

世界摄影大会首次落脚中国聚焦山东

我省搭建“旅游+摄影”国际化平台

□记者 刘英 报道

本报济南讯 日前,省旅游发展委在北京召开新闻发布会,首次对媒体公布筹备主办第五届世界摄影大会的情况,借势“旅游+摄影”国际化平台,打造旅游精品,让山东旅游有文化、有精神、有灵魂,也让世界游客通过摄影这门视觉艺术,不断发现山东、认识山东、了解山东、热爱山东。

早在2500多年前,诞生在山东的科学家墨子首次发现了“小孔成像”原理,墨子被西方称为“摄影光学理论和实践的开创者,探索光学成像原理的第一人”,这成为山东主办第五届世界摄影大会的一个重要条件。省旅游发展委主任于风贵说,这是中国首次获得世界摄影大会的主办权,在“小孔成像”的发源地山东举办,世界各国的摄影家

可以到孔子诞生的地方寻找东方智慧,在墨子故乡探寻“小孔成像”的奥秘,这对于提升山东的国际知名度、美誉度和影响力,进一步叫响“好客山东”和山东十大文化旅游目的地品牌,都是一次难得的机遇。省旅发委将借助本次活动,把山东的经济、文化、旅游用摄影的独特视角传播到世界各地。

由国际摄影联合会主办的世界摄影大会,自2007年以来已先后在意大利、希腊、印尼、古巴等国家成功举办四届,以其艺术水平高、传播效果好、参与国家多、国际影响大,被誉为全球摄影界的“奥林匹克”。本届大会将吸引来自国际摄影90多个成员国的300名世界知名摄影师,前来参加摄影展览、组织学术交流活动。

据悉,第五届世界摄影大会日程为8月8日至14日,届时山东将举办一系列的国际会议、摄影展览、学术交流、摄影比赛和文化旅游推广活动,并通过海内外媒体及网络、微信等进行广泛报道。主要包括五大板块活动:在济南举办第五届世界摄影大会及展览开幕式;在十大文化旅游目的地线路开展“好客山东”系列采风拍摄;重点考察拍摄大明湖、趵突泉、泰山、曲阜“三孔”等著名景区;举办主要文化旅游特色活动;举办摄影艺术展览。大会期间,将在济南举办《丝路风情与“世界遗产”影像艺术展》《中国非物质文化遗产影像艺术大展》《世界优秀摄影师经典作品联展》《“世界杯”摄影比赛优秀作品展》等大型展览;举行丝路国家摄影组织合作峰会。邀请国际摄影及“一带一路”沿线国家摄影组织负责人共同

商讨丝路国家摄影组织之间交流与合作的愿景;在青岛举行国际摄影及第五届世界摄影大会颁奖典礼及联欢晚会。世界摄影大会将评选“山东旅游文化影像大使”,国际摄影将向作出贡献的摄影家颁发荣誉证书并授衔。

于风贵表示,“好客山东”已经建立了良好的品牌形象,不断提升品牌价值还需要打造高品质的品牌产品。借助第五届世界摄影大会在山东举办的有利时机,省旅发委将在全省开展“喜迎世界摄影大会,畅游好客山东”活动,结合摄影艺术特点,精心设计一批独具山东文化魅力和吸引力,便于拍摄创作的特色精品文化旅游线路,将历史人文、灵山秀水、碧海蓝天、民俗非遗、鲁菜美食、天鹅戏水等丰富的产品展现在摄影爱好者面前。



山东省旅游商品研发项目成果汇报展举行

□记者 刘兵 报道

本报济南讯 5月3日,山东省旅游商品研发项目成果汇报展在山东美术馆开幕。本次展出由省旅游发展委、山东艺术学院、山东美术馆联合主办,展期为4月28日-5月11日,共展出临沂、东营、潍坊、菏泽、济宁、泰安、莱芜七城市旅游研发项目成果,以及山东艺术学院设计学院学生在历届山东省旅游商品创新设计大赛等赛事的获奖作品70余件。

据了解,此次旅游商品研发项目,是山东省旅游商品产学研合作的典型代表,也是旅游商品多年探索创新发展的结果。这些研发项目不但丰富了全省旅游商品的种类,更提升了山东旅游商品设计、研发水平,为我省全域旅游发展和十大文化旅游目的地品牌建设打下了良好基础,也为齐鲁大地的旅游商品发展提供了智力支持和创新动力。

济南“旅游啄木鸟”假期志愿服务获赞

□记者 刘兵 报道

本报济南讯 “不为赏景、不为赢利、不为朋友相会、不为家人团聚,我们生活在这里,就是想踏踏实实做点事,让这个城市更文明、更美好。”5月1日,假期最后一天,一名“旅游啄木鸟”在微信群里如此留言。据了解,“五一”假期三天,济南“旅游啄木鸟”共出动150人次,在游客密集的9个站点轮流值班,发放旅游维权手册、泉城旅游指南等各类宣传册1000余本,接待游客咨询、求助等1100多次,收集游客意见和建议100余条。

济南市旅发委相关负责人表示,“旅游啄木鸟”这种无私奉献的精神,诠释了普通市民对一座城市的责任和担当。经过一年多的努力,他们建立起以“旅游啄木鸟”为品牌,以旅游志愿服务为核心,政府主导、社会参与、媒体监督的全民共治共享旅游市场监管体系。

国内首款免费景区智能导览APP在青岛发布

□记者 刘兵 通讯员 杨超 报道

本报青岛讯 日前,国内首款免费景区智能导览APP在青岛发布。该APP名为“IUU旅行”,APP3.0在青岛城阳上线。该项目被评为2017年山东省重点文化产业项目。

据了解,该款手机应用由总部位于青岛市城阳区青岛国家广告产业园的山东慧行天下文化传媒有限公司开发,主要为景区吃、住、行、游、购、娱一体化旅游提供智能技术支持。游客下载“IUU旅行”后,到景区旅游只需打开软件,就可以自动规划旅行线路,走到景点附近还会自动触发语音讲解。此外,针对许多80后、90后外出旅游喜欢晒图、分享的特点,“IUU旅行”APP3.0特意增加了“手机”功能。在游客游玩过程中,“手机”会自动生成旅游线路、景点照片与文字介绍,游客只需一点,便可通过社交平台分享出去。

青岛入围“五一最具人气旅游城市”排行榜

□记者 刘兵 报道

本报青岛讯 日前,中国旅游研究院与携程旅行网大数据联合实验室发布了《2017“五一”小长假旅游市场报告与人气排行榜》。其中,“五一最具人气旅游城市”排行榜显示,最受游客欢迎的前十大旅游城市是:北京、上海、杭州、昆明、西安、广州、成都、南京、贵阳、青岛。

而从人均消费看,在长假期间出游者“五一”人均花费近3000元,其中国内游人均花费1800多元。综合携程的国内游、出境游大数据,报告发布了“五一”人均旅游花费最高的20大城市,依次是:上海、大连、北京、沈阳、杭州、南京、济南、福州、厦门、长春、深圳、武汉、广州、重庆、青岛、昆明、天津、西安、郑州。

□ 责任编辑 李文

日照首支旅游警察队伍成立

□记者 刘兵 报道

本报日照讯 日前,日照市山海天边防派出所阳光海岸旅游警务室正式揭牌,标志着日照首支旅游警察队伍组建成立。

据了解,目前,山海天旅游度假区分局已建设30人的旅游警察队伍和15人的女警海岸自行车巡逻队,依托旅游警务室,加强沿海一线巡逻、救助和应急工作。通过线上线下多种形式进行招募,初步建立起1200余人的平安旅游志愿者队伍,充分发挥其在海上救援、纠纷调处、巡逻救助、宣传防范等方面的作用。

清华大学MBA研修班来曲阜体验儒家文化

□记者 刘兵 通讯员 陈曙剑 报道

本报曲阜讯 日前,清华大学MBA研修班一行33人来自曲阜拜谒孔子,体验儒家文化,高端研学迎来接待旺季。

据了解,研修班来自北京、内蒙古、四川、辽宁、山西等省市不同行业的人士组成。近年来,随着国家弘扬优秀传统文化的深入,儒家文化越来越受到人们的推崇。各行业企业为打造企业文化,提升企业凝聚力,增强企业社会责任,越来越多地把儒家文化植入企业管理理念中,培育充满东方哲学的中国特色企业文化。



入夏前后,气温渐高,济南趵突泉景区内游人如织,众多游客前来赏泉游览。

□记者 方全 报道

全省推动乡村旅游提档升级专家培训视频会议召开

□记者 刘兵 报道

本报济南讯 5月4日,省旅游发展委组织召开推动乡村旅游提档升级专家培训视频会议,邀请了中天伟路投资有限公司副总裁李飞和北京大地景观公司博士王珏分别作了题为《如何打造高端旅游小镇》和《全域旅游与后乡土实践》的培训报告。

在发展全域旅游和乡村旅游的大背景下,如何打造高端旅游小镇,如何利用传统

文化丰富乡村旅游内涵,促进乡村旅游提档升级,是当前乡村旅游发展中面临的两个问题。培训会上,李飞结合打造泰安大汶口古镇的经典案例,介绍了如何打造高端旅游小镇,以及后期的管理与运营这一系统工程。王珏以《全域旅游与后乡土实践——兼论现代语境下中国传统农业文明的继承与创新》为题,从全域旅游与后乡土社会发展的角度,详细阐述了对农村发展的基本认识、概

念、原则及工作方法,并结合实践直观诠释了在当代社会里如何继承与创新传统文化。

据了解,我省目前已建立了3200个乡村旅游村落,其中近千个已初具规模,61个村成为中国乡村旅游模范村,数量居全国首位。但省内乡村旅游发展仍存在同质化严重、接待档次偏低、发展动力不足等问题。本次培训旨在进一步加快推进我省乡村旅游提档升级,助力旅游特色小镇和精品民宿建设。

治理不合理低价游,要“堵”也要“疏”

边走边说

□ 刘兵

“五一”前夕,国家旅游局向社会公布了“不合理低价游”专项整治行动中查处的20起典型案例,依法处罚违法违规旅游企业166家,处罚金额485万元。其中一例涉及山东。通报显示,山东万达国际旅行社有限公司济南分公司以“零团费”组织“港澳双飞五天四晚游”,属于以不合理的低价组织旅游活动。山东省旅游发展委员会依据《中华人民共和国旅游法》第三十五条、第九十八

条的规定,给予山东万达国际旅行社有限公司济南分公司责令停业整顿三个月,并处11万元罚款的行政处罚。

通报简单明了,处罚痛快人心。虚假宣传、变相加价、强制购物,“不合理低价游”损害了旅游者利益,也扰乱了正常的市场秩序。道理谁都明白,然而监管部门频频出手,“不合理低价游”却屡禁不止,这不禁让人反思到底何因所致。

笔者认为,除了监管部门执法不到位,纵容旅游企业为了利益铤而走险是一原因外,更重要的是市场主体的问题。一个市场主体是消费者。“不合理低价游”有市场,关键是满足了消费者的个人喜好。参与“不合理低价游”的消费者,一味贪图便宜,不成熟的消费心理为“不合理低价游”提供了

生存土壤。

另一个市场主体是旅行社和导游。据了解,当前国内旅游市场,旅行社和导游行业严重供过于求,竞争非常激烈,为了生存铤而走险。而从旅行社和导游这一主体出发,还应当考虑薪酬制度这一因素在影响“不合理低价游”。有位资深老导游坦言,目前不少旅行社为了节约成本,热衷于雇佣兼职的“临时导游”。这样的性质导致“临时导游”大多没有底薪,只能靠带团来赚钱。而由于低价导游导致团费非常低,无法负担出行成本,于是导游只好依靠强制购物或增加自费景点等手段来维持收益。从这个角度来讲,导游聘任方式和薪酬制度也需要格外引起注意。

治理“不合理低价游”,一个是“堵”,

在于堵住缺口:一个是“疏”,在于疏导市场。彻底消除低价旅游团,严打严办不可或缺。相关监管部门需要重拳出击,做到投诉一起,查处一起,堵住“低价游”乱象,营造出“底线不可碰”的旅游市场环境。

而就疏导工作,需要做到有针对性。一方面是要有针对性地做好消费者的心理疏导,通过多方宣传,让他们认知不同类型的旅游产品,学会区分正规旅行社和导游,建立正确理性的旅游消费观。另一方面要有针对性地做好旅行社和导游的疏导工作。可以尝试建立符合市场规律的旅游线路指导价目录,规范出行盈利,使每一位消费者都能看到合规价格。与此同时,还要尽早地建立规范旅行社和导游的薪酬制度,让带团导游带有合理收入、有尊严价值。

□于鹏 杨润勤

身临其境欣赏齐国故都风物之美,亲身体会全域旅游时代淄博非凡的魅力。4月12日至14日,淄博“千家旅行社进淄博”踩线营销活动举办期间,600多名国内各地旅游行业人士齐聚淄博,实地欣赏了淄博诸多著名景点景区,展开了一场大规模踩线营销活动。

4月12日至14日,来自北京、天津、石家庄、连云港、济宁、枣庄、济南、青岛、东营、滨州、烟台等城市的旅行社商分两路,集体乘车开始了为期三天的踩线之旅:齐文化发祥地、齐国故都临淄,风景胜地、陶琉名城博山,聊斋蒲松龄故里淄川,早码头天下第一村周村……淄博的名胜古迹、文化精髓及美丽山河尽收眼底。

在旅行社享受过一场视觉和心灵的盛宴后,作为举办方的淄博,收获的不仅仅是人气,还达成了巩固提升国内主体客源市场,加强业内交流洽谈,增强淄博旅游在国内市场影响力和吸引力的目标,同时也实现了旅游营销的新突破,成果丰硕。

突破之一:

“齐国故都”旅游目的地品牌推广形成系统

省内媒体高度关注,新华网、大众日报等50余家媒体均大幅报道,搜狐、网易、今日

千家旅行社 50家媒体走进齐国故都 亲身体验全域旅游时代的“淄博突破”

突破之二:

旅游营销方式实现了多元化创新

奥运射击冠军杜丽为淄博旅游代言,以视频形式向参会嘉宾推介自己的家乡;淄博籍著名演员高亚麟也“露面”现场,欢迎各地游客到自己魅力家乡——淄博观光旅游;《马向山下乡记》的主演吴秀波“现身说法”,向大家介绍电视剧拍摄地淄博涌泉齐长城风景区的秀美风光;会场外的淄博特色旅游商品展区、陶瓷、琉璃、丝绸等淄博特色旅游商品精彩亮相。多元化的营销方式令人耳目一新。

淄博突破传统推介方式,创新采取“资源线路推介+明星代言+特色文化表演+新媒体参与+全媒体宣传”模式,实施线上营销推广与线下游客输送相结合文化营销,增强了旅游促销的实效性。推介会上,播放了



五一小长假,淄博周村古商城游人如织

□穆飞 报道

精美旅游形象片视频,设计了摇一摇抽奖环节,还在现场安排了《说聊斋》文艺演出,倾情演绎淄博文化;围绕实现点面结合,增强区县旅游吸引力,各区县旅游主管部门主要负责人还现场推介当地旅游资源,给与会

者描绘了一幅栩栩如生的淄博文化生态画卷。

突破之三:

旅游产品落地营销更具针对性

面向“散拼团”、“自驾游”及“高铁游”等不同的游客人群,重点推出了6大主题15条精品旅游线路,在启动仪式上通过PPT形式对特色资源展示的同时,对精品线路进行重点推介,同时发布了淄博旅游地接、入境旅游补贴政策。在启动仪式上淄博旅游企业先后与江苏连云港国际旅行社有限公司、青岛和易国际旅行社有限公司等旅游企业签订开通淄博旅游直通车线路,为向淄博输送游客提供有力交通保障。通过种种更具针对性的举措,最大限度地实现旅游产品落地营销。

本次活动参加范围之广,规格之高,数量之多都前所未有,规模和规格创全国地级城市营销之最,整个营销活动显著的效果,丰硕的成果令人瞩目。这无疑是淄博旅游营销推广成效的又一新突破。

除了组织千家旅行社进淄博踩线营销活动,淄博市还积极开展请进来、走出去的营销活动,赴省内多个主要客源地举办淄博旅游推介会。通过多措并举,共同发力,迎来了今年五一丰硕的收获期。经大数据统计预测,今年接待游客量同比大幅增长。