

淄博成立旅游发展委员会，设立文化旅游发展基金和旅游发展专项资金，组建文化旅游资产经营公司，把发展旅游业摆上了前所未有的战略高度——

# 站在新起点 淄博加快构建全域旅游大格局

□于鸣



△淄博潭溪山水瀑奇观



△周村古商城——大街

开宣传促销。淄博市为了提升旅游形象，强势开展宣传促销，从广度和深度上下下功夫，成效显著。淄博旅游在宣传营销方面的成功做法和显著成效受到省旅发委、淄博市政府领导的肯定和赞许，在去年召开的全省旅游市场工作会议上，淄博市作了典型发言。

传统媒体宣传和新媒体营销相结合，“走出去、请进来”相结合、线上营销与线下推广相结合，淄博旅游采取政府购买服务方式，整合捆绑营销项目，注重媒体集中发声，实现市内主体客源市场、国内客源市场、入境客源市场新突破，使淄博旅游在海内外的知名度和影响力显著提高。

与央视、山东卫视、山航航机、台湾东森电视台、大众日报、新华网等媒体合作。在北京—青岛段的高铁列车以冠名方式放淄博旅游形象广告，在北京南站及北京航站楼利用站内LED、灯箱等等，区分层次的媒体投放方式，有淄博旅游整体形象推介，有旅游项目精品展示，这样的方式重在突出整体形象宣传。

去年，淄博首次组团赴日韩开展淄博旅游品牌专题营销，在日本东京、韩国首尔、光州分别举办了三场大型推介会，现场推介淄博品牌旅游资源和特色精品线路，发布入境旅游补贴政策。每场推介会，莅临领导级别之高、参会人数之多、媒体宣传之广都是前所未有的，规格和规模创全国地市级城市海外营销之最，整个营销活动效果显著。

淄博人走出淄博，走出国门，大大提升了淄博旅游的好形象。为了加大境外客源市场开发力度，淄博制定并下发了《淄博市入境旅游补贴办法》，引领入境旅游市场健康发展。

而“百万市民游淄博活动”，组织赴省内

16市开展旅游巡回促销活动，分别与济南、青岛市旅游局签订战略合作协议和“十万游客旅游互动行动计划”等活动，更是将淄博深度拓展国内客源市场的思路落实到位，让淄博在国内的旅游形象也得到了大幅提升。

## 深耕细作——

### 乡村旅游提质增效 智慧旅游建成体系

如今，来到博山中郝峪、乐疃、朱南村、淄川牛记庵、高青蓑衣樊村等一批乡村旅游点，完善的基础设施，绽放浓浓乡村风情的特色旅游产品，还有那独具一格的促销方式，无不让人耳目一新，获得了更深更新的旅游体验。

为了不断增强乡村旅游发展活力和后劲，在基础设施、旅游产品、游客体验、宣传营销等方面进行改进提升，同时还挖掘淄川东庄、博山聂家峪、沂源神农药谷等一批具有一定规模和发展潜力的乡村旅游点进行重点打造；同时，围绕推进乡村旅游信息化建设，加大扶持力度，让乡村更现代。对具备一定条件的26个乡村旅游住宿单位配备电脑、身份证读取设备等设施，引导乡村旅游经营业户开展网络营销各电子商务。

2016年，淄博市策划组织实施了旅游千人培训工程，采取集中学习和考察观摩、以赛代训相结合的方式，对该市旅游行业管理机关、重点企业中高层管理人员、旅游扶贫致富带头人、乡村旅游点管理及一线服务人员共计1000人进行了系统培训。同时，围绕开展美丽乡村建设，精心挑选乡村旅游带头人赴境外开

展精准学习交流，全年共有147人赴台湾、韩国、日本、西班牙、意大利等国家学习交流。通过这些培训，大大提升了淄博市旅游人才队伍的整体素质，特别是乡村旅游带头人开阔了视野，增强了做好乡村旅游提质增效的自觉性和紧迫感。

通过资金支持、结对帮扶、技能培训、外出学习等方式，淄博扎实开展乡村旅游扶贫。2016年争取省级乡村旅游发展专项资金和特色产业扶贫基金1430万元，有效推动旅游扶贫工作。

而值得一提的是，全市构建起了“1234”智慧旅游体系，旅游智能化水平显著提高。“1”即建立了以旅游企业数据库、旅游资料数据库、旅游大数据为核心功能的淄博旅游云数据中心，为淄博市智慧旅游提供了数据支撑；“2”即改版了淄博旅游资讯网、淄博旅游政务网两个网站，重点打造移动版淄博旅游资讯网，并与微信公众号相结合，实现内容丰富全面的淄博旅游大百科，满足游客不断变化的针对性资讯需求；“3”即打造了以高质量旅游信息推送为主要功能的淄博旅游微信订阅号，以旅游公共服务信息服务查询、导游导览、协同答复为主要功能的淄博旅游微信服务号

和以全市旅游行业从业人员管理和移动办公OA等为主要功能的淄博旅游微信企业号；“4”即建成了省内自媒体营销网络、大数据监测统计分析网络、重点景区监控网络、指挥调度视频会议网络。加强对淄博旅游微信公众号、官方微博的运营和管理，年发布信息2000余条，粉丝数分别达58000人和161906人，为淄博旅游搭建了更完善、更权威的新媒体官方信息发布平台，在宣传推广淄博旅游方面发挥了

重要的促进作用。去年，风靡淄博的“大V”游淄博活动的开展，覆盖全省的淄博自媒体营销网络的组建，搜狐新闻、网易新闻、今日头条等多个新媒体客户端的订阅开通，等等精准营销的淄博旅游系列活动，再加上聘请国内一流团队拍摄制作的淄博旅游形象宣传片，策划制作的系列淄博旅游创意短片和旅游动漫宣传片，都让信息淄博、智慧淄博形象渐入人心。

## 创新模式——

### 新业态对接新市场 新环境服务新旅游

随着人们消费观念的变化，旅游发展“一枝独秀”的时代渐行渐远，“百花齐放”的大众旅游时代正在来临。淄博在认真审视旅游业发展现状和趋势的基础上意识到，满足日趋多元、个性化的旅游需求，归根结底，要落到提升自身服务水平，打造全域旅游新格局上。

想让游客深度领略齐文化之深远，必不可少的是一个给人安全、让人放心的旅游服务环境。淄博把旅游环境建设作为提升旅游竞争力、塑造城市形象、推进文化名城建设的重要方面，努力为旅游者提供更加便利和舒适的旅游环境。首先是城市功能设施的完善：淄博投资1000余万元，新建、完善通往旅游景区道路标志牌394块；深入开展“旅游厕所革命”，全市累计投资1.1亿元，新建旅游厕所716座，其中新建579座、改建137座，更加赏心悦目的同时，城市基础服务功能也明显增强。

旅游集散中心、游客服务中心体系相继建成，拥有中英日韩文的淄博旅游网站、面向公众的旅游信息咨询服务热线和投诉电话开通，游客可随时随地根据自身情况选择合适的渠道、方式反映诉求、了解信息。针对旅游市场快速发展的新形势，淄博还不断加大旅游市场规范整治和安全工作力度，其中旅游服务标准化、完善市场管理制度、加强执法队伍建设、建立旅游投诉处理机制、搞好导游员管理等工作是重点。与市文明办等部门建立的文明旅游工作联席会议制度，则更扎实地推进了淄博文明旅游城市的创建。

据淄博市旅游发展委员会主任张守君介绍，新的一年，淄博将以创建全国知名旅游目的地和国家级全域旅游示范区为目标，以转型升级、提质增效为主线，以推进全域旅游为总抓手，通过深入实施旅游大项目带动战略，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，推动淄博旅游走在全省前列。

## 全面打造北方全域休闲旅游目的地

# 滨州全域大旅游 对接齐鲁向全国

◆2016年实现旅游消费总额同比增长16% ◆实施“旅游+”战略，经济发展旅游争“前列”

□于鸣



△魏集古村落景区



△滨州中海风景区

这是旅游重大项目建设引领产业转型升级的成果。滨州旅游持续加大有效投入，2016年争取国家专项基金3.1亿元，区域战略专项资金2280万元。贝壳堤岛生态旅游开发入选2016年全国优选旅游项目，打渔张森林公园、龙江湿地入选省融资政策支持公共服务设施项目序列。

2016年9月，滨州成功举办第二届中国古村镇大会，德、意、韩、日、西、俄、加等7国47名演讲嘉宾及来自电子商务、大数据、文创、营销等多行业的国内相关人士共1000余人齐聚滨州，分享乡村保护、旅游开发经验，共同探讨“本土性与国际化”发展主题。

这次大会，不仅展示了滨州古村镇的魅力，更对滨州的乡村旅游产生了明显的带动作用。2016年度创建省级旅游强乡镇4个，省级旅游特色村27个，山东省农业旅游示范点17个，山东省农业旅游示范点6个，山东省精品采摘园19个，好客人家星级农家乐18个。争取省级乡村旅游项目和扶贫资金370万元。

不仅有古村镇，更有航空旅游、温泉旅游、房车旅游、修学研修、养老养生、体育旅游等新业态，拓展了旅游发展新空间。滨州市拓展旅游要素，推动产业形态更趋多元。

滨州积极培育新业态，大力实施“双+双创”（旅游+、互联网+、大众创业、万众创新），推动传统产业升级与新业态融合。全市形成了以“大高空飞行”为龙头，以自驾车房车露营、会展旅游、体育旅游、中医药养生旅游、休闲垂钓、研学旅游等为支撑，多点开花的局面。

## 创品牌深耕新市场 优服务提升新内涵

如今，多点开花的滨州旅游正演绎着万种风情，丰富了全市休闲旅游的形式和内容，更好地满足各层次人群的旅游需求，成为提升人民幸福感的最新方式。但在当前供给侧改革背景下，滨州旅游同样面临着再次起飞跃的新任务。

为了扩大滨州旅游的知名度和影响力，滨州市深耕旅游市场，创新模式，大力开发新市场，推动区域品牌更趋成熟。

2016年，滨州市旅游商品连续3年在国家、省级旅游商品大赛获得金、银、铜奖，近20种商品在历届旅游商品创新设计大赛上获奖。3种商品入选第一届“到山东最想买的100种特色旅游商品”，盐雕、芝麻酥糖、海瓷等8种商品入选第二届“到山东最想买的100种特色旅游商品”。这样的成果，源于全市大力开发客源市场的举措。

先是走出滨州，对接齐鲁，走向全国。滨州全力打造“孙子故里，生态滨州”品牌，对接融入京津冀一体化战略。声势浩大的旅游大篷车促销计划，让旅游企业赴京津冀及临沂、泰安、聊城等省内城市进行推介促销；北京国际旅游博览会、新疆国际旅游商品交易会、山东国际旅游交易会、中国国际(上海)旅游交易会等国际、国内重大旅展和省会城市群旅游联盟专项推广活动，都活跃着滨州人的身影；滨州

还加入了山东半岛城市旅游区域合作联盟。种种有力的行动，让滨州旅游渐渐走入国人的视野。

这还不够。为了让滨州旅游真正创出品牌，闯出市场，持续加大媒体宣传。借助省旅发委“捆绑营销”计划，在央视、山东电视台等媒体实现全年覆盖式宣传推介；还有各种宣传滨州旅游的印刷品、摄影作品，在游客集散地和星级酒店投放，吸引公众关注。同时，与新媒体深度合作，延伸网络营销平台。加强滨州旅游网与百度、携程、酷旅等旅游网站的交流与合作；滨州旅游官方微博持续发布信息，吸引公众关注。

滨州旅游推动区域品牌走向成熟的有力举措，离不开优质的旅游服务。而关键，在于执行任务的人身上。滨州坚持以人为本，推动旅游服务更趋优质。首先是旅游标准化提升。通过第三方暗访、神秘顾客等方式对全市A级景区开展服务质量监管，开展A级景区服务质量整改提升行动。严格A级景区评定和退出程序，委托专家学者开展景区评定及复核工作。严格的执行力度，保障了旅游服务的规范操作。

其次是优化旅游公共服务。深入推进“厕所革命”，完成乡村旅游点新建厕所105座，旅游景区、交通沿线、旅游集散地、旅游餐饮和大型商超、娱乐场所等新建厕所220座；开展“世界厕所日暨百万厕所文明宣传大行动”，动员社会各界积极参与厕所革命、文明如厕宣传，引导游客和居民自

觉抵制不良如厕行为，形成积极、健康、向上的文化氛围。

为了提升旅游从业人员的整体素质，滨州加强从业人员培训。丰富教学培训形式，采取课件培训及现场讲课共同进行方式，对新考证导游及外地转入导游员30余人进行岗前培训；举办全域旅游培训班、旅游统计考核工作培训班、旅游商品研发培训讲座、旅游线路设计座谈会等，聘请省内外专家教授授课；并分批组织贫困村乡村旅游带头人赴先进地区学习经验……林林总总的措施，旨在全面提高旅游从业人员专业素质和技能水平。

## 搭楼梯再上新台阶 新思路构建大旅游

新的一年，新的开始。迈上新征程，滨州旅游规划了自己的发展新思路：

认真践行五大发展理念，以创建“黄河入海”文化旅游目的地为目标，以推进全域旅游为总抓手，把握转型升级、提质增效这一主线，深入实施“旅游+”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，推动旅游产业发展水平再上新台阶，坚定不移地在全市“十三五”经济社会发展中“走在前列”！

大思路下，是可操作的新目标：——大力推进全域旅游。明确创建国家全域旅游示范区目标，实施全资源整合，“点、线、面”结合推进全域旅游。以项目为突破，推动以动感城市、山海河湖、名胜古迹、美丽乡村等为载体的休闲度假旅游产品提档升级，形成新的核心竞争力，全面打造北方全域休闲旅游目的地。

——深入实施“旅游+”战略。“旅游+文化”“旅游+工业”“旅游+商贸”“旅游+互联网”，让滨州旅游插上腾飞的翅膀。——不断扩大旅游新供给。倾力打造“黄河入海”文化旅游目的地，推进景区提档升级，促进乡村旅游提质增效，加快培育低空旅游目的地。——推进旅游管理服务提升。推进三级旅游集散中心建设，构建起全市集旅游咨询、旅游推广、旅游投诉、旅游信息化、旅游紧急救援等功能为一体的旅游集散体系。

积极筹谋，迈上全域旅游新征程。有了新思路，再加上扎实有力的执行，我们相信，滨州旅游再上新台阶指日可待！