



全域旅游,新时期旅游业发展的崭新模式

□ 王建华

全域旅游不是一项工作,它是新时期旅游业发展的崭新模式。

全域旅游是我国旅游业发展历史上的一场颠覆性革命,是顺应当前旅游业消费潮流的一场变革,是由景点旅游走向无景点旅游的一场变革,是旅游目的地体系建设的重大改革。

全域旅游是顺势而为,实现供给侧改革的一个硬招,是建立起党委、政府领导抓旅游的崭新的领导体制和工作机制,是对从生产关系和上层建筑领域释放旅游经济新动能的一场开天辟地。

全域旅游是实现“五个定位”“四个全面”的重大举措,是推动旅游业一业牵四化的重要平台和载体。2014年,省旅游局相关负责人考察浙江桐乡“一业驱四化”,即通过发展旅游业带动新型工业化、新型农业化、新型城镇化、服务业现代化。在这个历史发展新阶段,发展全域旅游是实现“旅游+”的高效工作机制。

全域旅游是以城带乡、城乡一体化协调绿色发展的有效路径。以城市为核心向周边乡村辐射,实现了以城带乡、城乡一体、绿色协调,让城乡居民共享旅游发展成果,成为很好的案例。

全域旅游是后工业化的发展趋势和实现工业化的新动能。今年我省GDP达到6.3万亿元,人均GDP达到1万美元,青烟日等城市的人均GDP超过1.5万美元,发展

发展全域旅游 构建大旅游格局

□ 蒋卫东

全域旅游是指在一定的行政区域内,以旅游业为优势主导产业,实现区域资源整合、产业深度融合发展和社会共同参与,通过旅游业带动乃至统领经济社会全面发展的一种新的区域旅游发展理念和模式。

十二五期间,我省积极发展大旅游,推动文旅、商旅、工旅、农旅、林旅等产业融合发展,大力发展城市旅游和乡村旅游,在全域旅游发展方面进行了积极探索。临沂、烟台争创全域旅游示范市,沂南、沂水、荣成、青州等县积极开展全域旅游模式创新,取得一定成效。

今年全国旅游工作会议上,国家旅游局提出全域旅游发展战略新定位,对于旅游业转型升级,实现旅游业发展新突破意义重大。全省旅游工作会上,省旅游局站在全国和全省的高度,对全域旅游的内涵和外延作了诠释,对山东下步全域旅游发展提出了前瞻性思路和对策措施。结合学习,提出构建“大旅游”发展格局的几点思考:

树立大旅游资源观。积极推动由过去传统资源观向全域资源观转变。梳理资源、理清资源、挖掘资源为旅游所用。

树立大旅游市场观。积极推动由单一旅游市场向多角度市场转变。细分市场,针对性营销,拓宽客源市场。

树立大旅游规划观。积极推动由旅游单一规划向“多规合一”和全域旅游规划转变,实现与国民经济、城乡、国土、文化、交通、农业、环保等产业的融合互动,共同发展。

积极推动旅游景区、项目开发向旅游目的地建设转变。加强精品景区建设,以核心精品景区为龙头,带动周边休闲度假等配套设施;建设宜居宜业宜游城市,完善城市旅游功能和公共服务体系;规划建设特色小镇。打造各具特色的旅游目的地。

积极推动单一旅游产品向复合型、产业链转变。深入挖掘历史文化,创意策划复合型旅游产品,拉长旅游产业链。

积极推动旅游基础设施向便利化、舒适化转变。优化旅游道路、零换乘、汽车租赁、自行车绿道等交通体系,完善集散中心、咨询中心、旅游厕所等公共服务设施,加强智慧旅游建设,为游客提供便捷、舒适的游览环境。



▲泰安市里峪村 □李建辉 摄

全域旅游是水到渠成,顺势而为。一些正在推进工业化的地方,也逐渐摸索出规律,挖掘后发优势,走出一产向三产直接跨越的独特路子,如沂南、山亭等。

山东发展全域旅游具备基础条件,应该走在全国前列。

一是有基础。山东实践全域旅游已经探索多年,像沂南县,早在三年前就提出了全域旅游理念,蓬莱市连续三年抓全域旅游,威海市2014年申报全省唯一一个全域旅游乡村旅游改革试点、青州市打造全域5A级景区。

二是有经验。早在2009年,省旅游局提出过五级联动,17个市和17个县级市成为全国优秀旅游城市,我省成为全国最大的优秀旅游城市群,27个旅游强县群,3个国家级旅游度假区,42个省级旅游度假区,61个中国乡村旅游模范村,全国最多。

三是有体制。在整建制抓全域旅游方面,出现了很多抓旅游的“一把手”,8个县(市、区)成立的旅游发展委员会,书记、市(县)长亲自任主任,从2014年抓26个改革试点,形成一批排头兵,如青州市把整个青州市作为5A级景区打造,泗水开始由农业县向旅游强县整体转型。齐河县已经打造济南次中心,另外像滕州市、诸城市、高青县、临朐县、五莲县、山亭区,也都在走全域化的路子。

四是有产业。旅游接待人数和旅游经济总量达到规模和临界点,如威海市今年接待人数达到3500万人次,旅游消费450亿元,蓬莱接待人数突破800万人次。

五是有潜力。十大文化旅游目的地品牌建设和十大新业态形成新支撑,无论是

城市还是县域、度假区,热情高涨,顺势而为。

根据国家旅游局提出的四条标准,结合我省实际,全域旅游示范区应达到以下六个标准:

1、建议旅游对当地经济的综合贡献率达到20%以上,旅游直接和间接就业人数占全部就业的20%以上,旅游对当地税收贡献超过15%。

2、当地党委、政府高度重视,把全域旅游上升到政府行为,把本行政区当做一个旅游目的地来抓。

3、全域旅游创建工作氛围浓厚,各行业积极融入其中,建立六大联动机制,各部门齐抓共管,全区域、全社会共同参与。

4、旅游改革发展走在全省前列,积极组建旅发委,建立旅游综合管理和执法体系,建立健全“六大”旅游工作机制。

5、厕所革命及公共服务建设成效明显。按照整洁有序、规范管理、服务标准、生态自然、赏心悦目、文明待客的标准,处处都是旅游环境,人人都是旅游形象。整个区域建成大花园、大果园、大菜园、大公园,城乡道路、村容村貌整洁,绿色生态,城乡居民精神风貌好、热情好客。

6、建成旅游数据中心。创新旅游数据征集、分析体系,按照旅游发展的新业态、新特点新趋势设立评价指标,探索建立适应全域旅游特点的旅游服务质量评价体系。

我省要推进全域旅游发展,需抓好六个“结合”:一是与全省旅游“十三五”规划布局相结合,出台我省全域旅游发展

总体规划。二是与建设十大文化旅游目的地品牌相结合,集中打造一批海滨型、山岳型、文化型全域旅游休闲度假名城和旅游度假区。三是与创建旅游改革创新先行区工作结合起来,实现“打造一处、带动一片”的效果。四是与发展乡村旅游相结合,推动乡村旅游全域化,服务国家扶贫战略,带动农民通过从事旅游脱贫致富。五是与发展培育旅游新业态相结合,打造具有商、养、学、闲、情、奇等现代旅游要素特色鲜明的全域旅游。六是与科学发展考核工作相结合,运用考核抓手,形成推动全域旅游发展的激励工作机制。

发展全域旅游,还需要强有力的政策支撑。一是把旅游改革创新先行区与全域旅游示范区结合起来共同发力。二是将全域旅游示范重点旅游项目纳入三年滚动投资计划旅游重点项目库,在国家政策资金支持方面重点倾斜。三是运用用地政策扶持,每年用于重点旅游项目土地指标优先支持全域旅游试点市县。四是省级旅游发展基金优先向全域旅游示范区倾斜。五是运用好乡村旅游扶持资金,“两区一圈一带”有关政策支持全域旅游。文化、体育、农业、水利、海洋渔业、金融等部门和各地出台涉旅旅游扶持政策,为推动全域旅游营造良好的发展环境。六是优先安排旅游宣传推广营销重点活动,纳入全省旅游宣传推广重点支持范围。七是优先支持A级景区等国家重点旅游品牌创建。八是优先安排旅游人才培养。九是重点旅游投资商、营销商准备落户山东的项目重点向全域旅游示范区引进。十是省局建立重点联系全域旅游示范区制度。



济南成为韩国乐天免税店“奖励会员海外旅游目的地”

□记者 付玉婷 报道

本报济南讯 3月9日至12日,济南迎来韩国乐天免税店首批40人VIP会员旅游团,标志着济南旅游与国外异业合作营销模式取得新突破。韩国乐天免税店把济南市纳入“奖励会员海外旅游目的地”,利用其庞大的会员机制推广济南旅游产品,这既为济南旅游扩大韩国客源市场开辟了新的拓展渠道,也将进一步提升泉城济南在韩国的知名度和影响力。

乐天免税店是亚洲第一、世界第三大免税店,在韩国共有5个分店,在印度、新加坡、大阪、关岛也有5个分店。济南市旅游局与乐天免税店开展异业间的合作,通过乐天免税店的宣传途径和会员奖励渠道,把济南文化探访旅游产品向其430万实体店会员和390万网络会员进行推广。

近年来,济南的韩国入境旅游客源增长迅速,但大部分韩国游客把济南作为交通中转地。为了尽快扭转这种局面,济南市旅游局针对韩国游客的喜好,以“登山旅游”和“文化探访”作为突破口,开发了“莲花山韩国登山路”专项旅游产品。同时,以济南文化旅游探访为主题,开发了以济南为中心,辐射周边淄博、泰安、曲阜等城市的多条四天三夜核心旅游产品线路,游客在济住宿时间由原来的一夜增加至两夜,在济南的综合消费也有了较大增加。

烟台将建 百公里滨海观光大道

□记者 高晓雷 报道

本报烟台讯 近日,记者从烟台市政府有关部门获悉,烟台从3月中旬开始修建滨海西路,连接芝罘区海滨与开发区海滨。建成后,一条串联当地海滨景点的长约百公里的滨海观光大道将出现在游客面前。

据悉,即将开工的滨海西路东起芝罘区芝罘岛,经夹河入海口处即将建设的跨海大桥,与烟台开发区滨海路衔接,长约7.3公里,总投资约10亿元。三面环海的烟台市有长达900多公里的海滨线。此前,烟台市投巨资先后修建了滨海北路、滨海中路、滨海东路,将芝罘区、莱山区、高新区、牟平区海滨连在了一起。

日照德州建立 旅游投诉统一受理机制

□记者 高晓雷 报道

本报济南讯 记者近日从省旅游局相关部门了解到,日照市、德州市已分别从去年6月和今年1月起,将各市统一接听的12301旅游服务热线正式并线到12345市民热线,建立完善旅游投诉统一受理机制。

据悉,新并线的12345市民热线承担旅游咨询、投诉、提示等相应职能,真正搭建起政府主导、多部门合作的集电话、网络、来信、来访等为一体的旅游投诉举报统一受理平台。按照“统一接听,按责转办,限时办结,统一督办,统一考核”的要求,落实首问负责制,及时进行受理、转办、处理,实现旅游投诉无缝隙对接,解决了旅游投诉渠道不畅通、互相推诿、拖延扯皮等问题,提高了游客满意度和旅游服务质量。

济宁将举办 首届研学旅游节

□记者 付玉婷 报道

本报济宁讯 来自济宁市旅游局的信息显示,济宁将出台研学旅行基地评选相关标准和管理办法,大力发展研学旅游,并于年内举办首届研学旅游节,授牌一批优质研学旅游基地、旅行社。

根据《济宁市研学旅行基地评选标准管理办法》,预计当地今年将首先为10家基地、旅行社命名并授牌;开发孔子周游列国、水泊梁山108将体验游等一批特色研学旅游产品。同时,利用曲阜、邹城等自驾营地,举办济宁市首届研学旅游节,利用三孔、两孟景区免费向全国教师开放的有利时机,对北京、上海等重点客源市场开展专题研学旅游营销。

今年,济宁还将继续开发一批新型旅游项目。其中,邹城市将加快推进峰山、上九山自驾车露营地项目,承办全省自驾车露营地大会;曲阜市、泗水县将进一步完善石门山自驾车露营地、万紫千红度假区自驾车营地项目。各景区同时将推进旅游演艺、登山运动、水上垂钓、保健养生、温泉滑雪等休闲产品开发。

聊城整合古城旅游资源 申创4A级景区

□记者 高晓雷 报道

本报聊城讯 日前,记者从聊城市中华水上古城保护与改造指挥部了解到,他们今年将积极整合内部旅游资源,推进景区申报工作。

据悉,聊城今年积极实施内外部旅游资源的整合,推行各景点的“营销整合”,逐步实现“管理整合”“资源整合”。逐项对照景区现有的硬件、软件设施,制订《中华水上古城创建国家4A级景区工作方案》,完善景区硬件,改进提升软件服务。策划系列主题鲜明、特色突出的节日活动,形成聊城古城在省内、省外周边乃至全国的影响力。同时,古城还将以景区推广为核心,立足聊城及邯郸、邢台、濮阳等,开展宣传推介。加大与旅行社的合作,面向目标市场,大力发展团队旅游。完善游客服务系统,全方位打造中华水上古城品牌,打造围绕以古城为核心的精品旅游线路。



▲青州昭德古街 (图片由青州市旅游局提供)

打造旅游产品 需要“工匠精神”

□ 刘印河

李克强总理在今年的全国“两会”上作《政府工作报告》时首提“工匠精神”,鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产,培育精益求精的工匠精神,增品种、提品质、创品牌。这对于打造文化旅游产品具有重要指导意义。

这些年来,旅游业作为扩内需、促就业、惠民生的优势产业,在政府强力主导和市场强劲拉动的双重作用下,与电商、物流一起成为发展最快的产业。但是,旅游业又不同于电商、物流产业,电商、物流产业的品牌建设主要体现在平台搭建以后的线下服务上,平台的打造则是越快越好,而旅游则恰恰相反,旅游的品牌主要体现在产品的文化品质上,旅游品牌建设不能盲目追求快。从国内外看,凡是有生命力和竞争力的著名文化旅游产品,都是精心打磨出来的,有的甚至经历了几代人、上百年的持续打造。当前,针对旅游项目开发建设中的浮躁情绪,应着力引入工匠精神,在柔性开发中培育文化,张显个性,打造品牌。

一是要用工匠精神进行专业设计。工匠精神的首要特征是“专”。当前,受利益等各种因素的影响和驱动,许多非旅游

专业设计公司进入旅游市场,这不仅造成了旅游策划市场的混乱,更降低了旅游策划的质量,直接影响了项目建设水平。另外,从专业设计公司看,目前有些设计单位为了承接更多的项目,用工业的标准化理念进行旅游项目的策划创意,套用固化模式大规模复制其他地区或项目的创意成果,使旅游项目丧失了文化个性。旅游策划的实质是文化创意,需要用工匠精神和专业知识去深入研究,反复揣摩。规划设计单位要切实克服浮躁心态,用心钻研,对每一个项目都要倾注心血,经过无数次的比较、扬弃,最终达到策划创意与文化主题的高度契合,与市场需求的高度统一,形成创意品牌。

二是要用工匠精神打造个性化产品。工匠精神的另一个重要特征是个性,没有个性就不能称之为工匠。在工业化时代,旅游产品的生产出现了标准化、规模化、批量化的倾向。这种工业化设计、批量式生产模式,在旅游发展的起步阶段快速解决了旅游产品供给不足的矛盾。但从长远看,很难打造出精品项目、遗产性项目。用工匠精神打造旅游产品,要谨慎利用这种简单的“复制”模式,突出产品的个性,赋予每个产品不同的文化内涵,通过不同的文化主题把旅游产品做成独一无二。

三是要用工匠精神精心打磨产品。工匠精神的另一重要特征是精细。旅游开发欲速则不达。台儿庄古城作为新建景区,之所以能够成功创建国家5A级景区,关键是精细。他们通过走访上百名当年在古城生活过的健在老人,通过对古城所有历史图片和影像资料的收集考查,站在力求还原当年古城原貌的文化高度,对古城的每一条街巷、每一栋房子,甚至每一扇窗户、每一块砖瓦都进行了精心设计,功夫下到了极致。旅游开发一定不能急于求成,要把速度降下来,让文化有更多的时间慢慢沉淀到项目中去,这样的项目才有生命力。

四是要用工匠精神开发旅游商品。文化和质量是旅游商品开发的两大核心要素。近年来,国内游客出境大量购买智能马桶盖、电饭煲,甚至毛绒玩具等,反映出游客对国内旅游商品品牌的信心不足。当前,旅游商品已经从传统的旅行纪念品扩大到生活日用品、工业用品甚至奢侈品,旅游商品开发应学习瑞士制表商对每一个零件、每一道工序、每一块手表都精心打磨、专心雕琢、用心制造的态度,在精益求精、打造细节品质上下工夫,在精雕细刻中叫响中国旅游商品品牌。