以全域旅游为抓手

# 淄博：建设国内知名旅游目的地

高端对话 书记市长谈旅游

□ 本报记者 付玉婷

淄博自然资源丰富，历史文化底蕴深厚，地域特色鲜明，城市布局舒展，发展旅游业具有得天独厚的优势。近年来，淄博市着眼打造国内知名旅游目的地城市，以转型升级、提质增效为主线，以推进全域旅游为总抓手，深入实施大旅游发展战略，推动文化旅游融合发展不断取得新成绩，在引领促进当地产业发展、社会消费、城乡统筹、扶贫开发等方面发挥了重要作用。

“全域旅游新格局进一步增强了旅游在淄博经济社会发展中的新动能地位。”中共淄博市委副书记、市长周连华日前接受本报记者采访时指出，面对景点旅游向全域旅游转变的大趋势，淄博正以更新的思维和更宽的视野，以加快旅游产业转型升级为切入点，立足“东古、西商、南山、北水、中文化”的特色定位，进一步融合要素、整合资源，串珠成链、连点成线，规划建设一批精品景区、精品线路，带动提升淄博旅游的品牌影响力。

**《大众旅游》：**全域旅游对于统筹与融合发展提出了更高要求。据我所知，淄博十分重视发挥科学规划的引控作用，目前正加快编制全域旅游发展规划、文化旅游产业融合发展规划等一系列总规与专项发展规划。规划的总体思路是怎样的？又将通过哪些核心要素得以具体呈现？

**周连华：**科学完善的规划体系是旅游业健康发展的保障。在规划的顶层设计上，淄博将以创建全国知名旅游目的地城市和国家级全域旅游示范区为目标，以推进全域旅游为总抓手，深入实施大旅游发展战略，着力提高旅游管理和服务水平，加快培育旅游市场新主体、构建旅游产业新体系、拓展旅游发展新空间，借此推动淄博旅游产业实现新突破。

具体来说，要在科学制定一系列总体规划和专项规划的基础上，重点抓好“一个核心”、“一条主线”、“四个亮点”。“一个核心”即抓好齐文化旅游的深度开发。山东省委、省政府明确提出建设曲阜优秀传统文化传承发展示范区和齐文化传承创新示范区的目标。其中，淄博作为齐文化传承创新示范区建设的核心区域，抓好齐文化旅游的深度开发是推进淄博全域旅游的重中之重。围绕示范区建设，一方面，淄博正进一步深化齐文化研究，通过策划实施齐故城、稷下学宫等一批重点文化旅游项目，加快齐文化从学术研究向文化旅游转化，使齐文化传承创新示范区有市场、有温度、有亲和力，实现“春秋文化看淄博”的目标；另一方面，围绕进一步放大齐文化影响力，办好一年一届的齐文化节系列活动，运用现代理念、手段对中国古车博物馆、齐国历史博物馆等重要展馆，以及姜太公、管仲、稷下学宫、蹴鞠等最具代表性的齐文化符号，进行再创新、再策划、再挖掘，增强其吸引力和参与性。同时，做大做强“寻根游”、足球起源地邀请赛等特色旅游产品，真正让齐文化这块金字招牌立起来、走出去。

“一条主线”即抓好齐长城沿线旅游资源开发。齐长城是目前国内保存最完整的先秦古长城遗址，淄博境内有十几处，市场潜力巨大。淄博将加强高端策划，做好齐长城与潭溪山、齐山、原山、马鞍山、梦泉等山水资源，与齐长城文化旅游创意园、齐长城遗址公园等文化资源，与沿线传统村落等生态休闲资源有机融合的文章，加快打造以齐长城为主题，集历史文化、生态文化、休闲度假于一体的旅游体验长廊。

“四个亮点”即抓好聊斋故里、周村古商城、陶琉旅游和生态文化开发。目前淄博正在编制聊斋文化创意主题园区规划，进一步加强聊斋文化研究、开发、推广，把聊斋城打造成东方魔幻题材的影视剧拍摄基地和主题公园。周村古商城是鲁商文化繁荣发展的历史见证，淄博将坚持严格保护、合理利用原则，有序推动古商城保护性开发建设，深入挖掘大染坊、瑞蚨祥、周村烧饼等“老字号”商业文化内涵，打造鲁商发源地、影视拍摄基地和民俗文化旅游品牌。陶琉文化要突出创意性、参与性、体验性，加快研发特色旅游产品，策划打造陶琉特色小镇，将陶瓷琉璃培育成为淄博工业旅游、体验式旅游和旅游购物的主打品牌。生态文化将突出打造文昌湖旅游度假区、孝妇河湿地、鲁山、马踏湖、高青温泉慢城等重点景区，培育形成新的增长极。

**《大众旅游》：**乡村旅游是淄博旅游中不可忽视的重要部分，近些年，淄博成功打造了包括中郝峪村、牛记庵村在内的一批知名乡村旅游品牌，形成了在全国具有开创意义的发展模式。下一步，在淄博旅游两大发展目标的实现过程中，乡村旅游地位如何？

**周连华：**全域旅游将旅游的重点从景区扩展到更广阔的区域，乡村无疑是其中十分有潜力的空间，可以说，做好乡村旅游产品的供给，才能为淄博打造全国知名旅游目的地城市和国家级全域旅游示范区提供更好、更完善的体验。不仅如此，大力发展乡村旅游，还能解决“三农”问题、促进生态环境保护和城乡统筹发展，富民兴业，一举多得。随着自驾游、休闲游快速增长，近几年淄博乡村旅游日益火爆，呈现出广阔的发展前景。下一步，淄博将按照产品精细化、服务标准化、运营品牌化和产业规模化的要求，加力推动乡村旅游创品牌、上水平，打造一批“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的乡村旅游精品。一是推进规模开发，以旅游强镇和旅游特色村为重点，通过引入大企业统一开发、发展乡村旅游合作社等模式，促进乡村旅游提档升级。二是拉长产业链条，围绕游客能“来得了、住得下、玩得好”，实现从观光型向体验型、度假型转变，培育绿色采摘、特色餐饮、养生度假、休闲娱乐等项目，提升乡村旅游的综合效益。三是抓好旅游扶贫，继续整合相关扶贫政策、扶贫资金，引导贫困地区利用良好生态环境和文化资源发展旅游，让乡村旅游成为贫困群众脱贫致富的重要渠道。

**《大众旅游》：**评价一个地区的旅游是否优秀，服务已成为与资源禀赋同等重要的考察指标。淄博将如何进一步提升旅游发展的综合服务水平？

**周连华：**淄博正从发展全域旅游的角度规划完善涵盖旅游各要素的综合服务体系，特别是解决好旅游基础设施互联互通等问题，以统一高效、规范有序的城乡旅游大市场，迎接全民旅游时代的到来。

一方面，围绕打造旅游目的地城市，淄博正在科学策划市内两日游、三日游精品线路以及以淄博为首发地的多日游线路，提高多日游的比重。另一方面，淄博正在建立完善智慧旅游服务体系、旅游市场监管体系、旅游安全保障体系，为游客提供更加方便贴心、诚信安全的旅游环境。同时，结合旅游线路开发，加快游客集散中心、旅游购物中心、旅游咨询服务中心建设，抓好通往景区、乡村旅游点道路的建设改造，在城乡合理布局一批不同档次的住宿、餐饮、娱乐设施，完善停车场、指示牌、景区休息中心、污水管网等配套，增强旅游的便利性和通达度。比如，辛泰线上的“绿皮小火车”，对于带动沿线旅游起到了很大作用，淄博将在策划包装和站点设置上再下功夫，将其打造成淄博旅游的一张特色名片。

**《大众旅游》：无论是创建全国知名旅游目的地城市还是国家级全域旅游示范区，体制机制的变革都是淄博旅游当前面临的关键问题之一。在这方面淄博将有哪些做法？**

**周连华：**通过组建市旅游发展委员会，淄博旅游管理部门的综合协调职能将得到进一步增强。下一步，淄博将以创新开放的理念，建立高效务实的沟通协调机制和利益共享机制，打破行政分割，加强区域合作，构建差异竞争、错位发展、优势互补、良性互动的发展格局。

人才队伍建设是旅游体制机制改革的重要组成部分，淄博将建立激励政策，加快引聘一批高素质的国内外专业人才，重点引进策划创意、规划设计、项目运作、国际营销、高端管理等方面的专家型人才。同时，抓好现有旅游行政管理人员、企业管理人员、乡村旅游带头人、导游员等人才的分级分类培训，努力培养更多的高层次和实用型人才。

旅游速递

图片由济南市旅游发展委员会提供

## 山东导游专座设置率100%

□记者 付玉婷 报道

**本报济南讯** 近日，山东省旅游发展委员会、山东省交通运输厅、济南市旅游发展委员会、济南市交通运输局联合举行“导游专座”座套免费配发活动，对导游专座设置工作进行再动员、再部署。

据介绍，我省旅游车辆已全部设置了导游专座，折叠座椅也已全部拆除或封存，旅游客运车辆导游专座设置率达到100%。本次统一配发的2万套座套，由山东省旅游发展委员会、山东省交通运输厅联合制作配发，制作规范、样式统一，进一步夯实了导游专座工作基础。山东省旅游发展委员会相关负责人指出，导游专座是切实维护导游权益的大事、实事，需要各方面参与、支持，并且持之以恒地执行下去。

## 山东交运旅游集团合并8家省级知名旅游企业

□记者 付玉婷 报道

**本报济南讯** 记者从山东交运旅游集团有限公司了解到，按照山东省国资委专题会议部署要求，山东省中国旅行社、中国国旅山东分公司、山东省妇女旅行社、山东省森林旅行社、山东省旅游信息总公司、山东省企业人才中心、山东省人力资源中心、山东省企业考试培训中心等8家企业日前已被合并至山东交运旅游集团有限公司旗下。

此举被视为我省打造大型旅游集团，提升“好客山东”品牌竞争力的又一举措。据介绍，合并后，山东交运旅游集团拥有220余家营业部、50家分公司；集团定位于“资源整合运营商”，打造一个“全球化、多公司、多品牌”的运营管理平台，通过资本运作横向整合各区域市场的购买力资源，并将充分利用外部资源、技术和知识提供高品质旅游产品和服务。

## 山东航空冬春换季新开8条国内航线

□记者 付玉婷 报道

**本报济南讯** 记者从山东航空公司了解到，10月30日起山航开始执行2016年—2017年冬春季航班计划，将新开通贵阳、乌鲁木齐、珠海、厦门等地始发的8条航线，并新增2个首尔航班。

据介绍，此次新开的8条国内航线包括贵阳—泉州、贵阳—合肥—大连、乌鲁木齐—上海虹桥、厦门—合肥—沈阳、厦门—郑州—西宁、天津—珠海、珠海—郑州—呼和浩特、重庆—太原—长春。冬春换季后，山航还将新增2个青岛—首尔往返航班，同时推出昆明-曼谷、济南-首尔、长沙-普吉等航线的特价机票。结合航班特点，山航还将试点推出行李直挂、通程登机等便捷服务。

秋季 美丽生态

### 层林尽染红叶谷

□记者 房贤刚 报道

▶10月27日，济南市红叶谷景区红叶满山层林尽染，令人陶醉。眼下已是深秋时节，该景区的红叶也迎来最佳观赏期。

## 加拿大安大略省来鲁推介旅游

□记者 刘 英 报道

**本报济南讯** 10月26日，2016加拿大安大略省旅游推广会在济南举办。多伦多旅游局、渥太华旅游局、尼亚加拉瀑布旅游局、尼亚加拉瀑布游轮公司、尼亚加拉直升飞机公司、丰运旅游公司、天马旅游加拿大（集团）公司、枫之旅加拿大神州旅行社、加拿大枫情假期及海南航空代表悉数出席，与山东旅游业界分享安大略省全新的主题产品信息、旅游资讯、航班动态、酒店预定等。

据了解，2016年到访安大略省的中国大陆游客超过20万人次，同比增长近14%；截至2016年6月，中国大陆客人到访安大略省已超过95000人次，同比增长16.2%，中国市场已经一跃成为安大略省海外第二大客源市场。安大略省是加拿大第二大省，拥有110万平方公里的面积、250000多个湖泊以及全长超过10万公里的河道。四季分明，景色多样，加拿大国家标志性的枫叶林、世界自然奇迹尼亚加拉大瀑布、加拿大首都渥太华以及最大的城市多伦多都是安大略省丰富旅游资源中的经典代表。安大略省旅游局在2016年精心打造了“家家乐享安大略”主题年，并将陆续推出以“冰雪欢乐颂”为主题的互动活动。

打造旅游文化综合体，拉长景区产业链，满足游客不同层次的需求

# 新业态带来“仙境海岸”新体验

□ 刘 英 刘小路

随着旅游新业态的兴起，我省重点对邮轮游艇旅游、自驾车房车营地旅游、温泉滑雪旅游、低空飞行旅游、休闲垂钓旅游、研学旅游、养生养老旅游、体育健身旅游、文化旅游、节会旅游十大旅游产业提出了下一步的发展规划与目标。日前，记者随省旅游发展委员会组织的“仙境海岸”新业态探访团走进旅游企业，探寻这些融合型业态将给游客带来怎样与众不同的新玩法和新体验。

### 旅游胜地变身“文化记号”

“仙境海岸”作为山东十大文化旅游目的地品牌之一，因其独具特色的滨海旅游资源、休闲度假理念，通过近两年的发展，现已形成了一批集观光、休闲、养生、娱乐、海上运动于一体的新业态滨海旅游度假产品与海上休闲项目。

在日照五莲大青山旅游风景区，探访团遇到了来自德国的迈克和法国的辛巴思典，太极拳让他们结识在大青山。据大青山旅游风景区总经理王飞介绍，大青山每年都会接待学习太极拳的外国友人，大多都是慕名而来，在大青山学习太极拳长则一年，短则三个月。除了国外太极爱好者，来大青山学习太极拳的国人也日渐增多，景区在黑龙江、上海、苏州、海南等地开设了太极拳教学点，受到国内外游客的欢迎。

现今，谈起大青山，人们首先想到的不再是一个郊游踏青的地方，而是一个文化的记号。从2006年开始，大青山旅游风景区以太极文化为核心打造建设了一个集休闲、养生、度假于一体的综合性旅游景区。

以“精雕打磨”中国传统文化赢得大众市场的还有威海华夏文旅集团。“近年来，文旅集团开始进军一线旅游市场，将中国传统文化与当地历史文化巧妙融合，打造具有当地认同感的旅游文化综合体。”威海华夏文旅副总裁李明金表示。从2014年开始，华夏文旅看准国内一线旅游城市市场前景，进军厦门，打造了《闽南传奇》演出与老院子景区，其中《闽南传奇》自试营业以来，反响热烈。据李明金介绍，近两年华夏文旅在西安投资28亿元的旅游综合体项目已开工建设，预计明年4月试营业，其中包括《驼铃传奇》演出，室内大剧院、海洋馆、水上乐园等项目。

### “旅游+”激活一池春水

“谁抓住了新业态，谁就赢得了引领旅游消费的主动权和制高点。”省旅游发展委员会副巡视员王春生表示。从做农业到做以婚恋为主题的旅游景区，日照东港区花仙子景区华丽转型。说起转型之路，该景区营销部经理杨金秋解释：“景区从2012年之前一直以农业为主，植被种类较多，一到春天便是花的海洋，不少游客会选择这里拍摄婚纱照，我们抓住了这一市场机遇，从‘花’做文章，渐渐打造了一条以‘蝶恋花’为主题的婚恋公园，现今在花仙子景区内到处可见马车、城堡、婚纱摄影基地等婚恋主题元素。”

据悉，花仙子景区去年接待游客8万—9万人，以散客为主，来自河南、安徽、江苏等地的游客较多，因不少游客拍摄期间都会带着家人，形成了景区内“旅游+婚纱摄影”的旅拍模式。为了打破一日游瓶颈，拉长旅游产业链，现今景区推出了以十二星座为主题的体验型小木屋群。据杨金秋介绍，接下来，园区将扩建到3000亩，增加景区内旅游体验项目，增加游客黏性，为了留住过夜游客，景区将打造“花房”住宿区，让游客玩在花海，住在“花房”。

转型成功的还有日照黑虎山狩猎场，从以“狩猎与射击”为主的小众化旅游路线转变为现在的“旅游+体育”旅游综合体，实现了“以一变二”的转型升级。“近两年，景区不断拓宽旅游产品，举办全国性体育赛事，与企业、学校组织拓展类活动，这样既能留住中高端游客又能引流大众市场。”黑虎山狩猎场总经理王赛勋介绍。今年“十一”期间，景区内一房难求，预计明年，景区还将引进集装箱小屋，将接待游客的床位增加到1000张。

### 新业态从神秘到亲密尚需时日

采访中了解到，当下旅游新业态的发展正处于起步阶段，项目上得快，但市场营销仍不够成熟，导致大众存在“新业态门槛高”的认知误区。刚刚揭开神秘面纱的新业态，要想达到像成熟业态那样与游客亲密互动，还需要在产品和营销上下足功夫。青岛藏马山景区总经理刘敏指出：“在产业竞争激烈的情况下，导致游客分流严重，群众对新业态产品认知度不高，景区对旅游品牌的长期定位与产品的推陈出新有着重要作用，我们要敏锐抓住市场需求，满足游客不同层次的需求。”

我国首艘全资自主经营管理的本土邮轮“中华泰山”自2014年首航运营至今，开辟了多条邮轮航线，填补了多项中国空白。渐晰明朗的海上游态势，让渤海邮轮有限公司副总经理孙前进信心满满，同时他也针对当下国外邮轮进军中国市场的问题提出了自己的顾虑，国外邮轮抢占市场让国内邮轮在机遇中又充满挑战。面对不可避免的趋势，孙前进表示：“‘以小对大’让我们在邮轮线路上另辟蹊径，‘大船’忽视的地方我们作为目的地，增加游客在当地停留时间，更多地体验和感受当地旅游特色。”

“海上游体验重要的还是产品是否能吸引游客，大同小异的海上游产品已不能满足游客需求。”青岛奥帆中心运营综合管理办公室主任姜峰解释。为了拉长海上游产业链，丰富海上游内容，中心今年推出了夜游三湾(浮山湾、太平湾、汇泉湾)产品，现已接待近两万游客，好评不断。下一步，奥帆中心将继续推出游灵山湾、竹茬湾等海岛游线路，让游客来一场从海上观光到海岛游览的双重体验。

## 泉城欧乐堡万圣节主题活动受热捧

□记者 付玉婷 报道

**本报齐河讯** 为期5天的泉城欧乐堡万圣节主题活动落幕。记者了解到，今年的万圣节欧乐堡梦幻世界主打亲子元素，成功吸引了一大批家庭游客前来寻求特别体验。

据相关负责人介绍，万圣节特色亲子活动是景区开发家庭市场的一次创新尝试，内容涵盖鬼怪巴士、鬼屋、小朋友钟爱的QQ糖果“派”等五大主题演艺项目和扮鬼免费游、扮鬼大游行、鬼怪朋友圈等四项主题活动；除了在视听效果上营造逼真氛围，景区还提前推出了各种“万圣夜”优惠活动，成功地实现了国庆之后旅游市场的再一次激活。结合之后的圣诞、元旦节庆，欧乐堡也有望推出更多丰富有趣的娱乐体验。

□ 责任编辑 白 洁