

将创意进行到底

在每一年的春季祭孔节点，“三孔”景区先后推出了“背论语免费游三孔”活动、晨钟暮鼓开城仪式以及传统戏曲表演、在祭孔现场设置“礼乐书”三大功能区并现场演绎等。今年，景区又发布了“少年孔子卡通形象”、推荐孔子像使用版本，推出“未来景区”战略，游客只需一部手机就可实现入园、吃喝玩乐、游览导航，感受智慧旅游模式的游玩快感。

旅游说到底是一种创意产业，创意是旅游的灵魂。“三孔”景区的系列举措正是在践行这一理念。在很多人心目中，这里是孔子诞生地和儒家文化的发源地，又有规模宏大的古建筑群，“一生必须得去一次”，本应不愁客源，然而“三孔”仍然高度重视创意和创新。

这说明，景区之间的竞争很大程度上是创意的竞争，无论是哪种类型的景区，哪怕是知名5A级景区，如果一直“吃老本”，老气横秋、不思进取，缺乏创新和卖点，也很可能会逐渐被边缘化，5A地位甚至也会摇摇欲坠。因此，景区必须时刻保持忧患意识，高度重视创意，进行思路创新、产品创新。

然而，仅有好的创意还不够，随着市场上涌现出越来越多的替代文化体验，游客对旅游体验的期望值也会水涨船高，对旅游创意的心理需求也会更加多样化，这就需要景区还应有的“将创意进行到底”的气魄，时刻能够推出新的创意，不断在产品类型和旅游体验上推陈出新。比如，近年来，沂南的竹泉村作为我省乡村旅游发

边走边说

高晓雷

清明节前夕，曲阜“三孔”景区举行春季祭孔大典。作为景区一年一度的重要活动，笔者自2013年始每年都前往参与，已亲历四届。祭孔，在很多人心目中不过是一项程式化的、“严肃呆板”的活动，然而，“三孔”景区每年都会推出别出心裁的、让人印象深刻的创意。这甚至成为勾画笔者动心前往的原因之一：“看看‘三孔’今年又有什么新花样！”

一周旅游资讯



4月3日，临沂独家COSPLAY百变主题桃花节在沂南县岸堤镇艾山村东南山“桃本桃”种植基地拉开帷幕。此届桃花节吸引了大批摄影爱好者以及观光游客的参加，大家带着亲朋好友到这里感受不一样的春天。

丹麦济南签证中心 本月15日开放

记者 付玉婷 报道

本报济南讯 丹麦济南签证中心将于本月15日开始正式接受签证申请，申请受理和领取护照时间为周一至周五8时至15时。据介绍，丹麦今年在中国新开设了包括济南在内的5家签证中心，此举有望进一步便利赴欧旅行者。

据相关负责人介绍，短期签证和居留许可申请者都可以在签证中心递交材料，其中，短期签证在使领馆的受理时限约为5至11个工作日。根据最新投入使用的申报签证信息系统(VIS)的规定，申请者需要在签证中心录入生物指纹。指纹扫描图像在系统中储存之后，5年之内再次申请申报签证时不必再次录入，方便于那些经常往返于申报国家的旅行者。

丹麦王国由丹麦、格陵兰岛和法罗群岛组成，汉斯·克里斯蒂安·安徒生、峡湾、冰山、夏季格陵兰的极昼和法罗群岛绝美的自然风光近些年对游客的吸引力持续走高。而丹麦是唯一有权发放前往格陵兰和法罗群岛签证的国家，前往上述两个地方的旅行许可将作为签证备注，同申报签证一并签发。

青岛将建中国北方 海上休闲体育旅游中心

记者 付玉婷 报道

本报青岛讯 来自青岛市体育局的消息显示，该部门已经与中国港中旅集团就打造中国北方海上休闲体育旅游中心达成合作协议。

据介绍，双方将携手打造帆船(板)训练基地，逐步引进青岛队、山东省队乃至国家队在此开展帆船帆板训练；引进国内外水上赛事；建设拥有700个泊位的国际帆船港；成立帆船俱乐部、游艇俱乐部及潜水俱乐部等一系列专业运动俱乐部。而随着各项基础设施的完善，承办国际海上赛事的条件成熟，项目所在地——港中旅青岛海泉湾度假区，还将形成食宿、旅游观光、赛事观赏等为一体的体育休闲产业链。

青岛市体育局相关负责人表示，帆船(板)训练基地建设完成后，帆船、帆板和皮划艇将入驻，沙滩足球、排球、动力伞、热气球、固定翼滑翔伞、无人机、冲浪以及风筝等运动项目也将逐步加入。

济南城市旅游观光车 开启2016年度运季

记者 付玉婷 报道

本报济南讯 济南城市旅游观光车777路于近日开启2016年度运季。据介绍，今年的运营时间会一直持续到10月31日，运营时间为9:00-17:00。5月1日起开通夜场，运营时间延长为9:00-21:00，并提供“老济南说济南”特色演出。

该线路配备5部双层敞篷观光车，沿途设置泉城广场、趵突泉、五龙潭、大明湖西南门、大明湖南门、大明湖东南门、老东门、青龙桥、解放阁、泉水茶馆10站，串联泉城广场、“天下第一泉”景区、购物街、小吃街，彰显泉城济南的湖光山色、泉水底蕴以及民俗文化。车内以老照片的形式，图文并茂老济南古迹，免费提供“老济南大碗茶”，导乘人员沿途讲解18处名胜古迹，并向游客提供“七十二名泉”“古城印象”“济南名士多”“梦回老济南”系列明信片式特色车票，提供车载邮政服务。线路票价为12元(一票当日两次乘坐，含2元邮资)。

德州开展旅游行业 合同格式条款专项整治 8种旅游合同“霸王条款”被曝光

记者 付玉婷 报道

本报德州讯 德州市工商局日前通报了旅游行业合同格式条款专项整治工作情况，对旅游业8种旅游合同“霸王条款”进行曝光。

被曝光的8种旅游合同不公平格式条款分别为：中途临时性退团费一律不退；因交通延误、战争、大风大雾、改变、罢工、自然灾害、飞机故障、航班取消或更改时间等不可抗力原因所致的额外费用，旅行社不予承担；请注意保管好自己的财物，如有财物丢失，旅行社不承担责任；地接社在与全体游客沟通确认后有权调整行程，由此而产生的行程之外费用由游客自理，组团社只负责退还未发生之费用，不承担由此造成的损失和责任；合同一经签订且付全款，团队机票、列车票、船票即为出票，不得更改、签转、退票；如出现单身男女，旅行社尽量安排该游客与其他同性别团友拼房；如不愿拼房或未能拼房，请补齐房差以享用单人房间；游客因个人原因违约不能成行的，按照下列标准承担违约责任：在出发前2-1天内通知的，收取团费的100%的违约金；此线路如不成团，旅行社将提前两天(含出发当天)通知改期、改线或全额退团款，不作任何赔偿。游客如发现上述旅游合同格式条款侵权现象，可拨打12345进行投诉；也可直接拨打各地工商局举报电话。



4月2日，清明小长假第一天，众多市民游客涌入济南方特东方神画乐园。经过近一年的试运营，济南方特东方神画迎来全面开园，园内所有项目将在近期全部对外开放。济南方特东方神画是一个以非物质文化遗产为核心，结合现代高科技表现手段，展现中华各民族特色的第四代高科技主题公园。其最大特点是以非遗文化和互动体验为特色，将动漫卡通、电影特技等国际时尚娱乐元素与中国传统文化民间传说巧妙结合，创造出充满幻想和创意的神奇画卷。

强化市场营销意识 助力乡村旅游扶贫

王晨光

乡村旅游扶贫目前已经发展成为实现精准扶贫的重要手段。由于乡村旅游扶贫对象普遍对客源市场需求缺乏了解、基础条件差以及自身发展能力弱，实施乡村旅游产业扶贫工作的难度甚大。通过强化市场营销意识，帮助扶贫对象找准服务对象、厘清发展思路以及提升产品开发和服务技能，可以减少发展误区，有效提升扶贫绩效。为此，乡村旅游扶贫工作要回答好“为谁做”“做什么”以及“怎样做”这三大问题，并重点做好以下五个方面的工作。

定位准确。发展乡村旅游首先要解决“为谁做”的问题。经验表明，乡村旅游成功的关键在于能够有效满足城市游客的消费需求。表面上看，城市游客的消费需求普遍围绕食宿娱乐等生活功能展开，差别似乎不大；但实际上区别非常明显。以住宿消费为例，追求价廉物美者与追求时尚浪漫的游客很难居住生活在一起，业户硬要拼凑则极有可能出现鸡飞蛋打的情况。在大众旅游时代，城市游客消费需求的最大特点就是随性而为、各不相同，形成了各具特色的小众市场或细分市场。因此，乡村旅游业户从一开始就必须做好取舍工作，要坚持“有所为、有所不为”的原则，尽快找准自己的服务对象，这也是市场营销理论中定位策略的基本要求。同时，对那些“非我族类”的游客需求，业户要敢于拒绝，切忌盲目迎合和自我迷失。

游客的参与和利益。二是一味模仿城市旅游产品，盲目追求设施硬件的城市化和高大上，疏忽了乡村旅游自然、质朴的本性。三是片面重视游客的功能性需求，缺乏对游客其他消费需求(如情感需求、体验需求等)的深度理解和把握，导致多数旅游产品简单粗放，也束缚了自身的盈利能力。要让旅游产品开发始终贴近游客需求，同时不断挖掘、提升其满足游客需求的能力。在此基础上，积极探索形成产品特色。建议做好如下工作：一是引导业户尽量用好身边资源，力争从他们擅长的乡村民俗、在地文化和农业资源中寻找市场机会，优先开发农家乐、采摘园、开心农场、休闲农庄、客栈民宿等旅游产品。二是把各级政府正在推动的休闲农业政策与乡村旅游政策有机结合起来，积极引导生态农业、有机农业、循环农业、自然农法、社区支持农业(CSA)以及分享经济等发展理念，同时注意搭建好各种平台，吸引城市专业机构和社会力量一起参与乡村产品开发工作。三是重视乡村文创，通过创新创意发掘乡村产品的文化主题，力求为游客提供“满意+惊喜”的旅游体验。四是推动使用产业力量拓展产品深度。

优质服务。旅游服务通常包含三个层次：一是标准化服务。即要求乡村旅游产品既要严格遵守旅游服务的基本标准和规范，同时还要尊重城市游客的生活习性，确保其生活品质不因在乡村而发生改变。二是特色化服务。乡村保留着浓郁的乡土风情和民俗习惯，待人讲究热情、好客、质朴、友善，这也成为吸引城市游客的重要因素。乡土文化还有“十里不同风，百里不同俗”的特点，扶贫工作应积极帮扶乡村业户发掘本地礼俗，形成有地域特色的服务规范，丰富游

客乡土体验。我省旅游部门长期倡导“好客山东”文化，就是一个成功的典范。三是个性化服务。旅游服务的最高标准是能满足游客的个性化需要，能打动人心，从而提高游客的忠诚度和回头率。我省博山中郝峪村靠提供个性化留心服务成功留住了大批回头客，为乡村度假产品开发提供了成功经验。倡导优质服务的同时还要注意如何保持。在市场开放的情势下，乡村文化的质朴很容易受商业文化和城市消费文化的冲击。因此，旅游扶贫工作要把抓好优质服务当成一项系统工程，在积极倡导诚实、守信、践约等市场文明新规范的同时，做好传统乡土文化的弘扬和维护工作。

沟通顺畅。乡村旅游营销特点与传统旅游企业有着很大的不同。从市场关系看，乡村旅游市场点多面广、空间分散，市场不易组织；从消费特点看，市场表现为小规模、多批量；客源分布多以周边城市游客为主，属于近距离、重复性消费；消费时间上以周末和节假日为主，淡季特征较为明显；购买特点是以物质和功能性消费起始，但易产生随机衍生消费，不受固定菜单限制；出游方式上则以家庭型、亲朋型消费为主，来去随机自由，难以把控。为此，乡村业户不能照搬传统旅游企业专业化、职业化的营销方式，要十分重视与游客的主动交流和情感互动。在沟通策略上应注意两点：一是要提升沟通的便捷性。要多观察游客习惯采用的沟通手段，不仅要多做宣传册页，主动增加纸质材料的发放，还要尽量多采用微信、微博、在线网站等各种智能手段，在方便游客的同时为自己提供更多机会。二是提升沟通的有效性。要树立客户是价值的理念，通过

设立客史档案，加强对游客售前、售中、售后服务，提升游客的认同度；同时要建立常态化的游客沟通机制，加强主动联络，提高游客的忠诚度。合作营销。如果从消费者角度看，会发现游客对乡村旅游产品的选择是既关注终端业户的产品品质，同时还会关注乡村旅游项目所在区域的整体吸引力，这就需要引入合作营销的理念。有一句老话，叫“独美美，不如众美美”。浙江莫干山民宿业的集体崛起已经印证了这一理念。故此，旅游扶贫工作还要系统考虑以下因素：一是要统筹所在片区乡村旅游发展的整体思路，确立发展主题，统一发展目标，打造好区域旅游目的地整体形象，以便游客的鉴别和选择。二是要合理划分旅游目的地的内部市场分工，引导业户选择不同旅游主题，各自打造特色和亮点，避免同质化发展和低层次竞争；同时要增强文化创意，拓展产业链，推动产业不断转型升级。三是要组织好目的地和区域层面的营销宣传互动，形成合作营销，共同做大旅游蛋糕的市场氛围。四是要形成规范有序的旅游目的地治理机制，在区域范围内共同制定和维护规则，共同构建和谐一致的利益分配机制。总之，在旅游业蓬勃发展的趋势下，乡村的经济实力可以落后，但乡村旅游的发展理念和营销手段不能落后，落后就意味着失去机会。有鉴于现阶段乡村旅游业户普遍专业知识水平较低，基础条件薄弱，地方政府、旅游部门应承担更大职责，通过旅游扶贫和专业辅导，帮助帮扶对象不断拓宽市场视野，提升业务技能，同时营造良好的发展氛围，共同做大旅游产业。(作者为山东大学乡村旅游研究中心主任)

张红霞 报道

近日，邹平县黛溪街道张高村3000亩杏花迎春绽放，吸引了旗袍佳丽游园赏春。据悉，在邹平张高村，水杏种植已有400多年的历史，产自这里的水杏以成熟早、质地优而闻名四方。十几个品种的杏树开花时间有早有晚，连续不断，颜色各异，开花时节形成了百花绽放的景观。