

这个黄金周,黄山游客被“挤”出前十

安徽国庆十大“最挤景区”出炉;八里河景区居首,7天接待游客44万人次

十一黄金周落下帷幕,不少心急的市民又盼着元旦假期了。如果小长假你想在安徽找个人少的地方游玩,最好绕过这些“最挤”景区。市场星报记者统计旅游部门公布的假日信息发现,国庆长假,我省八里河景区“最挤”,7天接待44万人次。排在前10位的还有九华山、紫蓬山、天堂寨等景区。而黄山却排在第11位。

■ 记者 董艳芬

安徽国庆十大“最挤景区”	
景区名称	游客接待量
1、阜阳八里河	44万人次
2、九华山	32万人次
3、紫蓬山	31万人次
4、滨湖国家森林公园	26万人次
5、天柱山	25万人次
6、三河古镇	24.5万人次
7、牛角大圩	23万人次
8、方特	21.9万人次
9、五千年文博园	19.8万人次
10、天堂寨	19.03万人次

(注:以旅游部门公布的数据为统计依据)

八里河最挤,7天接待44万人

国庆出游,安徽哪个景区最挤?答案是阜阳八里河。统计发现,10月1日~7日,该景区总共接待44万名游客,平均算下来,每天的游客接待量都在6万多人,火爆场景可想而知。其次是九华山风景区,接待游客近32万人次;排在第三的是肥西紫蓬山,接待游客数量达31万人次。

值得注意的是,国庆期间门票收入最高的黄山风景区接待的游客量却明显下滑,7天累计接待游客仅18.56万人,接待量排在第11位,落后于八里河、九华山、紫蓬山、合肥滨湖国家森林公园、天柱山、三河古镇、牛角大圩、方特、五千年文博园、天堂寨十大“最挤景区”。

黄山、九华山、方特总门票近亿

黄金周对于5A热门景区来说是个名副其实的“黄金”周。黄山、九华山和芜湖方特三大景区,在10月份的第一个星期门票收入就接近1个亿,达到9776万元。这差不多是我省纳入监测的68个重点旅游景区总体门票收入的四成。具体看来,黄山吸

金能力仍然排在首位,7天门票收入高达3832.97万元;九华山风景区和芜湖方特分别以3059.02万元、2885.87万元的门票收入紧随其后,成为吸金“三强”。

市场星报记者昨日从省旅游局获悉,国庆7天假期,共有4631万游客畅游“皖山皖水”,我省旅游业总“揽金”160.67亿元,同比分别增长了7.83%和15.49%。

国庆出游的团队减少近六成

越来越多的市民不愿意在十一黄金周跟团出游。据统计数据显示,假日期间,我省部分旅游景区的团队数量比往年减少了近60%,而散客量则大幅增加,自助游客数量占到了全部游客的80%以上。

与此同时,“自驾旅游”已成主流。国庆黄金周期间,7座以下小型车辆高速依然免费通行,大量自驾车团队纷纷来皖旅游。其中,合肥、黄山、淮南、六安、池州、阜阳、宿州等市自驾游人数均超历史水平,全省自驾游游客尤其是来自长三角地区的自驾游游客较去年增加30%以上。

今年国庆黄金周 我省消费约340亿

星报讯(星级记者 张华玮)今年国庆黄金周,我省消费市场呈现“商品丰富、供应充足、价格平稳、秩序井然、销售稳定增长”的良好态势。据省商务厅监测,7天假期,全省重点监测50家企业(单店)共实现销售额20.7亿,同比增长10.6%。其中16家商场实现销售额7.4亿,同比增长7.6%;9家农产品批发市场实现交易额6.9亿,同比增长16.8%;2家家电专业店实现销售2.9亿,同比增长11.1%。预计同期全省社会消费品零售总额约340亿,同比增长13%左右。

节后首个工作日 旅游产品忙降价

星报讯(记者 董艳芬)十一黄金周落下帷幕了,景区、旅行社节后首个工作日又在忙着另外一件事:降价!市场星报记者从省城旅游市场了解到,从10月8日起,旅游线路产品的价格全盘“跳水”,其中国内长线降幅最大,达到千元左右,在2015年元旦前,市民出游将迎来“实惠季”。

据了解,黄金周后机票、酒店价格都出现了一定程度的下降,合肥至国内多个热门旅游城市机票从黄金周前期的9折全价回落至3~5折,而酒店房价也普遍下调30%。“国内长线价格下调最明显,多条线路降价千元左右。”好之旅副总经理李阳在接受市场星报记者采访时表示。以最热门的云南双飞5晚6日游为例,节日期间的团费价格在2900元/人,10月8日,同样行程的线路报价降到1860元/人。

10月中下旬,市民出境转一转也很实惠。从昨日起,“合肥—泰国曼谷5日游”团费价格从国庆期间的3650元/人下调至2780元/人。而合肥到韩国首尔济州岛线路价格波动不大,从节日期间的3780元/人降到现在的3680元/人,出境港澳游系列产品降幅也在100元左右。

古村西递抵制“随手扔” 倡导文明旅游

星报讯(记者 陈明)十一黄金周,千年古村西递人气火爆,游人如织。如此场面累坏了那些志愿者和清洁工,他们穿梭在人流中,为游客提供帮助,及时清扫垃圾,劝阻不文明行为。记者从黟县西递景区了解到,大部分游客非常注重文明旅游,但还是有极少数游客在景区“随手扔”,或出现逃票等一些不文明行为。

10月5日中午,记者在西递景区“敬爱堂”旁的小巷里看到,景区清洁工吴云正用手抠着地面上的粘贴物。她告诉记者,自己负责的这一块是核心景

区,人比较多,卫生非常重要。交谈中,一名合肥游客走过来将手中食品袋扔进吴云的簸箕中。他称:“大家多一份自觉,清洁工少一份辛苦。”

让吴云感到头疼的是,有极少数游客将烟头、矿泉水瓶、玉米芯等物随手扔进景区河沟里,给清扫增加了难度。看到吴云下河沟钻桥洞捞垃圾废弃物,一旁的游客朱先生表示,文明出行是每个人的义务,应改掉“随手扔”的习惯,尊重景区工作人员的辛劳,共同营造一个干净舒适的环境。

据了解,十一期间,景区安排了60多名志愿者巡回为游客服务,对不文明行为予以提醒和劝阻,并配合工作人员成功拦截了数十名逃票游客。

倡导文明旅游,开展精细化服务。十一期间,西递景区增设了60个垃圾箱,24名清洁工全天不间断地进行清扫工作,平均每天清扫垃圾近10吨。同时,景区还增设了300多个停车位,及免费换乘等便民服务,并规范景区旅游秩序,杜绝不文明经商等行为,为游客文明旅游创造条件。

钟汉良现身百大淮南购物广场

2014年9月30日,钟汉良空降淮南百大购物中心参加Folli Follie活动。当日,活动现场人头攒动,很多粉丝慕名而来,看见男神许多人激动不已,更有粉丝大呼邀请钟汉良吃淮南豆腐。而在随后的采访中,钟汉良凭借其独到的潮流品位讲述了他的时尚态度以及对Folli Follie的印象。

钟汉良凭借儒雅绅士的作风以及多部影视剧被大陆观众所熟知,在现实生活也

保持着积极热情的时尚生活态度,这些特质都与Folli Follie始终坚持的品牌理念不谋而合。当笔者提到对于男生穿戴配饰有哪些心得可以分享时,他笑着说:“男生会比女生要简单很多,女生可能色彩上多一点,配饰多一些,而男生可能一点点小的细节就可以帮助整体。”

据悉,一直倡导“完全时尚”理念的Folli Follie在2014年初秋为我们带来一

股热情洋溢的青春风潮,Folli Follie女郎们散发她们多姿多彩的美丽、随性与自由。钟汉良在活动现场展现了Folli Follie独特而精致的设计,再加上其中蕴含的对美妙生活的诠释,这就是Folli Follie产品所散发的独特气息。钟汉良说:“时尚就是比较适合自己的,让自己更有自信的东西。”当被问道对于享有全球盛誉的希腊著名时尚品牌Folli Follie有什么印象时,他

告诉笔者:“感觉很年轻,有活力,适合年轻的女孩子,一种追求生活的女孩子。”

活动现场,钟汉良凭借其独到的潮流品位为到场嘉宾精心搭配各类饰品。不论是Folli Follie最新单品,或是那些经典单品,都在钟汉良的巧妙搭配上呈现出别样的风格,而他也对Folli Follie品牌称赞不已。当天下午14时前后,活动结束,钟汉良乘车离开,现场粉丝们依旧在回味中。 邹传科

五星电器国庆销售火爆,中高端家装电器成主唱

随着大数据时代的到来,中国的家电产业正在逐步向智能化和泛“IT”化转变,“高端、科技、智能”成各品类家电出新品的关键词,也成消费者热衷于咨询和购买的对象,如4K大屏智能电视、高性价比变频空调,还有大容量变频滚筒洗衣机、三门及多门冰箱等都是高关注度、高购买率的热门产品,尤在这个十一得到了最佳验证。

以4K大屏智能电视为例,据五星电器相关销售数据显示,国庆促销期间,有48%以上的人购买的是4K大屏智能电视。五星介绍,由于4K电视拥有4倍于1080P、8倍于720P的分辨率,在同等距离下观看,超高清的分辨率让人眼根本看不到像素点,画面效果更细腻清晰,且活动期间大屏

4K电视的平均折扣价与同尺寸普通液晶电视的价差已逐渐缩小到几百元的范围以内,因此人们更乐于选购4K产品。

空调方面,在五星电器的国庆空调成交数据中,有高达72%的消费者所购买的是变频空调。五星介绍,变频空调的优势主要体现在“节能”及“改善空气温度质量”两个方面。在与定速空调同样持续开启长时间的情况下,变频空调能省电30%~50%。从销售数据上看,1.5P变频空调受欢迎度最高,销售占比达到了45%;其次是3P和2P柜机。技术层面上,消费者对静音、除甲醛、空气净化等功能的追求度更高。

冰箱和洗衣机也同样是“高科”走俏。除了考虑要大容积,消费者更关注产品的功

能是否齐全,性能是否优越。如洗衣机方面,1~2级高效产品最受消费者的喜爱。1级能效6.1~8公斤滚筒洗衣机的销售占比达到了64%,而这其中,7.5公斤的又最为畅销。冰箱方面,三门及以上冰箱的销售占据市场的近9成,210~239立升三门冰箱最热销,380~500立升多门冰箱市场的占比提升也在持续增大。同时,一些国外原装进口的多门高端冰箱也受到了消费者的青睐,仅五星单店单天的销售数量就在十台以上。

而在手机、数码方面,智能机型则早已主宰市场。所以各大品类的购买客单价均有所提升。手机方面,合资与国产中高端智能机型百花齐放,苹果、三星、小米、华为、OPPO等这些高人气品牌的综合销售

占比高达90%,除了品牌效应和消费者对性能方面的追求,五星&百思买移动联合各大运营商给出的价格优惠和各种买赠活动是推动消费的重大因素。

五星分析,高消费意识的提升主要在于消费者生活水平的提升和对高品质生活的追求,同时,五星国庆期间大力度的折扣和丰富兼得的促销活动也是促进消费者“终下决断”、“慷慨解囊”的主要原因之一。据五星卖场一促销员介绍,从消费者开始参加前期的预存,到前来购买时获得的厂家优惠、五星的满额返券以及刷银行卡赠五星储值卡……各项优惠参与过后的综合折让往往7折都不到,比买样机还要便宜,这样的“胜算”确实让人心动。 王小唯