

“吆喝”镇江山水，引来四方宾朋

前5月我市4A级以上景区接待游客同比增两成 客源分析显示，长三角地区市场潜力巨大，环渤海地区新兴市场初步形成

“镇江和杭州，地缘临近，文化相通，经济繁荣，白蛇传传说更是让两地旅游牵起手来”、“宁杭高铁，加上高速公路、动车，从杭州到镇江旅游，只需个把小时，便捷的交通条件将带动两市旅游互动共同繁荣”……日前，“三山”风景名胜区分管委在杭州举办“西湖定情、金山寻爱”旅游推介会后，杭州当地多家旅行社老总纷纷这样说。

此次赴杭推介金山湖风景区，只是我市今年以来频频出招的旅游推介活动的一个缩影。日前，记者从市旅游局获悉，我市或“请客上门”或“多线出击”，上半年组织或参加各个层次旅游推介活动20多次，将本地丰富的旅游资源和风景名胜推介给国内外游客，并因此获得了游客接待量增长的效果。

本报记者 干光磊

相关新闻

金山荷花展启幕 数万株荷花等您观赏

本报讯 盛夏赏荷佳处，首推金山公园。昨日，记者从金山景区获悉，第九届金山荷花展本月1日拉开帷幕，共展出塘荷、缸荷、碗莲等近200个品种、达数万株之多，争奇斗艳的荷花一直可观赏到8月中旬花期结束。

荷花自古被称为“君子之花”，也是佛教神圣纯洁的象征，更能传递友谊的信息。自2004年举办首届荷花展至今，已经举办了九届。

碧波荡漾，田田莲叶之上，一株株荷花粉似霞，在夏日的风中摇曳。从金山大门进入，在西侧的河道中，数以千百计的荷花已经盛开，显现“接天莲叶无穷碧，映日荷花别样红”的魅力，令人赏心悦目。

据金山景区绿化科岳炜科长介绍，金山景区塘栽的荷花有广陵红、友谊莲、红领巾、唐昭提寺莲、状元红、香山莲、重瓣八一莲、寿新桃、碧血丹心、一点红等40多种，其中广陵红种植面积最广，为数量最多，约占80%。

“荷花喜高温，施肥就能茁壮生长，在温度持续达到摄氏25度以上便会盛开。今年入夏以后，气温一直偏高，因此今年的荷花长势比往年都要好，是赏荷最佳的一年。”岳炜介绍，除了主入口西侧之外，金山景区的赏荷佳处还有三福桥下、天下第一泉及芙蓉楼前、白龙洞区域等处水面。

据了解，金山景区第九届荷花展主要内容包括荷花品种展、历届荷花摄影展等，共展出缸荷、碗莲、塘荷近200个品种，缸荷数量有七八百缸，碗莲40多缸，塘荷达到万余平方米。

另外，为了烘托整体荷花展的气氛，自本届荷花展开始至结束期间，金山公园还将摆放草花6万盆，主要品种有彩叶草、鼠尾草、四季海棠、太阳花、矮牵牛等，配合荷花展营造喜庆的气氛。

(记者 干光磊)

春季起重点推介活动迭出，层次既高途径也多

“虽然有着丰富的旅游资源和元素，但我市旅游产业目前的状况与拥有的‘家底’不相称，也与市里提出的将旅游业打造成本地的支柱产业不相符，因此‘酒香也得勤吆喝’。”市旅游局旅游促进处处长高琴说。

盘点上半年旅游推介活动，我市连连“出招”，几乎月月有活动，推介的层次既高途径也多。据了解，3月下旬成功举办了2013“走向中国”旅游产品预约洽谈

会，这是我市第一次承接具有一定规模的国际旅游交易活动，同时举办了“全国百家旅行社走进镇江”和“华东旅游媒体联盟走进镇江”座谈会两个子活动。3月下旬，参加了南京国际旅游节、江苏省春季旅游产品发布会。

4月中旬赴贵阳参加国家旅游局主办的2013中国国内旅交会；4月中下旬分5条线赴华东地区15个重点城市召开镇江旅游推介会；5月下旬参加“宁镇扬

马”联合赴新疆开展旅游促销；6月赴杭州参加省旅游局组织的“美好江苏”宁杭高铁旅游促销暨夏季旅游产品发布会，赴上海黄浦区参加景区(宾馆、地接社)与上海旅行社销售洽谈会，参加2013常州旅游节开幕式暨“第八届花卉博览会”倒计时100天活动，组织本市48家旅行社赴常州对接夏季旅游市场，参加扬州夏季旅游产品发布会，协助举办六安、常州——镇江旅游推介会。

半年盘点

1-5月，4A级以上景区接待游客量同比增长22%

“一座美得让人吃醋的城市”，这个旅游推介词，今年以来借助央视等强势媒体平台，在国内外打响了镇江的知名度和美誉度，也同时引来了四面八方的游客旅游观光。

特别值得一提的是，2013“走向中国”旅游产品预约洽谈会，将我市的旅游推向更广阔的海外市场，在重点开拓欧美市场方面取得了不俗的业绩，正不断结出一连串的果实。

美国国际旅游营销公司(简称ITM)总裁莫玛丽认为，3月份的镇江之行，是一次“秘境勘察之旅”。镇江把活动组织得很专业，

让整个洽谈都富有成效，而金山、镇江博物馆、西津渡、茅山等景点，也给她留下了非常深刻的印象，是“在中国最新鲜的行程”。

她表示，ITM旗下的数据库联络网包括了2178位国际旅游运营商，这些运营商都十分看好在镇江的旅游业务，下一步，ITM将帮助这些旅游商与镇江对接，争取让更多的外国游客到镇江旅游。目前以ITM为代表的许多国际旅游商，正在积极推广镇江旅游。其中，为镇江量身定做的“镇江美食之旅”最吸引外国游客的眼球，今年4月开始在美国正式面世。目前，许多国外旅游商，正对

这条美食之旅进行进一步包装、细化，预计今年秋季将全面登陆国外市场。

“世业洲开心农场，‘五一’节当天，接待的游客量同比翻了十倍，游客接待量达到上万人次。”在谈到推介活动对我市旅游业带来的效果时，一位旅游统计人士举出了这个印象深刻的例证。他还表示，1-5月，我市4A级以上景区接待游客量达到800多万人次，比去年同期增长22%。

收获多多

国内“一体两翼三线”，国际“东亚西欧北美”

根据市旅游局的客源分析系统统计分析(以金山风景区为例)，镇江旅游国内客源市场仍以本省为主，大约占旅游者总数的60%以上，其核心市场没有跳出“宁镇扬常”区域，大约占旅游者总数的50%以上；“环渤海”地区平均占旅游者总数的10%；而“泛珠三角”地区平均占旅游者总数的4%左右。这组统计数据说明，长三角地区的主客源市场潜力巨大；环渤海地区新兴市场初步形成；而泛珠三角地区远程市场亟待培育。

另据《2011江苏旅游年度

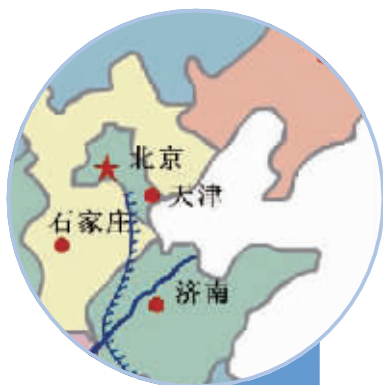
报告》，我市年接待入境旅游者人数为65.01万人次，在全省地级市排名中继续保持第4位，客源主要来自东亚、北美和西欧。

在这一旅游客源背景下，我市确定了今年营销战略，也就是国内“一体两翼三线”，国际“东亚西欧北美”。所谓“一体”，是指以上海为核心的“长三角”地区为主要客源市场；所谓“两翼”，是指以“环渤海”地区九省(市)为北翼，以“泛珠三角”地区九省(区)为南翼的潜在客源市场；所谓“三线”是指以“京沪、沪宁、沪汉”高铁沿线节点城市为新兴客源市场。所

谓“东亚西欧北美”，是指以东亚和南亚地区为主要客源市场，以欧洲西部和美洲北部地区为新兴客源市场。

高琴还介绍说，我市下半年旅游营销，将积极参加国家、省旅游局组织的旅游交易会及部分兄弟城市旅游展，扩大促销合作新领域。邀请长三角、珠三角大型旅行社来我市踏线考察，确保30家以上旅行社把我市旅游景点纳入旅游推介线路；积极扩大我市旅游市场覆盖领域，逐步实施“挺进中原”和“西进川渝”等区域旅游市场促销活动。

营销战略



“环渤海”10%



“宁镇扬常”50%



“泛珠三角”4%

Advertisement for Nanjing Undersea World (南京海底世界). The ad features a large blue and white graphic with the text "奇妙世界跟我来" (Come with me to the wonderful world) and "感受海底总动员" (Experience the Undersea Total Motion). It also includes the text "全景海底隧道 整体升级对外开放" (Full panoramic underwater tunnel, overall upgrade and open to the public). The main title "南京海底世界" is written in large, stylized characters. At the bottom, it provides the address: "地址: 南京海底世界(中山陵四方城8号)" and the phone number: "联系电话: 025-84441119". There are also smaller text elements like "永远超乎你想象的奇妙世界" and "探索神奇的两极之旅 发现趣的海洋奇观".