

省会城市群旅游联盟步入2.0时代

□ 本报记者 付玉婷

◆规划：构建一体化旅游带

在去年5月山东省城市群旅游联盟成立大会上，业内人士曾对由此产生的经济效益表达过乐观预测，如今这预测逐步被市场验证。每周五到周日，从济南出发的旅游专线都会满载50名游客开往宝泰隆景区，遇上旅游旺季有时能实现一天多个班次。

近日，省发改委公布消息称，为鼓励联合开发旅游产品和线路，在目前已有12条旅游专线的基础上，再开通20条。这意味着，今年会有更多景区像宝泰隆一样受益。



▲济南今年将在交通主干道布局50个旅游咨询中心，融天气查询、门票售卖、12301旅游服务热线等诸多功能于一身。图为济南万达广场前的一处游客接待中心。

□李严朋 报道

◆突破：旅行社同城待遇、联合促销等都有利好

企业的同城化，着眼于突破政策壁垒。目前，一个城市的旅行社来到另一个城市，不能开设门市，只能开设分公司。今年，济南将鼓励支持本市旅行社在省会城市群其他城市设立分支机构，争取与当地旅游企业享受同等待遇。

济南市旅游局市场处处长刘荣耀透露，得益于济莱协作区建设对于产业发展共赢、改革创新共促等方面的推动，济南已于年初同莱芜在这方面达成合作协议：所有在济南、莱芜两地注册的具有独立法人资质的旅行社（不含外

◆展望：把更多的空间留给企业和市场

在已经发行了一年多的《省会城市群城际旅游特刊》的基础上，一本汇集涉旅企业及行业产品、特色活动、优惠政策的《消费指南》将面市。“以前一个城市的居民很难了解其他城市有些什么和旅游相关的新动向。有了这本指南，圈内互动将更加频繁。”刘荣耀表示，《消费指南》会在各个成员城市的酒店、餐厅、咖啡馆甚至是超市系统布点，通过与居民日

常生活的无缝对接，最大程度激发旅游消费。

去年旅游联盟成立大会上提出的目标是，前三年实现每个城市5%—10%的客流流动，这样的游客增幅不是一个小数目。

济南市旅游局局长王铁志认为，达成上述目标，要落实到让参与方得到更大的实惠上。近日，济南作为核心城市提出创建国际旅游名城，提升区域合作是重头戏。以此为契机，现有联盟同城化待遇升级，山东省城市群旅游

联盟步入2.0时代。

另一项内容是，济南今年将在交通主干道布局50个旅游咨询中心。中心融天气查询、门票售卖、12301旅游服务热线、App下载、WiFi推送、周边服务点查询、ATM取款等诸多功能于一身。其他成员城市也在建设过程中。未来这些遍布城市圈的网点将实现内容共享，成为市民体验同城化便捷的神经网络。

面较广的旅行社将在这里接受现场报名，针对自驾游游客还将引入租车公司；休憩区——市民、游客的休闲场所；传统旅游咨询功能。

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

“值得关注的是，相比去年政府在突破政策壁垒、提升公共服务方面扮演角色，今年将

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

“值得关注的是，相比去年政府在突破政策壁垒、提升公共服务方面扮演角色，今年将

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

把更多的空间留给企业和市场，让企业唱主角。”刘荣耀还透露，每年8月底、9月初举办的中国·山东国际旅游交易会已在去年实现华丽转身，从“卖展位”真正成为“卖产品”的平台。今年开始，交易会将引导更多城市群旅游企业来此交易，也给圈内圈外游客传递一种概念：在这里能买到最实惠的城市群旅游产品。

“六个100”提升曲阜旅游行业道德

□记者 高晓雷

通讯员 孔国栋 滕孝敬 报道

本报曲阜讯 记者从曲阜市旅游局了解到，自去年曲阜在旅游行业内开展仁德、孝德、诚德、爱德“四德”工程后，今年再推出“六个100”工程，加强行业道德建设。

“六个100”中，一是引导各旅游企业设立旅游公益基金，全行业人员每月拿出工资的百分之一作为爱心基金；二是旅游公益基金年内实现对100个旅游系统内困难家庭或个人的扶助；三是制定100条道德服务规范，将“四德”理念融入行业服务标准；四是评选100名道德模范；五是背诵100条名言警句；六是深入挖掘整理100个“四德”小故事，融入导游的讲解过程中。

临沂拟建一两处大型主题文化公园

□记者 高晓雷 报道

本报临沂讯 日前，记者从临沂市旅游局了解到，2014年，临沂市将瞄准国内高端旅游企业和连锁品牌，力争引进、培育1至2个大型主题文化公园。

据了解，2013年临沂市新景区、新项目不断涌现，产业规模稳步扩大。去年，全市接待国内外游客4760.95万人次，同比增长11.35%；实现旅游总收入413.77亿元，同比增长15.31%。

今年，临沂市将继续瞄准国内高端旅游企业和连锁品牌，力争引进、培育1至2个集参与性、体验性、娱乐性、科普性于一体的大型主题文化公园，打造城市旅游目的地。同时，继续抓好中国兵学城、沭马风景旅游区、天蒙旅游区等重点项目建设。

业界观点

2014年星级饭店市场洗牌加速产业重组

星级饭店转型需扭转认识误区

景气”）和第四季度的81.77（“相对不景气”）均有一定提升，展示出星级饭店业信心整体有所增强。

尽管时间过去已经接近一年，但业界有关中央遏制公款消费对饭店市场影响仍存在诸多模糊认识。一些片面化观点充斥市场，不利于饭店业走向可持续发展。

一是业界对于“大众市场”含义的理解并不准确，普遍把大众市场与中低端市场（或百姓消费）等同起来，因此形成了“星级饭店要放下身价，满足百姓消费需求”等模糊认识。这实际上是对饭店市场分工规律的严重误读。“大众市场”并不反映需求层次和消费能力的差异（大众市场也会包含高中低不同的消费层级）。因此，四五星级饭店应该慎提百姓消费，还是要扮演好自己应有的市场角色。

第二种模糊认识，即取消公款消费对星级饭店发展的影响。这里也有两个认识误区：一个是一些饭店把中央限制公款消费片面地归结为整个中高端市场机会的减少。另一个误区是忽视了这项改革对我国星级饭店转型升级的特殊意义。事实上，市场机会（消费能力）是由所在区域社会发展水平决定的。对于现有星级饭店而言，取消公款消费之后，真正的问题是会导致市场购买方式由组织购买转变为以个体消费为主，这会与我省多数星级饭店现行市场营销（销售）模式产生冲突，因此，及时修正销售方式才是当前最值得星级饭店关注和解决的课题。如今公款消费的取消，意味着今后我国饭店业将有一个更公平化的市场环境。这种环境势必会改变饭店市场运行规则，释放出更大的市场力量，其市场意义非常值得期待，更值得业界研究和思考。

2014年起，我省星级饭店将同时面临来自于市场内外的三种主要压力：一是中央将继续深化反腐改革，预计本年度星级饭店中高端市场需求面不会发生根本性改变；二是本行业多年累积的各种矛盾和遗留问题将逐步暴露，势必导致部分星级饭店加快退出步伐；而一批由经济性饭店升级形成的饭店集团携带它们的中高档饭店品牌和发展模式开始进入高星级饭店传统领地，加剧市场竞争压力，同时将推动整个住宿产业加速重组进程；三是高科技发展同时影响和改变星级饭店的生产能力和顾客需求方式，也有助于推动我省饭店业实现升级换代。

从长远看，星级饭店业界必须坚守自己的品质特色，继续高举服务品质大旗。同时也要与时俱进，及时研究不同时代背景下顾客消费的新需求、新特点，用体验经济的理念不断完善和丰富星级服务的内涵，在充分满足顾客需要的基础上，探索如何创造或者引领顾客需要，为自己争取更大的发展空间。用服务文化引领整个饭店业的发展进程。

新一轮的高科技革命正在对我国饭店业产生全方位影响。有关机构发布的《2013年中国在线酒店市场研究报告》显示，2013年，中国酒店市场总交易额约为2986.3亿元，其中在线酒店市场交易额约为614.6亿元，占到中国酒店市场总交易额的20.6%。当前研讨转型升级问题，更重要的内容在于要探讨什么样的级、在哪个平台下升级、以及采用什么样的专业模式升级等关键问题。大数据、云技术、移动终端等高科技力量正在迅速改变国民的生活方式，正在对星级饭店既有的生产方式形成颠覆力量，智能化管理、定制化服务、以及模式化运营等新技术正在孕育，在此影响下，包括饭店在内的整个旅游行业都将遇到一个新的历史拐点。

（作者为山东省旅游专家委员会成员，现任山东大学管理学院旅游管理系副教授、博士、研究生导师。）



大明湖之春

2月20日，立春后的大明湖，码头处的游船静静排列在湖面上，像是在等待游客的检阅。绿色的船顶、大红的灯笼充满春的生机，与清晨静谧的大明湖形成鲜明对比，别有一番情调。

□李严朋 报道

威海旅游投诉：景区第一旅行社第二

□记者 高晓雷 报道

本报威海讯 日前，记者从威海市旅游局了解到，2013年度威海市共接到旅游投诉269起，正式受理115起。其中，针对景区的投诉占比最高，达55%，针对旅行社投诉有27起，位居第二。

景区是威海市旅游投诉的主要对象，占投诉比例的55%。引发游客投诉的主要原因有：部分景区有诱导游客消费的行为，部分工作人员存在违规承包经营现象；景区开放场所、营业时间、索道开放时间等信息没有及时公示和告知；个别景区工作人员态度恶劣，甚至有与客人争吵打架的情况；对特定人群的优惠政策执行情况有争议；个别景区因对设备维护和保养不及时，对一些突发事件应对不足等等。

对旅行社的投诉有27起，位居第二。主要包括：不能按合同提供服务或在合同规定收费以外加收费用；没有按照行程约定进行游览；有缩短行程或更改行程的情况，服务不到位；出境游客购买商品质量存在问题等等。

记者了解到，正式受理的投诉已全部结案，为游客挽回损失共37285元。与2012年相比，投诉数量减少了23起。受《旅游法》影响，有关强制收费的投诉明显减少。

淄博张店

畜牧观光旅游成风景

□记者 高晓雷 报道

本报淄博讯 记者从淄博市张店区旅游局了解到，张店把发展观光旅游畜牧业与现代生态畜牧业相融合，人们可在生态园休闲欣赏鸡鸭兔，特色都市畜牧旅游业渐成风景。

近年来，淄博市张店区将畜牧旅游业作为重要关联产业列入《张店区畜禽养殖规划》，明确了以市场为导向，构建集生产、观光、科普、休闲、体验、环境保护等多功能于一体，集中体现和展示生态文明和畜牧文明等为特点的畜牧休闲旅游体系。

截至目前，该区中埠、泮水、杏园办事处及城市近郊的吉田园、玫瑰园、玉黛湖等生态旅游观光园内养殖已初具规模，养殖场达到10家，鸡存栏15000余只，野猪及黑猪600余头，兔3000余只，实现了淄博市中心城区城郊型都市旅游畜牧业发展的新突破，同时人们休闲又有了好去处。

乳山42万元

奖励旅游项目

□记者 彭辉

通讯员 任现辉 王嘉 报道

本报乳山讯 在2月8日召开的乳山市2013年度总结表彰大会上，乳山市政府共拿出42.3万元奖励旅游项目，15家旅游企业获奖。

2011年，乳山市出台了《旅游业发展奖励办法》，每年设立1000万元的旅游产业发展专项奖励基金。去年又新增加了鼓励争创“星级旅游餐馆”、“绿色饭店”的奖励条款，对新上的海上游乐、景区主题文艺演出等填补乳山旅游空白且投资规模达到1000万元以上的特色项目给予5万元的奖励。去年以来，乳山市新推出了海上摩托艇急速体验、海上欣赏大乳山、环岛海上游、快艇登岛游等多个海上旅游特色项目，多福山、圣水宫、正华石佛山等景区也相继亮相，进一步增加了旅游“卖点”。

去年，乳山市共接待国内外游客707.25万人次，同比增长15%，实现旅游综合收入40.17亿元，同比增长18%。仅春节黄金周期间，乳山就接待游客8.5万人次，实现旅游总收入2873万元，分别比去年同期增长20.5%和22.6%。

第五届省城市园博会将在东营举办

□记者 高晓雷

通讯员 孙光辉 李静 报道

本报东营讯 记者了解到，第五届山东省城市园林绿化博览会将于今年9月1日至10月10日在东营举办。

本届园博会选址在东营市金湖银河生态工程郊野公园，主要包括主题展馆、室内展、室外专项展、论坛等四个方面的内容。主题展馆包括17个市级展馆、多个企业展馆和设计师展馆等40个永久性落地展馆，主展馆建筑面积约11215平方米。室内展为书画摄影艺术展，室外专项展包括山东省第十届盆景赏石展、山东省第八届菊花展、盐碱植物展等内容。届时还将举办中国（东营）盐碱土壤地区城市园林绿化发展论坛等配套活动。

据了解，本届园博会是继临沂之后第二届永久性落地主题展馆的园博会，园博园有望成为东营市新的旅游品牌，带动该市旅游业的发展。