# 2024年南京市“春节”黄金周旅游市场分析

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-06-22

*第一篇：2024年南京市“春节”黄金周旅游市场分析2024年南京市“春节”黄金周旅游市场分析2024年“春节”黄金周期间，全市旅游市场欣欣向荣，新景点新热点不断涌现，旅游节庆活动精彩纷呈，旅游市场服务管理更加规范有序，全市旅游经济总体保持...*

**第一篇：2024年南京市“春节”黄金周旅游市场分析**

2024年南京市“春节”黄金周旅游市场分析

2024年“春节”黄金周期间，全市旅游市场欣欣向荣，新景点新热点不断涌现，旅游节庆活动精彩纷呈，旅游市场服务管理更加规范有序，全市旅游经济总体保持稳定增长态势。旅游市场主要情况如下：

一、“春节”黄金周旅游接待增幅平稳

“春节”黄金周期间，我市旅游经济呈现出“旅游总收入稳定增长，旅游景区平稳发展，旅游住宿接待小幅提高”的发展格局。据假日办统计，春节长假期间我市共接待国内外旅游者390万人次，较上年同口径增长9.2%；实现旅游收入37.2亿元，较上年同口径增长12.4%。全市主要旅游景区（点）游园人次达444.9万, 同比增长18.1%；旅游住宿设施接待小幅增长，星级饭店平均客房出租率达到63%，同比增长近2个百分点。南京位列携程旅游网公布的2024春节黄金周十大国内旅游目的地第8名。

二、假日旅游市场主要特点

（一）自助游市场持续升温

今年以来，我市自助游市场蓬勃发展，自助游在全市旅游市场比重中已超过50%，春节黄金周期间，自助游延续着持续升温的发展势头。交通运输部门客运情况统计显示，来宁旅客量稳定增长。其中，公铁航共发送旅客460.87万人次，同比增长9.04%；公路发送旅客385.85万人次，同比增长4.79%（含农村客运）；铁路发送旅客57.65万人次，同比增长46.17%；民航发送旅客 1

17.37万人次，同比增长19.63%；客运站和旅游包车共发送旅客66.74万人次，同比增长7.49%。而大型旅行社游客接待量仍处于负增长状态。可见，支撑来宁游客量增长的主体是自助游散客群体。

（二）新旅游产品支撑作用显著

2024年，南京博物院新馆、江宁织造府、“一院两馆”（南京书画院、金陵美术馆、老城南记忆馆）、夫子庙秦淮风光带—老门东地区建成对外开放，民俗文化之旅、文博修研之旅、度假休闲之旅等旅游新产品不断推出，形成了文化旅游新热点。据统计，民俗文化之旅的拳头产品夫子庙景区接待国内外旅游者

185.0万人次，同比增长9.8%；文博修研之旅的拳头产品南京博物院、江宁织造府接待国内外旅游者8.1万人次和0.9万人次；度假休闲之旅的拳头产品汤山温泉旅游度假区共接待各地游客24.3万人次，比去年同期增长10.5%。

（三）提档升级景区优势凸显

今年全市旅游景区（点）提档升级不断加快，景区（点）提档升级为景区提供了新的活力，不少景区增添了新的热点，带来了新的经济增长空间。高淳老街、珍珠泉风景区2个新增的国家4A级旅游景区春节期间接待国内外游客8.1万人次，同比增长44.6%；高淳国际慢城旅游度假区、金牛湖旅游度假区、方山旅游度假区等3个新增的省、市级旅游度假区春节期间接待游客

6.9万人次，同比增长44.1%。

（四）乡村旅游蓬勃发展

黄金周前，我市推出了以汤山温泉度假旅游、高淳国际慢城

为主的度假休闲之旅，以石塘人家、汤家家、平山翠谷、万城生态园为主的农家美食之旅等乡村游线路，不少市民和游客避开主城区热点景区，促进了城区客源分流。假日期间，六合区推出新“六朵茉莉花”成为热点，“六朵茉莉”接待量达4.9万人次，同比增长114.9%；江宁区“十朵金花”为代表的景区接待游客

4.1万人次。统计结果显示，长假期间，郊区景点接待量增幅大于城区，游客接待量同比增幅均在20%以上。

（五）旅游节庆拉动旅游消费

今年春节，恰逢2024年南京文化旅游节拉开帷幕，全市以“冬季到南京过大年”为主题，组织了丰富多彩的旅游节庆活动，以节造势，促进旅游消费。秦淮区秦淮灯会预计接待旅游者185万人次，比去年同期增长9.8%，夫子庙商圈实现旅游商贸总收入3.35亿元，同比增长15.3%；鼓楼突出群众参与性，举办第十届湖南路民俗文化艺术节；建邺区举办万达广场时尚旅游购物月、云锦博物馆欢乐游系列活动；高淳把握春节自驾探亲游主旋律，推出乡村过大年，体验传统年味系列节庆活动；溧水国家级非物质文化遗产“江南第一大龙”骆山大龙表演、民间大戏演出等传统地方民俗吸引了周边游客超过4万人次；六合第五届青奥年“滁河之春”大型灯会在春节期间“重装上阵”，成为江北地区影响力最大、规模最大的文化盛会；江宁区黄龙岘举办“迎新春、送春联”活动、花灯展，茶文化博物馆也免费对游客开放，吸引了近5000名南京市民参加，麒麟街道锁石村 “田园农趣，乡村民俗”采摘新鲜草莓，共接待12000名游客。

**第二篇：春节黄金周市场分析**

2024年鄞州区春节市场监测分析

2024年春节期间（1月21日至1月26日），我区对万达商业广场、联盛广场、洛兹商业广场、奥特莱斯、开元名都、银苑大酒店等城区重点商贸企业运营情况进行了为期6天的监测。监测数据显示，春节期间新城区综合商贸体人气商气较旺，特色餐饮业绩看好。

一、商业广场人气较旺、业绩参差不齐。

万达广场销售再创新高，春节期间实现销售额近4500万元，比去年同期增长54％，日均客流量达9.6万人次，比去年同期增长8％，日均车流7.3万辆次，比去年同期增长36％。其中，银泰百货、沃尔玛超市以及步行街的餐饮成为拉动业绩的主力军，今年春节销售分别比去年增长85％、80％，步行街实现销售1350万元，比去年春节增长53％。

联盛、洛兹和奥特莱斯商业广场是我区正在培育发展的商贸综合体，今年春节共实现销售额1300万元。其中，奥特莱斯和洛兹广场6天实现销售1200万元，客流达6.6万人次；联盛广场因业态、品牌调整，营业的店铺数量下降，导致销售额比去年春节下降44％。

二、星级酒店业绩平稳，特色餐饮业绩看好。新城区3家五星酒店（南苑环球、索菲特、开元名都）及3家限上住宿餐饮企业 6天实现销售700万元，同比增长6％。其中，3家五星酒店凭借其优质的服务和稳定的客户群，春节期间销售稳步提升，销售额同比增长19％。

春节期间餐饮消费多以散客和家庭为主，相对于传统餐饮酒店，这些消费者更偏好特色个性化的餐饮服务，如拥有国内外知名餐饮品牌的万达步行街餐饮6天实现营业额近400万元，同比增长53％。

**第三篇：我县“十一”黄金周旅游市场分析**

我县“十一”黄金周旅游市场分析

“十一”黄金周七天，我县共接待国内外游客23.7万人次，同比增长23.4%，实现旅游总收入1.4万元，同比增长33.3%。黄金周期间我县未接到游客投诉，无旅游安全事故发生。今年“十一”黄金周呈现以下几个特点：

1、旅游市场较旺，稳中有升。除主要景区钱江源游客众多外,到南湖景区、根雕博览园、灵山寺、古田山、南华山等景区的游客同比增长10%以上。全县星级饭店游客住宿率在80%以上，开化大酒店黄金周1-5日客房住宿率、餐饮订座率均在100%，旅游推荐餐馆及全县各地的生态坞、农庄餐饮订座率达90%以上。

2、自驾游是钱江源旅游的主力军。自驾游、自助游是钱江源旅游的主力军，金华市的自驾车游客居多，占游客总数的30%左右，其次是来自杭州及本省其他城市的游客，来自宁波、上海、苏南等地的自驾车数量增幅也在15%以上。高峰期钱江源风景区每天有四五百辆自驾车，说明来钱江源旅游的自驾车半径范围在进一步扩大。

3、金溪漂流成为新亮点。在县旅游局等有关部门的帮助指导下，马金镇大淤村发挥资源优势，于黄金周前推出了金溪漂流休闲旅游项目，成为我市目前唯一一个漂流类旅游产品。金溪漂流以“漂流休闲、乡村旅游”为定位，游览项目有金溪漂流、七里晴岚、白沙滩览胜、品茗美食、休闲观光等，吸引不少游客慕名前来，黄金周日接待游客超过200人次。

4、钱江源旅游商品走俏。开化龙顶茶成为游客购物之首选。另外，野生弥猴桃、南瓜酱、笋干、野生干菜、土蜂蜜等土特产品也成为游客的抢手货。

（办公室）

**第四篇：2024春节黄金周旅游综述**

假日旅游信息 第 八 期

铜仁市假日办编 2024年2月24日

和你在一起 温暖过大年

---铜仁市二O一五年春节黄金周旅游综述

2024年春节黄金周，我市精心策划，周密部署，继续开展以“和你在一起〃温暖过大年”为主题的“美丽梵净山〃铜仁过大年”主题系列活动，提供丰富的旅游产品供给市场，从而让铜仁传统的冬季旅游淡季不淡，取得了良好的经济效益和社会效益，实现了全市旅游业发展的“开门红”。

一、基本情况

（一）黄金周旅游基本数据。春节黄金周期间全市共接待游客292.48万人次，同比增长70.6%；旅游总收入17.93亿元，同比增长74.1%（其中过夜游客131.62万人次，同比增长66.48%；一日游游客160.86万人次，同比增长74.16%）。梵净山景区接待

游客25.59万人次，实现旅游收入9973.46万元。红色旅游景点共接待53968人次，接待海外旅游人数1342人。全市宾馆酒店客房平均入住率达到85%以上，无有效旅游投诉和旅游安全事件发生。游客主要来自贵阳、湖南、四川、重庆、上海、广东、江苏及其他省内外客源地。

（二）主要特点

1、春节旅游活动精彩纷呈。春节期间，我市推出了以“和你在一起〃温暖过大年”为主题的系列活动，各区县30多个丰富多彩的节庆活动让游客接踵而至。为了给春节黄金周预热，市委、市政府于2月11日在九龙洞甲洲码头举办了“美丽梵净山、铜仁过大年”活动启动仪式，来自各县区的九支舞龙队舞动九龙与市内外50多家旅行商开展了“过小年，迎新春”活动；梵净山景区2月19日推出了“祈福红丝带，新春抽大奖”活动，吸引市外内2万多名信众上山祈福；苗王城景区推出“绝技绝活”表演、“苗歌大赛”、“苗年民俗”体验游等活动，向游客展示了苗家春节礼仪、祭祀等习俗场景，吸引10多万名游客前往苗王城过大年；大明边城举办迎春元宵灯会，斥资200万元，开展了猜灯谜赢大奖、现场学做灯笼、穿越时空拍照留恋、放荷灯祈福、品美食等活动,还有上百件铜仁特色商品进驻景区，让外来游客感受不一样的铜仁；石阡县推出“泡石阡古温泉、享长寿健康”

优惠活动，思南九天温泉推出土家摆手舞迎宾活动，成为我市冬季旅游新亮点，温泉城人头涌动，客房出租率一直保持100%。石阡县举办夜郎风味小吃荟萃活动，酸菜油炸粑、神仙豆腐、烤全羊、糖麻圆等各种美食让游客大饱口福。尧上举办了民族歌舞、绝技绝活表演、旅游商品展等活动，让游客看得起劲，玩得带劲；印江县举办“春节七天乐”系列活动，整个县城沉浸在春节大联欢的海洋中；思南县举办迎春灯展，让游客体验浓浓的年味；沿河县的金钱杆、花灯、摆手舞表演等特色旅游倍受游客青睐，在红军渡休闲广场举办的首届乌江奇石展，为广大市民游客奉上了一道丰盛的新春乌江石文化大餐；玉屏茶花泉的万人寻宝活动，吸引大量市民参与；万山区推出“五福临门”送游客活动，贴春联、门神、窗花、年画，做年糕、燃烟花等活动，让游客尽情享受农家原汁原味的农家年味；德江县举办了万人狂欢的元宵炸龙活动；江口县的月上寨沙篝火晚会和云中仙舍民俗文化村文艺表演等系列活动精彩纷呈。同时，各大乡村旅游点推出了篝火晚会、苗歌会、耍龙灯、舞狮灯、跳花灯等乡村传统文体活动。全市星级饭店也纷纷推出迎春宴、亲情宴、团年宴、“五谷丰登宴”、“团圆幸福宴”等迎春美食特惠活动。

2、主要景区业绩喜人。黄金周期间，全市15个省级重要景区发挥了核心吸引作用，旅游人次和旅游收入创历史新高。其中

梵净山大景区（包括江口、印江、松桃环梵区域）接待游客25.59万人次，实现旅游收入30629万元。黄金周七天，虽然天气有所降温，但对海拔2572米的梵净山影响不大，迟至黄金周最后一天山上还聚集了4000多游客。苗王城景区接待游客35.4万人次，实现旅游收入7189.57万元。大明边城景区接待游客16.86万人次，实现旅游收入1100.3万元。思南温泉石林景区10.8万人次，实现旅游收入3651.5万元（其中九天温泉4.52万人次，实现旅游收入1899.69万元）。九龙洞景区接待游客0.63万人次，实现旅游收入56.83万元。石阡温泉景区接待游客7.83万人次，实现旅游收入2172万元。

3、自驾自助游持续升温。随着私家车拥有量的大幅增长和租车行业服务体系的日益完善，以及我市公路网络的大幅提升，自驾游和自助游成为春节“黄金周”重要的出行方式。全市5个高速公路入口车辆穿流不息，多以湖南、四川、广州、重庆、贵阳为主，外省市车辆也明显增多。据市公路管理局高速管理运营中心和高速公路管理处2月24日统计，春节黄金周期间进出我市的各类车辆达149196辆，其中免费轿车139192辆，收费客车5084辆。在我市城区及景区，停满了来自云南、湖南、湖北，甚至北京、内蒙、江淅等地车辆，全市自驾游比例达70%以上。到梵净山大景区自驾游车辆达97868辆，人次占游客总数的83%。

江口县2月24日在寨沙侗寨举办了自驾游启动仪式，来自北京等地的100多名车友们兴致勃勃畅游云舍、佛教文化苑、亚木沟等景区。根据市100个景区建设办公室统计，全市15个省级重点建设景区近30万平方米的82个停车场全部爆满。

4、农业观光游、乡村旅游成为新亮点。自去年开始，我市实施了“园区景区化、农旅一体化”工程，农业园区基础设施和配套服务设施不断完善，农业旅游产品宣传促销力度进一步扩大，农业园区成为我市旅游新亮点。据统计，玉屏茶花泉、江口鱼粮公园、石阡县龙塘现代高效生态苔茶示范园区、五德现代高效农业精品水果示范园区等8个星级景区接待游客20万人次，旅游综合收入1.2亿元。同时，随着全市农家乐乡村旅游接待水平的提升，春节到乡村过大年不断升温，体验民俗年味，享受节日休闲，寻找儿时过年记忆，备受游客青睐，全市乡村旅游共接待游客92万人次。

5、城市游、温泉游、近郊游大受追捧。随着“景城一体化”工作的推进，碧江区三江公园，思南兽王山、玉屏茶花泉、沿河沙州城市公园、德江大犀山山体公园、松桃七星广场、印江美女峰山地公园等城市公园旅游接待功能的日益完善，成为各区县城区市民游览好去处，城市公园、商业街圈、购物广场人头攒动，热闹非凡，到处洋溢着喜庆的节日气氛。石阡城南温泉推出的“泡

温泉、看表演”活动，思南九天温泉融入土家文化，用摆手舞迎接四方来客，用露天泡浴、药疗等不同洗浴方式，吸引贵阳、湖南、遵义、重庆等周边游客和市民前来洗浴，解除疲劳，日均接待量万人以上。思南九天温泉城还创新宣传营销方式，在梵净山莲花广场设臵吉祥物和宣传台，吸引全国各地游客前往游览沐浴。碧江文笔峰、架梁山，思南万圣山，石阡五老峰，印江观音沟湿地公园等，成为市民近郊游首选，春节期间人们扶老携幼，呼朋唤友，或登高望远、强身健体，或烧香拜佛，祈福吉祥；或赏灯猜谜、益智娱乐，一派喜乐融融景象。

6、康体健身游大受欢迎。为了丰富群众春节期间的文化体育生活，2月23日，“铜仁市首届西五县新春足球邀请赛”在思南县拉开帷幕，吸引了上千名体育爱好者观看助威；印江自治县近百名游客、登山爱好者参加了“春天有约”登山比赛；碧江区在文笔峰连续四天组织开展万名市民登山比赛，让全体市民感受到了春天的美好风光和春节期间的喜庆氛围；万山区高楼坪乡举办新春斗牛大赛，吸引上千游客朋友前来观赏。

7、星级饭店出租率居高不下。全市40家星级饭店在春节黄金周期间客房平均出租率达80%以上，经济型酒店、乡村旅游点客房出租率达90%以上。主要体现在主城区、景区和温泉酒店出租率高，精品乡村旅舍出租率高。碧江城区的江华国际大酒店、南长城国际大酒店、温州大酒店、沿河乌江酒店等星级饭店出租率达90%以上；江口梵净山栖溪假日酒店、生态植物园酒店出租率达95%以上；石阡温泉度假酒店、思南乌江假日酒店、思南白鹭洲大酒店由于城区聚集了大量来泡温泉的游客而一直保持着100%的出租率，还带动周边经济型酒店接待人数接近饱和；龙都大酒店、石阡尧上、江口寨沙侗寨等一批经济型酒店和乡村旅馆因具有靠近客车站、火车站以及热门景区的因素，出租率达97%以上。总体来看，春节期间大年三十至正月初四酒店出租率最高，正月初

五、初六出租率有所回落。

二、基本做法

（一）依法治旅确保游客人身和财产安全，依法兴旅成为全市上下共识。2月10日，全省2024年春节、元宵节旅游安全工作电视电话会结束后，铜仁市召开全市旅游安全工作电视电话会，市人民政府副市长杨同光出席会议，对全市游客集散地安全工作、旅游企业等各项旅游安全工作做了进一步安排部署。根据国家、省、市一系列强化旅游安全工作的文件要求，下发了《关于开展春节黄金周节前旅游市场秩序检查的通知》（铜旅通„2024‟9号），在春节前夕对我市旅行社、景区、旅游饭店等旅游企业进行安全检查，共出动旅游执法检查人员351人次，联合公安、消防、质监、安监、卫生、工商等部门开检查56次。检

查旅行社及分社24家，星级旅游饭店40家，旅游车船公司3家，景区（点）25个，检查率达100%。共下发《责令改正通知书》1份、《旅游市场检查表》26份，下发整改意见 132条，对存在严重服务质量问题的旅游企业提出了整改期限，明确了复查时间，并在“春节”假期正式开始前全部完成整改。为进一步做好“春节”期间旅游安全工作，副市长杨同光组织召开了铜仁市旅游安全工作电视电话会。对全市人员集散地安全工作、旅游企业各项安全检查工作做了进一步安排部署，保证安全检查全面到位、落到实处。

（二）严肃纪律落实责任，旅游秩序井然有序。市假日办下发了《关于做好2024年春节假日期间旅游工作的通知》（铜假日办„2024‟1号）文件，重点安排好假日期间人员密集场所安全排查；对旅游相关企业进行安全检查；做好各种旅游产品供给和为游客提供优质的服务；对假日旅游市场进行整顿，保障假日旅游工作运转正常；进一步完善应急救援体系，切实执行领导带班制和24小时值班制。各区县及市级相关部门坚守岗位，尽职尽责，向社会公布了旅游咨询、投诉电话，接受旅游咨询，受理旅游投诉，处理旅游突发事件。交警部门在城区及主要旅游景区通道沿线加强交通秩序疏导，有效缓解了自驾车增多带来的交通压力。旅游、工商、物价、商务、食品药品监督等部门加强了

旅游市场监管和执法检查力度，及时处理投诉，保障了良好的旅游市场秩序。

（三）宣传促销效果明显，信息服务全方位覆盖。通过2024年“旅游宣传年”活动的开展，我委多次组织百家旅行社进入我市踩线考察，加大了与张家界等武陵山区旅游部门的交流和合作，共同打造了重庆、张家界沿渝湘、杭瑞高速进入我市的四条自驾游精品线路。成功承办了梵净山佛教文化论坛，举办了市第三届旅游产业发展大会，正在筹办市第四届旅发大会，创建了梵净山国家级生态旅游示范区，提升了铜仁旅游产品的知名度和美誉度。节前，市旅发委深入贵阳、张家界等地开展旅游线路产品推介活动，起到了预热假日市场的作用。借助“雁归•暖冬志愿服务行动”平台，在铜仁机场、火车站、客车站等人流集中场所发放“美丽梵净山〃铜仁过大年”宣传单，激发了返乡人员的出行欲望。2月16日，市假日办召集市电视台、铜仁网站、铜仁日报等市内媒体，安排布臵了春节期间假日旅游宣传工作，并通过铜仁电视台、铜仁网站、市旅发委微信平台、微铜仁、高速公路LED显示屏等载体，适时发布旅游交通、自驾游线路等信息300多条，在石阡温泉、苗王城、德江高家湾、铜仁火车站摆放景区宣传牌，在宝鑫大酒店、南长城大酒店等16家星级旅游饭店，石阡温泉度假酒店，思南九天温泉客房摆放DM单3万多份，为

游客和市民出行提供参考。同时，农村电商及淘宝铜仁馆推送铜仁生态文化旅游产品及特色旅游商品，旅游服务初步实现了线上营销和线下推介相结合。

（四）大交通格局初步形成，游客进入性得到提升。市委、市政府高度重视交通体系建设，加大了铜仁机场的改扩建，积极协调航空公司，做好了开通杭州、昆明等航线工作。目前，铜仁凤凰机场开通了北京、杭州、广州、长沙、昆明等8个旅游客源地城市航班，游客进入铜仁旅游方便快捷，据统计，春节期间每日进出铜仁机场游客量达1000多人次。全市高速公路交通网络已基本形成，开通了铜松高速，正在建设沿德、德务、安江高速，有9个区县通了高速公路，渝湘高速、杭瑞高速、沪昆高速、思剑高速大交通带动大旅游的效应明显增强，为我市带来了滚滚客流。在铁路建设上，正在加快建设铜仁城际铁路，完善了铜仁火车站、玉屏火车站接待设施，在铜仁火车站成立了铜仁游客服务中心，方便了游客服务工作。铜仁因交通而改变，旅游经济得到快速发展，从过去的旅游“边城”变为贵州的旅游“前沿”和武陵山区旅游集散“枢纽”。

（五）全域旅游格局初步形成，丰富的产品保障了市场供给。市第三届旅游产业发展大会明确提出了构建旅游产品全域覆盖、旅游资源全域整合的目标要求。全市上下各级各部门开展了“景

城（村）一体化”、“园区景区化”、“五城联创”等活动，加强了碧江区等区县城市、15个重点景区的基础设施建设和配套服务功能建设，加大了梵净山智慧景区、铜仁市智慧城市建设，构建了梵净山、思南、石阡三大旅游圈，营造了良好的旅游发展环境。推进了全省旅游改革试点工作，建立健全了旅游业发展的机制和体制，成立了市旅发委，明确了15个旅发委兼职成员单位，增强了旅发委在旅游产业发展中的综合协调职能。在旅游产品打造上，连续三年开展的“美丽梵净山、铜仁过大年”活动，已成为铜仁冬季节庆旅游成熟品牌。开展了梵净山申遗和创AAAAA级旅游景区工作，新增九龙洞、苗王城、万山矿山公园、思南温泉石森4个AAAA级旅游景区，加大了“农旅一体化”进程，新评定8个星级园区。为市场提供了温泉游、休闲游、科普游、健康养生游、乡村体验游、农业观光游、体育游、水上观光游、民俗风情游等旅游产品。年味浓郁的美食大赛、健康向上的登山体验、民族风情浓郁的“苗歌大赛”、“绝技绝活”表演、灯展等，并向市场提供了44个免费景区，吸引了大量游客前来铜仁过大年。极大地释放了“梵天净土、桃源铜仁”生态养生、佛教养心的独特属性。各区县在全域旅游发展中，享受到了旅游改革带来的红利，提高了旅游业发展的积极性。

三、存在问题和下步打算

（一）进一步加大自驾游配套设施建设力度。近年来，自驾游已成为游客出行的主要方式，但我市酒店宾馆、游客服务中心、高速旅游服务区、旅游商品店、停车场、标识标牌等配套设施建设还不够完善，很大程度上影响了自驾游服务质量。我们将以今年铜仁市“自驾游服务年”为契机，协调各级涉旅部门，进一步加大自驾游配套设施建设力度，为游客出行提供高效、便捷的服务。

（二）进一步丰富旅游商品种类。我市旅游商品目前存在种类少、特色不鲜明、缺乏文化内涵等不足，游客的购买欲不强，在旅游收入中“购”的比例不高。下步将在旅游商品中融入文化元素，体现独特性、新颖性、实用性，按照市场运作模式，包装打造具有地方特色的旅游商品，使之成为旅游产业发展链中的重要一环。

（三）文明旅游任重而道远。部分游客公共场所大声喧哗吵闹、随地吐痰乱扔垃圾、旅游景区刻上“到此一游”等不文明还不同程度存在，少数旅行社、导游人员引导、制止游客不文明行为力度不够。下步将以我市开展的“五城联创”（含创建中国优秀旅游目的地城市）工作为载体，做好对游客的文明旅游宣传，强化旅游从业人员的组织引导职责，营造和谐、有序的文明旅游氛围。

（四）加大对旅游产品的升级。目前，全市旅游产品虽然种类齐全，基本能够满足市场需要。但产品离“商、养、学、闲、情、奇”的新六素要求还相差较远，还远远不能满足旅游市场的需求。下步将重点围绕新六要素做文章，加大产品的升级打造，不断提升产品的市场吸引力。

**第五篇：春节黄金周旅游工作总结**

春节黄金周旅游工作总结

春节黄金周期间，为了让游客在我县度过一个愉快的节日，按照“安全、秩序、质量、效益四统一”的原则，切实做好黄金周各项工作，现将黄金周期间的工作情况小结于下：

一、基本情况

前期工作 根据州旅游局及县委、县政府的统一部署和通知要求，认真安排好春节期间值班人员，切实做到分工明确，责任到人,确保节日期间各项工作正常有序地开展。

游客接待情况根据我县现有的旅游基础设施和独特的历史人文旅游资源，XXX景区是春节黄金周期间到我县旅游的游客较为集中的目的地。相比之下，我县的游客以自助游和自驾车的旅游者居多，占总接待人数的70％。游客多为文化层次较高，历史、人文类专家学者等，多集中在我县XXX、XXX等景区景点。春节期间，共接待游客1错误！未找到引用源。人次，其中过夜旅游者错误！未找到引用源。人次，一日游错误！未找到引用源。人次，相关产业综合收入错误！未找到引用源。万元。节日期间一切工作正常，无旅游者投诉。

住宿接待情况 节日期间全县宾馆（饭店）共接待6895人次，上档次宾馆（饭店）接待：2897人次，出租率错误！未找到引用源。辖区内其它饭店接待：XXX人次，出租率错误！未找到引用源。

二、存在的问题

1、基础设施差，主要体现在旅游硬件设施方面。

2、宣传、促销不力，旅游经济效益低下。

三、今后工作的对策及建议

1、对策

一是加强旅游硬件设施建设的工作力度，重点加强旅游公路及旅游接待设施的建设；二是加大旅游宣传、促销工作力度；三是加强全县宾馆、饭店从业人员的培训力度。

2、建议

请求州旅游局在旅游基础设施建设项目上给予大力的支持。具体要求：一是景区内的旅游线路连结公路；二是XXX景区旅游接待站。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！