



### 旅游速递



▲青岛西海岸新区在济南开通的旅游形象公交巴士，行驶在济南泉城路上。

## 青岛西海岸在济南开通旅游形象公交巴士

□记者 付玉婷 报道  
**本报济南讯** 青岛西海岸新区在济南开通的一批旅游形象公交巴士已于近日陆续上线，每天来回穿梭于济南市近30个黄金商圈，覆盖受众日均近百万人次，成为流动在济南的“青岛西海岸旅游风景线”。  
据悉，西海岸（黄岛）旅游形象公交巴士包含济南市内6路、30路、50路、54路、56路、66路、93路、96路、110路、139路等10条公交线路，每条线路1辆；线路走向覆盖济南万达、沃尔玛、恒隆、舜耕国际会展中心、泉城广场商圈等黄金商圈，辐射沿线及周边办公、差旅、高校等高端群体，有较强烈的宣传针对性和转化效果。公交巴士全部为外车体四侧整体彩色包装，内容以“西海岸 更青岛”青岛西海岸新区旅游形象为主导，画面包含金沙湾、大珠山杜鹃花海、灵山岛、琅琊台、齐长城、“琴岛之眼”摩天轮等代表性旅游资源和产品，涵盖西海岸滨海度假、山海观光、乡村休闲、文化体验、娱乐、运动等业态。

## 全省157家企业获评年度省级诚信旅游示范单位

□记者 付玉婷 报道  
**本报济南讯** 山东省旅游发展委员会日前命名表彰了2015至2016年度诚信旅游示范单位，全省共有157家旅游企业入选。  
自2010年开始，省旅发委每两年开展一次“全省诚信旅游示范单位”创建活动，旨在通过表彰和树立一批旅游企业先进典型，着力解决旅游企业诚信缺失、依法经营意识不强、服务不规范等游客反映强烈的问题，引领和打造更加良好的旅游发展环境。诚信旅游示范单位由各地市旅游委（局）推荐，省旅发委按照《诚信旅游示范单位考核评分细则》，通过明察暗访和抽查审核确定。

## 省旅游服务名牌与乡村旅游创业之星评选结果出炉

□记者 付玉婷 报道  
**本报济南讯** 13日在济南举行的山东省旅游行业协会2016年年会上，山东省旅游服务名牌和山东省乡村旅游创业之星评选活动揭晓了最终结果。据了解，经过会员单位自愿申报、专家初审、终审，共评选出山东省旅游服务名牌85家，山东省乡村旅游创业之星158家。  
去年一年，省旅游行业协会在宣传十大文化旅游目的地品牌、倡导文明旅游与文明待客、抵制不合理低价游、打造精英导游团队、厕所革命、旅游扶贫等方面开展了大量工作。以上两项评选活动，前者旨在对会员单位经营行为进行规范，在行业树立更加注重服务质量和标准化建设的风气，引导企业建立品牌意识和文明待客；后者对推动旅游扶贫和乡村旅游转型升级起到了重要的促进作用。

□ 责任编辑 白洁

### 拉动深层次旅游消费，建立济南全新资源观

# 还湖于民只是“休闲济南”第一步

□ 本报记者 付玉婷

元旦起，大明湖正式实现新老区合二为一全面免费开放，而小长假是其面临的首次大考。对于这期间未能出现的游客爆棚情况，不少人感觉失落；对因此一年损失的6000万元门票收入，也有不少人觉着心疼。

实际上，让期盼了多年的大明湖免费开放最终落成现实，想做的绝不可能是亏本买卖。记者从济南市政府日前召开的一场座谈会上了解到，这一看似局部性的经济行为，瞄准的其实是全域旅游背景下对于济南整体城市转型的带动。

### “休闲济南”有了可能

大明湖免费开放难免叫人想起这一领域国内最经典的案例——杭州西湖。某种意义上，西湖免费开启了一种全新的旅游商业模式。然而，这并非这个案例最值得借鉴的内容。

山东旅游职业学院党委书记陈国忠指出，杭州旅游的成功在于“立足西湖放眼杭州”——政府开放了100多种公共资源并系统培育了演艺、疗养、茶楼等十大特色潜力行业，免费不过是万里长征走了第一步。搁在大明湖这，免费让打造“休闲济南”有了可能。

“见泉不见水、见城不见人”是济南老城区一直存在的问题，但在以前的城市规划中，文化、人、生活这些元素很难实现有机复活。“现在则不同。”陈国忠指出，“大明湖免费将带动对济南城市功能和发展空间的系统性重构。”

比如，免费后大明湖想实现的自然是深层次旅游消费的拉动，但只靠自己不行。山东泰山天颐湖旅游开发有限公司首席执行官张昭国指出，如何同周边搭配起来打造产品需要有个完整系统的规划。还有大明湖周边难停车的问题，没开放时就饱受诟病，如今客流一爆发更叫人人心生畏惧。“园区自己准备再充分也没用。”山东省旅游规划设计研究院院长牛国栋指出，长远看必须通过区域置换、空间布局重新调整才能根治。

实际上，若是只盯着大明湖，开放对客流、信息流等产生的集聚效应都会很快降温。有人指出，元旦后忽然来袭的雾霾就已在一定程度上削弱了人们对于开放的注意力。这也意味着，涉及明府城乃至济南城市整体资源调整、业态培育、产业结构等命题必须加紧提上日程了。

### 拆掉“围墙”更需整合资源

大明湖开放相当于把景区内外的“围墙”拆掉了，但后续一系列工作的开展仰赖于意识、行动上“围墙”的打破。

陈国忠在对西湖周边进行多次考察后发现，杭州建立起了一种全新的资源观：不从观光角度而是从休闲角度，全力推进山、河、湖、城、海等各类资源的整合。在资源整合这个问题上，据了解，目前大明湖存在的最大问题是，周围片区很多私人住宅或当仓库使，还有的出租给临时住户，但考虑到种种因素，济南又不可能像台北庄采取整体搬迁。

“需要跳出传统的区域、部门框架，以大体观解决资源问题。”陈国忠提到，可以用业态、产品实现资源串联，所有权不变，但大家共建共享，都能从中收益。

另外，“休闲济南”的形成需要方方面面产品体系的构建，仅大明湖周边当前欠缺的产品就包括档次较高的餐饮、酒吧等体验业态、有意思的博物馆等。“市场主体转型也必不可少。”山东大学旅游管理系教授王晨光表示，靠行政职能维持旅游发展的方式也得进行调整了：让懂消费的人去做旅游，政府则尽可能多地放手，转而为人营造好的市场空间。

### 凸显济南地域文化特色

包括刘思敏在内的多名旅游学者指出，西湖免费模式其实经不起推敲——西

湖边上许多游客必去景点至今没有免费并且还很贵；然而，大明湖的免费是实打实的，济南如能悟透西湖模式的理论价值并走出自己的路子，未来可能有更大的样板意义。

走出自己的路子，其中就包括在对大明湖及周边区域进行有机更新时凸显济南的地域文化特色。山东凯瑞酒店管理集团短短几年间开了40余家“城南往事”主题餐厅，董事长赵孝国认为，市场反响之所以不错，在于把济南故事装进去了，“‘休闲济南’各项产品的打造也得挖掘、讲好济南故事才能刺激游客需求”。大明湖南岸的明湖居演艺现在每年能

接待约200场旅游团队，济南市曲艺团团长闫军觉着济南作为全国曲艺三大码头的特色也更好地发挥出来。据介绍，市曲艺团正准备推出专门的曲艺线路，以此助力“休闲济南”。

从事文创工作的郭兆吉在以公益心态服务济南旅游的同时发现了很多商机，比如：常有游客询问去大明湖、趵突泉怎么走，手绘地图便诞生了；想教孩子认识大明湖的植物，应用AR技术的手机APP也诞生了。郭兆吉表示，这也就是死磕济南文化的结果，在他看来，济南有一种特有的温暖气质，“休闲济南”需要将这种气质传递出去。



▲风光旖旎的大明湖景区。

□记者 王世翔 报道

### 相关链接：

# 年内“遇见”更好的大明湖

□ 本报记者 付玉婷

去年11月，山东良友富临大酒店将自家特色泉水宴搬上了护城河游船——游客可同时进行眼睛和舌尖上的泉水之旅。不过，总经理李隆基透露，效果没有预期好：“来济南的游客白天消费的少，晚上消费的多，但到了晚上，护城河上其实没多少看头，游船只得匆匆结束。”

这其实跟游船一路上的景观亮化有关。济南市旅游协会夜休闲分会负责人

孙华有同感：“目前大明湖周边范围黑乎乎，客人很难去消费。”他指出，有了景观亮化，氛围出来了，才可能有旅游产品。另外还有人提到，大明湖周边的环境整治也是问题：每年可能有百万游客会借由一些小巷子进入大明湖等景区范围，但不少小街脏乱差严重，车也进不来。

对于上述业者提到的情况，济南市副市长张海波在座谈会上透露，目前“泉城夜宴”、“一湖一环”景观亮化正在进行

中，护城河西北方向泉水人家的公共舞台也已进入操作阶段，能够将大明湖与周边区域串联起来的步行环道也已列入今年日程——年内大家就能见到一个更好的大明湖。

记者还从天下第一泉景区管理中心主任吕杰那里了解到，大明湖今年会重点对卫生间、林荫道等进行提升，为加强管理，已经邀请清华大学有关教授予以指导，目前正处于落地阶段；泉水客棧等业态也将相继落地。

□于鹏 周甜甜

在刚刚过去的2016年，文登旅游再创佳绩。1—11月份，文登区纳入统计的3家收费景区(天沐温泉、汤泊温泉、青龙度假村)接待游客94.82万人次，景区营业收入10388.56万元，文登区被列为首批“国家全域旅游示范区”创建单位，获得“山东省休闲农业和乡村旅游示范县”称号。

全域旅游，放宽视野，提升品质。2016年以来，文登区围绕全域旅游发展核心，积极拓展旅游发展思路、创新旅游发展战略、转变旅游发展方式，加快构建全域旅游大格局。

### 坚持全域布局 全方位整体推进

全域旅游，是一篇大文章。为了写好这篇文章，明确的发展思路、超强的执行力是关键。文登区委、区政府把发展全域旅游作为突破发展服务业的有力抓手、打赢精准扶贫攻坚战的有效途径，全方位整体推进。

文登区聘请专家团队，将全市作为一个大景区整体来打造，着眼整合资源、提高旅游竞争力，优化布局，强化产业支撑力，高起点、高标准编制《威海市文登区国家全域旅游示范区创建规划》、《文登区全域旅游发展专项资金扶持办法》和《威海市文登区全域旅游规划》，构建高品位、高层次全域旅游发展格局；并率先召开了全域旅游发展大会，传达和落实产

文登区被列为首批“国家全域旅游示范区”创建单位以来，加快构建全域旅游大格局——

# 全域旅游全国示范 且看文登何以登先

◆全域覆盖、同城一体 ◆全域发力 放宽视野 提升品质

业大会精神，部署和推进全域旅游工作。文登区明确了“有所为、有所不为，整合资源、突出特色，以点带面，打造精品”的总体思路，科学整合文登山、海、泉、城等资源，打造山水协调、城乡互动的全域旅游格局。立足旅游资源及路网分布，着眼加快与中心城区旅游的对接，重点打造“一核、一环、一线”，推动旅游产业全域覆盖、同城一体。

为营造浓厚的全域旅游氛围，文登区充分利用媒体宣传的效应，展示文登区围绕全域旅游开展工作的思路及成效，加大对全区典型示范项目的宣传力度。

2016年12月12日，文登区旅游局联合区食品药品监督管理局、区电视台、区日报社、星级酒店等旅游餐饮企业组织开展的“华登杯”地方特色菜创意大赛完美收官，主赛场评选出了热菜类、面点类、凉菜类、果盘类、饮品类5个项目的金银铜奖，分赛场共有29道充满文登地方特色的美食脱颖而出，同时利用电视台、微信、微博等媒体手段对大赛进行宣传推广。

高起点的规划和高标准设计，为推动形成

全空间、全产业、全时间、全过程旅游发展模式奠定了坚实的基础。

### 面向全国 走向世界 提升城市知名度

魅力文登，文化文登，宜居、宜业、宜游的文登，如何向世人展示绚丽风采？文登区用大视野和大行动作了注脚。首先是和新媒体深度合作，加大对文登全域旅游的宣传报道。同大众网推出“文登旅游星宝贝”主题活动，同爱威海网合作推出乡村旅游线上线活动，通过八爪网为乡村旅游项目开展线上线下同时销售等；与韩国KBS电视台、台湾东森电视台进行合作，深度报道宣传文登旅游，与城际铁路列车、首都机场、同程旅游网进行深度合作，宣传推介文登旅游。

2016年4月至6月，文登以全程战略合作城市身份参与2016亚洲旅游营销节和首尔国际旅游展系列活动，借助“威海游·寻找韩国青年创客”活动，探索文登对韩市场宣传营销新突破，极大

地提高了文登旅游在韩国青年群体的知晓度，与同程旅游网合作，在全国80余城市门店进行专题推介。

文登还借助威海与武汉、郑州两地航班直通契机，接待两地旅行商来文登进行产品踩线，带领旅行商参观了汤泊温泉、天沐温泉及大溪谷等景区、景点，极力促成双方之间合作洽谈。组织举办第九届温泉季，逐步向完全的市场化操作转变的旅游推介模式，活跃了国内旅游市场，更让文登旅游渐渐走入人们视野。

### 突出精准扶贫 提高旅游脱贫攻坚效能

如今，位于胶东屋脊崑崙山区的晒字村，发生了天翻地覆的变化。曾经位置偏远，经济基础较差的小山村，如今已成为远近闻名的“致富村”。该村依靠良好的自然生态环境，抓住崑崙山樱桃节的契机，充分发挥崑崙山旅游线路重要节点优势，20多户群众办起的樱桃采摘园达100多亩，开设了5处特色农家宴，着力打造“吃、

住、玩”一体的崑崙山乡村旅游重点村。

晒字村的致富红线，源于精准扶贫。文登区米山镇特秀山公司2016年引进种植红心火龙果，该项目是米山镇实施精准扶贫，重点打造的现代化农业采摘基地，采取“公司+农户”的经营模式，助力4个省定贫困村脱贫。

2016年，文登区对适宜发展乡村旅游的贫困村旅游资源现状、区位条件等进行摸底，建档立卡；向山东省旅发委推荐了葛家镇西谭家口村、米山镇西山后村为旅游扶贫村，因地制宜制订了帮扶计划，打造乡村旅游特色村，帮扶贫困村整体脱贫；并全力争取资金支持。全年共争取上级扶持资金349.628万元。

文登区把发展乡村旅游作为加快农村脱贫致富的一条有效途径，选择部分基础条件比较好的扶贫村，集中力量打造，树立好示范样板。文登区葛家镇西谭家口村依托千亩桃园打造“桃域”主题综合园区，成功举办“世外桃源 乐享葛家”万亩桃花赏花季活动，通过威海市旅游局、文登区旅游局官方微博、微信等宣传平台持续推广，阅读量达2.7万次。

2016年4月至5月，文登区实施了乡村旅游素质提升培训工程，举办“乡村旅游”培训班，对580多名乡村旅游从业者进行了集中专项培训，切实提高乡村旅游经营服务人员的业务素质和服务水平。技能扶贫的举措得到了乡村旅游从业人员的广泛好评。

“文登的全域旅游，大有可为。大格局构建，仍要快马加鞭全域发力。”文登人的深刻认知，引领着文登全域旅游走向深入。