州研学旅行的队伍中来。”

最近,苏州市平直实验小学三年级组织的一次感知蚕桑文化的一日研学游活动,由于知识点丰富,涉及面很广,再加上孩子是第一次接触蚕桑文化方面的知识,受益颇深,因

而都觉得很值得。

但是,记者采访时发现,研学游市场发展并不平衡,品质也有很大差异。特别是研学游机构的机构增多,由此带来的市场上的低端同质产品变多。但胡才明表示,由于苏州市场发展较为成熟,各方面已经形成了常态化发展模式,同类产品的价格一直比较稳定,不会出现大起大落的情况。

业内人士认为,未来的研学旅行市场大有可为。研学旅行可以说是对学校教育与家庭教育的一个补充,这种“在路上”的发展模式让孩子在与自然、天地对话的过程中得到了成长,因此是适应时代潮流的。同时研学旅行的市场需求持续不断地被释放,因此市场热度持续上升也是必然趋势。

胡才明表示,研学旅行的组织方应不仅仅是某一垂直领域的专攻者,而应具备旅行、教育等多方面资源整合的能力,而与此相对应的,今后研学旅行的主题也会不断扩大,每一家专业机构都会探索适合自己在研学领域的道路。

北美地区市场推广成果新闻发布会成功举办

记者从苏州市旅游局信息处获悉,5月23日,苏州市旅游局在本色美术馆举行2017至2018年北美地区市场推广成果新闻发布会。苏州市旅游局副局长朱峰在新闻发布会上致辞。

在过去一年中,市旅游局针对北美市场推广了以“苏州制造,本地专家带你发现流光溢彩的苏州”为主题的年度推广活动,使苏州在北美地区的国际旅游品牌形象和知名度进一步提升。

去年5月以来,苏州市旅游局针对北美市场推广了以“苏州制造,本地专家带你发现流光溢彩的苏州”为主题的年度推广活动,取得了一系列令人欣喜的成绩。其中,北美地区社交媒体浏览量突破2500万次,吸引了超过24万名新粉丝的关注,Twitter粉丝数量更是取得了在中国众多旅游目的地中名列前茅的好成绩。

“苏州制造,本地专家带你发现流光溢彩的苏州”推广项目以不断提升苏州国际品牌形象为目标,积极吸引北美游客到访苏州为使命,通过自有社交媒体账号运营、线上线下特色活动、TraveltoSuzhou.com英文网站开发与运营、知名品牌合作以及北美全媒体覆盖,从品牌形象和市场推广的战略角度将苏州打造成“不可错过的旅行目的地”。同时,结合与北美权威旅游运营商的深度合作,特色旅行产品的开发和销售,将北美游客真正带到苏州,体验“苏州制造”、探索“流光溢彩的苏州”。历时一年的运营与推广,苏州市旅游局自有社交媒体账号影响力在北美地区实现指数级增长。其中,Facebook和Instagram粉丝数量分别突破60万和1万大关,Twitter粉丝数量超过11万,粉丝数量在国内城市境外社交媒体平台账号中均位居前三名。YouTube上有关苏州目的地的视频浏览量更是超过了5.7万次,社交媒体达人Kelly Ferro以“苏州制造”为主题,为苏州拍摄4个“大师系列”视频。截止到目前,线上显示次数超过110万次。

在过去一年的推广活动中,打造了备受北美消费者青睐、有丰富互动性、学习意义以及体验式的市场推广活动,也收到了非常好的市场反应。其中,去年9月17日,苏州旅游亮相第69届艾美奖,在颁奖典礼后台,举办了一场引人注目的苏州礼品赠送节目,其中仅REELZ一家的电视报道就覆盖了17,100个北美家庭;为庆祝去年12月15日的国际茶叶日,苏州市旅游局在美国纽约时代华纳购物中心,具有苏式特色的临时茶馆内举办了一场苏州茗茶品鉴春茶品鉴活动,活动共覆盖12万余名消费者、媒体、旅行社、旅游运营商和达人;2018年中国春节期间,苏州旅游现身NBA华盛顿奇才队新春赛场,与北美篮球爱好者共庆新春,此次活动覆盖1.7万余名现场观众和25万余名电视观众;今年3月24日和25日,苏州旅游将苏式园林之美带进美国旧金山,为一年一度的梅西百货花卉展献上苏派盆景,共有70多名参与者近距离观赏了优雅的苏式盆景,并学习到盆栽植物的栽培与料理方法,此次活动的线上媒体显示次数达到390万次。

在过去的一年中,北美地区知名媒体对苏州的正面报道达2500多篇,全媒体呈现次数达17亿次,苏州旅游英文网站www.traveltosuzhou.com浏览量增长了35%。除此之外,苏州市旅游局注重与北美地区权威旅游运行商的合作,成功的将苏州特色、文化、故事转化成北美消费者可以获得的旅行产品,真正将北美消费者带到苏州。目前,已有90多家北美旅游运营商正在销售包括苏州行程在内的380多个旅游套餐。苏州更是成为唯一一个被北美最大且最具影响力的旅行社集团Travel Leaders认证为首选目的地合作伙伴的中国城市。

苏州市旅游局调研阳澄湖半岛旅游度假区

5月25日上午,苏州市旅游局一行调研阳澄湖半岛旅游度假区。

调研组一行实地考察了华谊兄弟电影世界、紫一川日式温泉度假酒店,并与相关负责人详细了解项目进展情况及下一步运营计划。华谊兄弟电影世界以“实景穿越,人戏玩真的”为主题,依据华谊兄弟经典电影,实景还原了“星光大道”、“非诚勿扰”、“集结号”、“太极”、“通天帝国”五大电影主题区域,将于今年下半年开业运营。紫一川日式温泉度假酒店于2017年10月正式开业,酒店由日本一流的温泉酒店品牌——观澜(KANRA)酒店管理团队按日本顶级精品酒店标准管理,精心打造独树一帜的日式园林景观,已成为集高端养生、精品会议和生态居住等特色于一体的度假目的地。

在座谈会上,调研组一行认真听取阳澄湖半岛旅游度假区的情况汇报,并就度假区下一步开展智慧旅游、交通优化、产品完善、项目串联、宣传运营等工作深入交流了意见。阳澄湖半岛旅游度假区作为园区发展休闲度假产业、加快转型升级的重点板块,未来将立足国家级旅游度假区的高标准、高要求,在现有旅游资源



基础上,加速推进文旅融合融合发展,确保各项工作全面取得进步。

苏州阳澄湖半岛旅游度假区网格化排查安全隐患

日前,苏州阳澄湖半岛旅游度假区启动“三合一”等安全隐患排查整治工作,对辖区14个安全生产监管网格内的1000多家企业逐户上门排查。截至目前,已排查生产企业1292家,发现疑似“三合一”场所307处,发现违规停放、充电电动自行车24家。

在专项行动中,半岛度假区坚持边

排查边整治,同时突出重点,注重安监、公安、消防及市场监管等部门的联动协调,坚持发现一家整治一家,使火灾隐患形成闭环管理。近期,相关部门已分别开展了东淮钢材城集中清网排查、创苑打工楼群租联合整治、亭苑小区非法储存销售易燃易爆气体“黑窝点”取缔等行动。

在排查整治的同时,半岛度假区加强对企业“三合一”场所及电动自行车充电安全隐患的宣传,通过发放“隐患告知书”、签订“隐患整改承诺书”、悬挂横幅标语、张贴告示告知等方式,宣传隐患风险及整治防范要点,引导居民找隐患、治隐患、防隐患,提高全民消防安全意识。

“水韵江苏”2018全国重点媒体江苏行记者团代表到苏州采风

5月25日,“水韵江苏”2018全国重点媒体江苏行采风活动苏南行记者团代表一行来到苏州,对吴中区重点旅游景区进行集中采访,大家先后来到柳舍村、森林的秘密主题度假村、沐春园等地考察采风,深入了解吴中区乡村旅游发展情况。

柳舍村背靠园博园景区,临近太湖边。园博会期间,柳舍村作为园博的重要一景被纳入园中,2017年被评为“全国最美宜居示范村”。近年来,柳舍村利用省第九届园艺博览会暨苏州临湖举办的契机,大力开展美丽乡村建设,启动了半山艺、右见十八台、易成居等一批民宿的开

发,不仅带动了新农村建设,还带动了当地旅游业的发展。

致树·森林的秘密主题度假村位于西太湖之滨,地处沿太湖一公里生态保护区内,毗邻江苏省第九届园博园。12万平方米的区域内森林覆盖率达90%以上,内有雨湖、青溪、韩河自然环绕,以森林为载体,秉承和自然共生的理想,打造了集自然生活、餐饮休闲、住宿温泉、人文生态四大组团为一体的度假村落,为旅居者提供多方位的森林体验。

沐春园景区位于太湖畔的菱湖湾,作为园博苏州园升级版,园内完好保留了园博精髓。沐春园景区整合利用太湖

和园博园的资源,用全域旅游理念丰富园内旅游产品、延伸旅游产业链、拓宽旅游领域。景区内集聚菱湖商业水街、游艇俱乐部、游船码头、直升机飞行俱乐部、菱湖水居、喜达屋豪华精选酒店等一批新业态;同时着力打造时尚休闲运动旅游目的地,拥有豪华游船游艇的展示销售、帆船帆板、皮划艇摩托艇等高端水上运动项目培训拓展体验,成为“太湖国际帆船”国家级帆船帆板基地,让更多的游客市民参与运动,享受健康,打造一种休闲生活方式。

苏州工业园区举办提升度假区餐饮单位能力培训班

为进一步提升国家级旅游度假区内餐饮单位的管理水平和能力,促进经营户转型升级,5月24日下午,苏州工业园区市场监督管理局旅游度假区分局会同市监局社会事务稽查大队、度假区安环大队,围绕食品安全、消费维权、价格规范、环境保护四个方面,为度假区内的餐饮单位量身定制了一场餐饮行业专项培训。度假区30家当地农家乐餐饮单位负责人参加本次培训。

为确保培训取得实效,讲课人员精心准备,从案例分析食品安全监管中发现的常见问题入手,解读了食品安全卫

生规范,要求经营户有效预防食物中毒事件的发生;通过对近年来度假区餐饮单位实际发生的消费维权类别和占比分析,讲解了消费者权益保护相关法律法规,以及消费维权投诉的表现形式和处理技巧;结合具体案例和国内价格投诉举报热点问题,以图例并举的形式详细讲解了餐饮行业价格行为知识要点,促进经营者规范准确标价,防止价格欺诈等不正当价格违法行为的发生;强调餐饮单位做好隔油池、油烟净化等污染治理设施的维护及定期清洗维护工作,要求参会人员守住法律底线,确保达标排

放。培训会上,度假区相关负责人对此次培训的举办表示了充分的肯定,同时请求各餐饮单位要继续在食品卫生、操作安全、维护消费者权益等方面做得更好,要按照国家级旅游度假区的标准要求进一步创新经营理念、增强诚信守法经营意识、提高经营管理服务水平,在新的、更高的层次上做好、做优、做响度假区的餐饮服务品牌。

(本版由本刊记者陈鹤森、陈东兵采访组稿)