

“好客山东”十大文化旅游目的地媒体采风行

仙境海岸：突破低端化发展主题游

刘美 刘小路

9月5日-8日，山东旅游十大品牌之“仙境海岸”全媒体采风活动走进海滨城市青岛、日照，考察两地旅游新业态的发展情况，感受旅游产品的丰富变化。

休闲渔村以标准化摆脱低端化

走进日照山海天度假区李家台民俗村，映入眼帘的是宽敞整洁的街道，每家每户整齐划一的标牌，墙壁上以3D涂鸦形式展现着渔民的传统生活场景，渔村里外井井有条……李家台是日照北沿海接待规模最大的民俗旅游度假村，全村共有236户800余人，现有民俗旅游接待户150余户，总床位5000余张。

据李家台民俗村相关负责人介绍，每年的7-9月是李家台村生意最为火爆的时间段，而今年更是一房难求，每户渔家乐的收入比往年增长了近20%。市场份额的大幅增长与李家家台民俗村今年开始推行标准化管理密不可分。

“高端化是乡村旅游品牌塑造的必然过程，为了顺应当下大众需求发展规律，以往低端的渔家乐发展模式不能满足当下游客的需求。今年上半年，李家台共绘制墙体画2.8万平方米，以3D画形式营造特色渔村的环境氛围。为了更好地为游客服务，他们按照标准化模式，新建了60平方米的游客服务中心，并制作安装了标识牌，在标识牌上加贴‘扫码找渔家’等信息指南。”日照山海天旅游度假区旅游局副局长李苇说。

与日照李家台民俗村不同，青岛“三面是山，一面为海”的会场村从一个靠海吃海的小渔村发展为一个旅游景点，会场村内星罗棋布的欧陆风情建筑吸引了省内外游客前来度假休闲。“突破以往低端化，发展主题旅游，现在的会场村正成为度假旅游、民俗体验、婚纱摄影的综合型休闲渔村。”会场村相关负责人说。

“小而美”体验秀让文化“复活”

据《2016—2022年中国文化旅游市场分析与发展趋势研究报告》资料显示，2015年我国全年接待国内外旅游人数为41.2亿人次，偏好文化体验游的人群已经达到50%以上，人数呈上升趋势。在青岛汉画像砖博物馆内，负责人张凯月向记者讲述了她的真实感受。她说，每天来博物馆内参与拓片体验、画像砖制作体验、汉服体验项目的游客

占总人数的一半以上，体验项目最受游客欢迎，游客在制作和体验过程中更能直观感受中国汉代文化的源远流长。

近日，一场以“vintage复古变装”为主题的美学课堂在青岛纺织博物馆华丽上演，游客可穿上民国时期的旗袍、华服，画上精致的妆容，上演一场复古真人秀。“除了展现游客能看得到的传统产业，我们还针对现代游客的文化需求，通过创新手段，打造符合当代人需求的旅游体验活动。”青岛纺织谷文化传播有限公司总经理姜先表示。

以文化体验赢得市场的还有青岛CHINA公社。在CHINA公社馆内，有设计师品牌集成店、太经堂经络养生服务、太极拳会馆、国学讲堂等，通过中国文化体验式传播的形式，形成一个多业态、复合型、一站式的文化体验中心。

同样具有较强文化体验性的还有日照HI世界农业园。作为山东省首家航天农业与生态旅游相结合的科普性生态园区，这里为游客展现了独一无二航天农业知识平

台。农业园分为HI世界航天农业科技园、HI世界儿童乐园、HI世界欢乐动物园三大园区，为游客传播航天农业知识，成为大中小学生课外实践的航天科普教育基地。

产业定位凸显“特而强”

在青岛，有不少景点因其得天独厚的地理位置凸显出产业强大的竞争力。青岛华东·百利酒庄坐落于崂山九水，与大多数葡萄酒种植方式不同，酒庄依托阶梯式的山体结构，采用独特的“华东单干双臂”栽培模式，加上青岛得天独厚的自然条件，其葡萄酒口感有了“华东”特色。

相同情况的还有青岛碧海蓝田生态农业园。区别于其它茶园，碧海蓝田生态农业园位于崂山风景区内，茶园以山泉灌溉，以发酵大豆为肥料，保证产业在生产过程中无农药，形成茶叶天然无污染的独特品质。“农业园内有两亩地的茶园可供游客采摘，游客可以跟着采茶女体验采茶乐趣，学习采茶

技巧、采茶过程以及加工工艺。为了让游客真实感受传统炒茶工艺，农业园内保留着传统炒茶的工艺。”青岛碧海蓝田生态农业有限公司负责人林先勇介绍。

有数据显示，从全国范围来看，部分民宿入住率在持续下滑，以往标价上千元一晚的民宿现今出现“松动”迹象，促销活动相继出现。但青岛即墨涑澜汤屋却不打“价格战”。“截至目前，今年十一期间的汤屋已预订满，明年新年期间的汤屋已经预订过半。”青岛即墨天泰温泉度假区副总张春虎表示。除了度假区内迎合四季的休闲度假产品外，与普通的温泉酒店不同，涑澜汤屋位于空气清新即墨蓝山上，23座汤屋居山而居，每间汤屋的风景皆不同，且有很强的私密性，关上院门都有一个独立的封闭式庭院。“它作为华北地区第一家管家式温泉汤屋，其中最受游客欢迎的便是即墨独有的海水溴盐温泉，入住的游客可以在私密的空间内安静地享受泡汤的乐趣，这也是涑澜汤屋最重要的竞争力。”张春虎解释。



记者 王世翔 通讯员 高启民 报道

入秋以来，枣庄市台儿庄区国家运河湿地公园十里荷花长廊的荷花日渐枯萎，湿地工作人员的残荷干莲进行采摘加工，做成插花艺术品，吸引了许多游客留作扮靓家居的旅游纪念品。



一周旅游资讯

总投资36亿元的齐古城项目开建

宫瑞 报道

本报淄博讯 9月11日，淄博市临淄区太公湖畔，齐文化旅游综合开发项目奠基仪式在此举行。

齐古城项目选址在太公湖畔，项目定位以齐文化为主题，以“古城”为载体，以场景体验、传承齐文化遗产为特色，集文化体验、观光、娱乐、旅游与商务休闲等功能于一体。项目建成后，将成为齐文化展示与传承、文化创意与休闲旅游等融合发展的新业态文化旅游目的地，实现齐文化旅游开发从“由原真到再现、从故城到古城”的突破性发展，成为齐文化传承创新示范区核心区的龙头项目。

据了解，齐古城项目规划占地约85.59公顷，项目总建筑面积约51.45万平方米，项目总投资约36亿元。项目循传统营建思想里的“择中”思想进行建设布局，建筑整体为木结构，色调古朴，以斗拱等功能构件作为建筑自身装饰，古色古香。一期主要建设宫殿、君子仕乡、雪宫、姓氏祠堂，二期拟建设榑下学宫、诸子百家模拟展示馆，计划2020年全部建成。

近年来，临淄区始终把发展文化旅游产业作为转型升级、加快发展的重要支撑和重中之重，规划建设了齐古城、蹴鞠小镇等十大项目，催生了文旅融合发展的新动能，擦亮了“齐国故都、足球故乡”文化旅游品牌。

2017山东(广饶·李鹊)苗博会成功举办

3天交易额近8500万元

李明 刘福春 报道

本报广饶讯 9月16日-18日，2017山东(广饶·李鹊)苗木花卉交易博览会在广饶县李鹊花木交易中心举办。这是东营市成功举办的第二届省级苗木花卉博览会。本届苗博会由省林木种苗协会、广饶县政府主办，广饶县林业局、广饶县会展节庆办、李鹊镇政府承办。

本届苗博会以“打造生态园艺小镇，助力东营‘三年增绿’”为主题，主要展出苗木花卉、花木资材、赏石盆景、园林机械和林业作业特种车辆，基本覆盖了苗木花卉全产业链。苗博会突出展示苗木花卉产业的前沿技术和科技成果，促进苗木花卉产业营销、贸易，是一次集展览展示、商贸洽谈、产品交易、交流合作于一体的综合型展会。

本届苗博会设5个展区，展览面积8500平方米，吸引了来自江苏、天津、河南、河北、青州、惠民等省内外420家重点苗木企业前来参展，报名参展苗木经纪人300余人，参展观众3万余人次。苗博会期间共签订苗木花卉购销合同148笔，交易额近8500万元。

首届“鲁风运河”美食节将于9月27日至10月8日在枣庄举办

枣庄，借力“鲁风运河”续写旅游传奇

于鸣

“鲁风运河”是山东省十大文化旅游目的地品牌建设的重要内容之一。枣庄是被纳入“鲁风运河”品牌的重点城市。早在2009年，枣庄就以台儿庄古城为起点，成为山东旅游的一匹“黑马”，实现了资源依赖型城市向旅游城市的转型。这些年来，这匹“黑马”始终保持着强劲的势头，无论是旅游大项目建设，乡村旅游发展，还是全域旅游，都走在全省的前列。而今，枣庄将乘着“鲁风运河”品牌建设的东风，深挖历史文化资源，续写旅游业发展传奇。

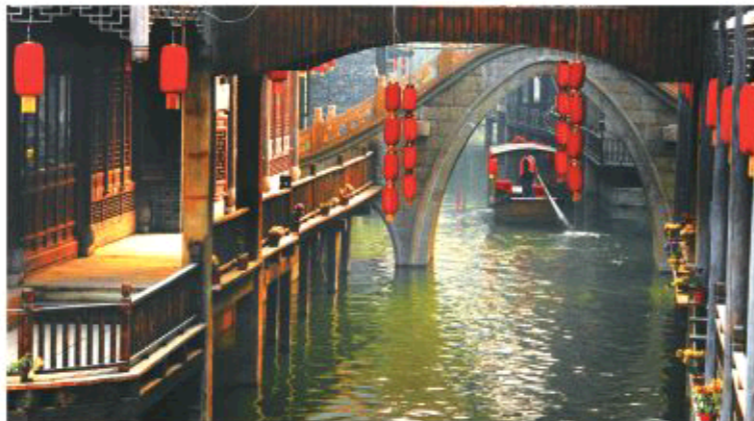
大项目引领 体制建设护航

要打响“鲁风运河”品牌，离不开旅游大项目建设的引领。

2017年1-6月，枣庄市旅游业推进项目共计78个(其中纳入全国旅游项目管理系统重点在建项目47个)，项目计划总投资348.4亿元，年度计划总投资约98.61亿元，1-6月项目到位资金为60.678亿元，完成年度计划的61.53%。滕州市微山湖湿地公园及周边综合开发项目、薛城区铁道游击队景区基础设施建设提升项目、山亭区翼云石头部落文化旅游综合开发项目二期、市中区九顶莲花山生态休闲旅游度假区项目、峄城区乡村爱情主题公园项目、台儿庄区涛沟河和小季河湿地休闲旅游项目等重点建设项目顺利推进。同时，枣庄市不断完善体制建设，高起点、高标准启动编制了《枣庄市全域旅游发展五年行动计划》，突出资源整合、共建共享，进行旅游目的地整体规划布局，进一步明确发展目标、空间布局；出台了《枣庄市关于加快旅游业改革发展建设旅游强市的实施意见》，在完善机制、政策支持、人才保障、资源整合等方面推出一系列政策措施，为文化旅游目的地品牌建设注入动力。贯彻落实省政府办公室《关于推进十大文化旅游目的地品牌建设实施方案》的要求，进一步提升运河城市旅游形象，做大做强“鲁风运河”文化旅游品牌，加快沿运区域旅游业创新发展，推动旅游经济新旧动能转化。

创新旅游产品 整合多渠道营销

“鲁风运河”文化旅游目的地品牌建设应当突出文化引领作用，整合文化资源，凝练文化特色，展示文化魅力，增强品牌的文化内涵和独有特质。



△台儿庄古城



△翼云石头部落



△滕州微山湖湿地红荷风景区



△柘沟部落



△冠世榴园



产品的差异化和文化的独特性是品牌建设的重中之重。按照“平台共建、信息共享、线路共联、市场共推”的原则，枣庄市主动融入区域旅游发展大格局，重点加强与淮海经济区、京杭大运河城市联盟、京沪高铁旅游联盟、“山海圣人”旅游联盟和品牌共建城市间的交流合作，优化整合旅游资源，围绕“鲁风运河”品牌，推出“鲁风运河”系列线路10条，精品线路5条，鲁南红色抗战旅游经典线路

5条及乡村旅游精品线路10条。组织运河专家、学者到济宁、泰安、聊城和德州等地开展调研活动，不断优化“鲁风运河”线路产品。

枣庄市整合多种营销渠道推介“鲁风运河”品牌，继续抢占高端主流媒体，以文化旅游目的地品牌形象为重点，借助中央电视台、山东卫视、网络媒体、平面媒体如中国旅游报、大众日报及海外营销平台宣传展示枣庄旅游新形象；强化新媒体宣传，加强网站、微博、微信等新媒体平台营销；引导旅游企业加强自身网络信息化建设，利用淘宝、携程、同程等旅游网络商务平台，以形象展示和商品售卖相结合的形式，推介旅游产品；组织重点旅游企业参加2017山东(济南)国际旅游交易会、“沂蒙好时节赏花之旅”启动仪式、2017“智连全城·数据山东”——山东旅游大数据峰会、全省旅游市场营销培训等专题旅游活动。

放大节会效应 提升产业参与度

旅游节会活动是旅游目的地突出旅游产品特色，聚拢人气，提高品牌知名度和影响力的重要途径。

今年以来，枣庄市先后举办了第二届“好客山东·福乐枣庄”贺年会、中国报协党报分会会长联席会、淮海报盟2017年度春季会议、“踏青赏花枣庄行”春季旅游活动、庆祝5·15中国旅游日、第五届世界摄影大会枣庄之行等品牌活动。同时，积极挖掘运河文化、红色文化资源，通过市场化手段，打造了“到最有年味的古城过大年”、“运河开河大典”、“运河大庙会”、“运河龙舟赛”、2017“跑游山东”半程马拉松台儿庄古城站活动、“山东好时节·敞南大门·寻梦英雄地”台儿庄区首届全域旅游节事活动推介会暨摄影大赛、2017首届抱犊固一熊耳山梨花文化节及2017首届中华端午文化节、红荷节等系列节庆活动。

2017年9月27日至10月8日，枣庄市将举办首届“鲁风运河”美食节，活动内容具体包括：2017首届“鲁风运河”美食节启动仪式暨运河美食与旅游融合发展报告会、2017首届“鲁风运河”美食展、中国·枣庄辣子鸡美食文化节、大运河美食探秘、金秋枣庄市旅游采风考察活动和台儿庄古城“大运河非遗文化巡展”。

正如枣庄的饮食文化兼具北方的豪放和南方的温婉，京杭大运河历经千年商旅往来，让沿线城市形成了独特的运河文化和民俗风情，成为弥足珍贵的旅游资源。“鲁风运河”品牌建设将进一步唤醒这座运河古城的历史与文化，打造更令人向往、更耐人回味的枣庄。