



# 大众旅游

热线电话: (0531) 85193261 Email: dalvyouxw@163.com

## 图说旅游



### 枣庄蓬客节

8月31日，第三届枣庄蓬客节在枣庄抱犊岗山下举行，5000多名游客汇聚一堂，尽享齐鲁乡村逍遥游的无尽乐趣。

□悦泽开伟 增群 报道



### 葡萄采摘惹人醉

9月1日，来自东营市区的游客在垦利县黄河口镇新兴村的葡萄种植园一边亲手采摘甜甜的葡萄，一边欣赏如画的风景。

□张林林 徐宝军 报道



### 九如山山水游

近日，济南九如山风景区迎来亲自来游高峰，来自北京、河北、江苏等省外自驾游游客络绎不绝。

□于鹏 刘春蕾 报道



### 青州旅游推介

8月30日，青州市在济南举办大美青州·古城旅游推介会，向游客介绍青州丰富的旅游资源。

□于鹏 报道

# 百万巨奖为啥投向“三孔”？

◆“背《论语》游三孔”活动因其创意突出，成为我省旅游产业创新一大亮点，省旅游局决定给予一次性特别奖励100万元。

◆从今年起，我省旅游产业创新奖增设“特别奖”，定期报评、即报即评“双轨”结合。重大突出创意可“即评即奖”。

◆奖金最高额度同比去年翻了五番，“大创新、大奖励”的浓厚氛围将激发旅游产业转型动力。

□本报记者 高晓雷 刘爽

日前，记者从省旅游局获悉，曲阜“三孔”景区今年推出的“背《论语》免费游三孔”项目，因其“文化+旅游”市场营销的新思路、新模式成为旅游文化营销的典范，省旅游局决定授予其省旅游产业创新奖特别奖，奖金最高额度高达100万元。

8月26日，省旅游局党组成员、人事处处长张明池告诉记者，我省自2009年设立山东省旅游产业创新奖，年度定期报评，用以奖励一批旅游行业产生良好经济和社会效益的创新性项目。今年，鉴于“三孔”景区“背《论语》免

费游三孔”活动创意产生了良好社会反响，集聚了极大人气，也带动了区域内住宿、餐饮、购物等产业环节收益。作为本年度我省旅游产业创新一大亮点和重大突出创意，省旅游局增设“特别奖”奖项，授予“三孔”景区。

“即评即奖”并且一次性奖金额度如此之大，引发业内强烈反响。曲阜文物局副局长韩凤举接受记者采访时说“完全出乎意料。”据悉，往年旅游产业创新奖都是年度定期评选一次，最高奖励额度是一等奖20万元，如今针对一个项目随即特别奖励100万元，额度翻了五倍，这在国内旅游界都是个“大事儿”。

据了解，今年“五一”，曲阜“三孔”景区尝试在“五一”小长假期间推出为期一周的“背《论语》免费游三孔”活动，活动开始后受到各方踊跃参与。试运行7天即有1854名游客参与。受社会各界强烈要求和活动良好反响的鼓励，景区随即宣布活动常态化开展，并不断丰富和完善活动内容和细节，由最开始在10分钟内背诵出《论语》其中30条，改为须随机抽取其中5条能够正确释义，并增加了10分钟内完整背诵其中一篇，均可免费参观景区。

那么，曲阜推出的“背《论语》免费游三孔”活动究竟凭什么担当得起如此丰厚的奖励？该创意都有哪些“亮点”？项目运行以来经济和社会效益如何、给整个景区及区域带来哪些新变化？近日，记者再次对该活动进行了深入采访。

韩凤举向记者介绍，为确保该活动的开

展，曲阜文物局租赁了紧邻“三孔”售票大厅的门面房改造装修为《论语》背诵厅，并对周边区域进行了环境整治和维修建设。同时，抽调相关工作人员和近百名专家评委，参加“背《论语》免费游三孔”活动日常工作和评委值班工作，并配备了桌椅、空调、电脑、打印机和监控等设备，截至目前共投入经费300余万元。同时，截至8月29日，共有4723人参与该项活动，其中3590人顺利通过，通过率高达76%。

因免票导致景区付出了门票成本50多万元。然而，活动开展以来，整个景区门票收入和综合收入不降反增。活动本身的良好口碑和影响力极大提升了曲阜旅游特别是“三孔”景区旅游的吸引力。据韩凤举介绍，今年曲阜修学旅游团队和亲子游明显增多，截至8月底，景区共接待大型修学团队210个，修学团成员2.4万余人，同比增长53%，数量和增长幅度均创历史最高水平，游客总体数量较去年同期大幅增长。同时，据调查分析，该活动所带动的景区购物、交通及城市食宿等旅游综合收入增长3个百分点。

张明池认为，“背《论语》免费游三孔”项目从丰富游客精神文化体验入手，活动发起引发良好的社会反响，其“文化+旅游”市场营销的新思路、新模式可以说是“旅游文化营销”的典范，提升了我省旅游业的文化魅力和综合竞争力，也是对摆脱景区普遍存在“门票依赖”的正面引导。省旅游局研究后，该方案进入层层相关的评审程序，最终，高票入选

2013年度旅游市场营销创新奖特别奖。“为加强对旅游产业创新的推动和导向，从今年开始，创新奖设立了‘特别奖’，采取即时申报和定期评审相结合的方式，凡是在我省旅游业创新发展中出现的潜力项目、优势产品，可以即时报名参与评审，及时获得奖励，以推动项目良性发展。这也是创新奖的一大创新。”张明池说。

“旅游是传承传统文化、传播先进文化的重要载体，人们游三孔，到底是看什么？看古迹？看文物？这都没问题。但更重要的是体验文化。背《论语》游‘三孔’，正是实现了引导游客在旅游活动中关注、学习、传承文化的积极作用，在社会上形成良好的口碑传播。所以，我们认为，这个活动的社会效益大于它的经济效益，值得提倡。”省旅游局局长于冲表示，山东是文化大省，这项创新对于旅游产业转型有很大的示范效应。今后，本着既注重经济效益又注重社会效益的原则，省旅游局将不断增加对旅游产业创新的奖励额度和力度，营造我省旅游业大创新、大发展的浓厚氛围。



## 滕州市柴胡店镇 领衔本周投票排名

□杨柳 刘小路 报道

本报济南讯 “大美青州杯”2013寻找山东最美乡村活动投票持续火爆。截至8月30日17:00，网络投票总数已超过430000票，短信投票达到22000票，语音投票接近28000票。其中，滕州市柴胡店镇跃居投票排名的首位，龙口市南山村和齐河县安头乡塚子张村分列二、三位。据组委会工作人员介绍，投票将于9月10日15:00结束。

目前，寻找山东最美乡村探访团已走过东营市垦利县胜坨镇、泰安市岱岳区道朗镇二奇楼村、济宁市微山县微山岛乡、曲阜市石门山镇、淄博市临淄区齐陵街道办事处、济宁市泗水县济河街道龙湾套村。同时，各地咨询探访活动的单位仍络绎不绝。

下周探访团将于9月4日和9月7日分别走进东营市河口区仙河镇和邹城市峄山镇。详情请关注大众旅游周刊网(www.dly365.com)。咨询电话：0531—82676304 82676314

- 排名 候选名单
- 01 滕州市柴胡店镇
  - 02 龙口市南山村
  - 03 齐河县安头乡塚子张村
  - 04 龙口市芦头镇庵亩村
  - 05 章丘市相公庄镇小康村
  - 06 济宁市微山县微山岛乡
  - 07 潍坊市坊子区石沟河村
  - 08 垦利县胜坨镇
  - 09 潍坊市坊子区坊安街道洼里村
  - 10 淄博市淄川区上端土村
  - 11 曲阜市小雪街道武家村
  - 12 滕州市滨湖镇
  - 13 泗水县济河街道龙湾套村
  - 14 曲阜市石门山镇
  - 15 福山区回里镇胡家屯村
  - 16 安丘市柘山镇
  - 17 青州市王坟镇侯王村
  - 18 五莲县松柏镇刘家南山村
  - 19 青岛市崂山区王哥庄街道晓望社区
  - 20 潍坊市寒亭区高里街道西官亭村
  - 21 莱芜市莱城区羊里镇东土屋村
  - 22 安丘市辉渠镇
  - 23 淄博市临淄区齐陵街道办事处
  - 24 烟台市福山区回里镇善疃村
  - 25 莱州市文峰路街道田家村
  - 26 曲阜市吴村镇
  - 27 蒙山旅游区云蒙景区百花峪村
  - 28 泰安市岱岳区道朗镇二奇楼村
  - 29 蒙山旅游区云蒙景区百泉峪社区
  - 30 泰安市岱岳区粥店街道办事处黄草岭村

## 首届千人徒步大会 入选十艺节重点活动

□记者 高晓雷 报道

本报济南讯 8月27日，以“畅想美丽中国梦·徒步多彩十艺节”为主题的山东省首届千人徒步大会被列为十艺节系列文化展示活动重点项目之一。

据悉，我省首届徒步大会将于9月14日至15日在省会文化艺术中心门前举行启动仪式，然后按指定路线行走28公里，其中第一段从十艺节场馆到济西湿地共15公里，第二段湿地线路共13公里。徒步者可以全程参与，也可以参加其中一段。活动设全程和半程一等奖、二等奖、三等奖及纪念奖数名。活动不搞竞赛，提倡团队协作，鼓励大家体验徒步，锻炼身体。

### ◆ 导读

## 立足省情 协调发展 加快建设旅游强省

——山东省政府《关于提升旅游业综合竞争力加快建设旅游强省的意见》解读（下篇）

►10版 大众旅游·行业

□责任编辑 李文

电话：(0531)85193595

## 泉水手绘地图引领泉水游

□记者 房贤刚 报道

8月28日，现场制作的济南老城区名泉手绘地图在济南曲水亭街民俗文化节上深受游客追捧。

泉水复涌10周年纪念日来临之际，济南各种以泉水为主题的文化旅游产品不断推陈出新，进一步推动了泉水游的火爆。



## 从“卖展位”到“卖产品”

# 旅交会十年谋转型

本届旅交会带来一些新气象，据活动主办方介绍，最大亮点是突破传统旅游展会模式，“展卖结合”，并着重突出“交易”特点。记者在现场看到，省内几大顶尖旅游企业带头推出了一大批特色、特价产品，限时抽奖、代言人签名、有奖问答、超低价拍卖等活动烘托得现场气氛热闹非凡，憨态可掬的人形吉祥物摆出各种搞怪的姿势，直惹得想要上前合照的小朋友哈哈大笑。

“降的是价格，升的是品质”，作为参展商之一的嘉华旅游设立了180平方米的特形展位，携手建设银行、周大福珠宝、海南航空、中泉漂流景区、阿尔卡迪亚温泉等商家试图打造一场特惠盛宴。董事长张明刚刚完成了一场签名销售活动，记者上前说明了采访请求，他便带着记者穿过拥挤的人群，来到一处稍显安静的角落：“各展位之间的隔音效果还得再好点，说话都听不见了。”听上去是抱怨，记者却从张明的表情里看到了惊喜。

张明向记者说起前些年济南旅交会的情景：前几天是同行交流，最后一天才向公众开放。说是向公众开放，其实也就来了一些得闲四处转悠的中老年人，不久收垃圾的也进来了，把印制精美的宣传册一收，展会也就算是

到此为止了。

他曾参加过台北旅展，总想着什么时候家乡也能出现那种成交额上亿元的展会，从今年的情况看，这个梦想不远了。

张明说，展会开始前嘉华通过微博、微信、电话等各种形式通知会员和关注嘉华的客户，活动组织方相比往年也加大了宣传力度，仅30日一上午，嘉华的销售额将近20万元。“我们的目标是三天500万元，好戏还在后面呢！”看上去他信心满满。

记者了解到，“只展不销”一直以来是不少“中国式”旅游交易会的“特色”：一个3m×3m的标准展位2000元，参展商没有太多选择空间，规模、气氛上不来；宣传也不到位，很多老百姓不清楚旅交会跟自己有什么关系。2000元成了纯投入，考虑到这一点，不少旅行社越来越不感兴趣。直到2011年，在青岛举办的中国国内旅游交易会上，有旅行社现场摆售特价线路，旅交会恢复本来面目，交易双方唱主角的情况这才初露端倪。

本次旅交会，特装展位占总展位数的比例已达到65%左右，除了旅游产品特卖，展会还举办了旅游风情演出、旅游推介会、主题讲座、旅行社踩线等一系列丰富的活动。为了鼓

励更多企业参与到旅交会现场销售的活动中，组委会专门设置“销售创新奖”，对业绩突出的代表团和旅游企业给予奖励。山东旅行社主营出境旅游业务，上午开场不到两个小时，独家经营的冲绳海岛产品就有7人签约。看到这样的成绩，总经理王玉才很高兴，不过对起伦敦等国际旅交会，他觉得仍有改进空间。

“互动内容还可以更有创意，旅游是一种体验，很多体验产品都可以搬进现场。我曾见过韩国人、日本人现场制作泡菜、寿司让客人品尝，也见过中东国家用阿拉伯语为来客书写姓名作为小礼品，这些方式我们也可以尝试。另外，既然是山东国际旅交会，不妨邀请济南之外更多城市的旅行社商参与进来。”王玉才指出，宣传方面也可以更有重点，交易会的这种变化，需要及时传递给老百姓。

多家旅行社负责人向记者表示，9月是暑期之后的旅游小淡季，老年人、婚庆旅游者、错峰出游人群预计将成为成交量增长的最大推手。另外，考虑到本届旅交会处于“十一”之后《旅游法》实施、市场环境净化、行业大洗牌的关键时期，各大旅行社、景区等更是铆足了劲儿招揽人气，试图为节后回归以“产品”、“服务”为本质的竞争打下良好基础。

◆济南举办国际旅交会已10个年头，本届实现“展卖结合”，并着重突出“交易”特点

◆本届旅交会处于“十一”之后《旅游法》实施、市场环境净化、行业大洗牌的关键时期，各大旅行社、景区等铆足了劲儿招揽人气

◆互动、体验、宣传，创意空间仍然很大

□本报记者 付玉婷

8月30日，“2013中国·山东国际旅游交易会”在济南舜耕国际会展中心开幕。在二楼东厅济南旅行社特卖会展区，记者遇见了济南市民杨阿姨，她正在给好友打电话联系：“我相中了一款嘉华国旅的台湾游产品，9月底出发，现场报名只要3900多元，你来不？”

杨阿姨乐呵呵地告诉记者，她从报纸上的旅游专刊得知本次旅交会的消息，抱着凑热闹的心态来到会场，没想到还真有合适的产品，价格同平时相比又便宜了一两千元，索性当场就订下来了。

“中国·山东国际旅游交易会”是从济南市的传统展会项目济南国际旅交会上发展而来，迄今为止已举办了十届，每年有来自20多个国家和地区的旅游机构、企业代表参展，一直以来被业内看作是山东省内规模最大、专业化程度最高、国际性最强的旅游专业展会品牌。本