

省内海洋类主题公园遍地开花，但开发的脚步仍未停止——

海洋主题公园能否“嗨”起一片海

编者按

山东旅游资源丰富，近年来各类旅游业态蓬勃发展，海洋主题公园作为其中之一，一直被游客追捧，成为亲子家庭游的重要选择。从我省整体面上来看，该类旅游景点数量着实不少，但从区域点上来看，仍然较难满足游客需求。记者以正在建设的日照海洋公园为例，观察分析此类景点的市场供需，微观山东旅游发展中待解的不平衡和不充分问题。

刘兵 于鹏

近年来，我省海洋类主题公园遍地开花，从沿海的青岛极地海洋世界、青岛海底世界、蓬莱海洋极地世界，到内地的临沂海洋世界主题公园、泉城海洋极地世界，各家旅游企业布局省内各地，竞相抢占区域市场，并不断辐射周边。就在今年，日照海洋公园海洋馆中心实现封顶，整个项目将于明年上半年试营业。

海洋馆与花鸟园融合 带来新型体验

据了解，日照海洋公园位于日照沿海旅游核心位置，占地161.7亩，总建筑面积约5万平方米，总投资7亿元，是一个创新型海洋旅游综合体，也是国内组合业态最丰富的海洋主题旅游项目之一。

说它业态丰富，的确如此。记者了解到，日照海洋公园由国内最新一代海洋馆、唯一的四季花鸟园、海洋主题餐厅、室外动物表演展区、水禽观赏园、室外无动力主题游乐区和特色商业街组成。建成之后，该园将是世界首个将海洋馆与花鸟园完美融合的新型海洋公园，也是世界少有的将海洋动植物和陆生动植物综合展示的主题公园。

有游客看到该项目介绍后，对此充满了期待。“之前去日照游玩，没有一个大型的海洋馆，很是遗憾，以后可以一站式体验海洋的魅力了。”济南市民张女士说，孩子热衷于各地的动物游乐场，而自己对新奇的事物也充满兴趣，日照海洋公园正好为家庭亲子出游增加了新选择。

“我们以打造海洋主题休闲旅游目的地为目标，同时设置了世界首个高科技AR-Ride主题游乐设施。其他海洋主题公园有的，园内也将配置。我们还将创新打造国内首家海洋主题民宿，以期通过充分的差异化和创新性，为游客带来全新的海洋主题旅游体验。”日照海洋公园总经理魏立强介绍。

区域优势明显 市场前景广阔

此前，有不少人对海洋主题公园的纷纷上马表示忧虑，但从当前日益增长的游客对旅游产品的需求等方面来看，日照海洋公园项目的建设又有其必要价值。

“一方面，日照拥有独特的海洋资源优势，但缺乏围绕海洋主题打造的旅游项目，日照海洋公园的开业运营将丰富当地的旅游业态，完善旅游产业链条；另一方面，就市场而言，日照地处我省黄金海岸线上，经过十几年的市场培育，其旅游市场覆盖范围广泛，加上迎来了航空和高铁时代，年接待游客已突破4000万人次，具有明显的市场优势。”山东大学管理学院旅游管理系教授王晨光认为，应该肯定日照海洋公园的建设，即使未来省内此类旅游项目饱和，市场也会推动他们的提档升级，以满足游客的需求。

“面对激烈的市场环境，日照海洋公园除了提升自己品质之外，还要注重客源地的挖掘，充分利用好各类渠道商，将客人带到家门口来；应注重与周围景区景点的合作，打造具有吸引力的滨海旅游线路，依托日照拥有的资源，快速占据市场。”山东国信国际旅行社有限公司董事长张晓国告诉记者。

据了解，该公园投入运营后，预计年接待游客可突破150万人次，营业收入1.5亿元。

补足旅游短板 打造全域旅游目的地

日照坐拥168.5公里优质海岸线，“蓝天、碧海、金沙灘”闻名遐迩，但对于滨海旅游的深度综合开发却相对滞后，发展潜力巨大，市场前景广阔。“此前，来日照旅游的游客多选择渔家乐、逛沙滩，缺少留住人的核心吸引物，旅游产品体系也不够完善。”业内人士表示，无论游客还是专家都在期待日照旅游的转型升级。

为解决海滨资源禀赋与产业发展不相称的问题，日照市委市政府于去年提出实施“旅游富市”战略，加快项目建设力度，促进项目转型升级。阳光海岸露营地、日出东方海之秀、万平口景区、东夷小镇等一系列旅游项目相继开工或落成，初步成为该市旅游发展的新亮点。而日照海洋公园作为该市推动“旅游富市”战略重点打造的旅游项目和今年省重点建设项目，是日照旅游新旧动能转换的重要动力源。

“补足短板向前迈。日照海洋公园等一系列大项目的落地，能够拉动旅游消费，带动旅游各要素同步发展，促进日照沿海形成以日照海洋公园为中心的旅游产业链，对带动周边旅游发展、促进日照旅游提档升级、提升‘仙境海岸’品牌的产品品质和档次具有重要作用。”日照旅游发展委副主任赵志超说。



淄博旅游

“千人培训工程”再开班

记者 刘兵 报道

本报淄博讯 11月7日，由淄博市旅游发展委主办的2017年度旅游千人培训项目旅游营销培训开班，为期4天。活动邀请了来自济南、江苏、浙江等地的国内知名旅游营销专家，围绕山东省旅游产业智慧化发展路径、旅游目的地营销体系构建、移动互联网时代目的地旅游电商和数字营销等议题进行了专题讲解分析，并和学员开展面对面的交流互动。

通过此次培训，淄博旅游工作人员自身知识储备得到很大提高，将对下一步具体工作起到有效的指导作用。淄博市旅游发展委副主任荆茂彬表示，“互联网+”已成为势不可挡的发展趋势，淄博正以此为契机，创新旅游营销模式，推动传统营销和网络营销深度融合，进一步实现线上线下互动营销、融合营销、精准营销，加快传统营销向智慧营销转型。

去年以来，淄博市旅游发展委把旅游人才工作摆到了重要的战略地位，策划实施了“千人培训工程”，取得了很好的培训效果和社会反响。今年对全市旅游景区(点)、星级酒店、旅行社、乡村旅游点等旅游企业管理人员、营销人员共1000余人分专题进行集中学习培训，大力提升了旅游从业人员的整体素质和发展能力。

沂源东里

打造特色景观旅游名镇

通讯员 周士宏 报道

本报沂源讯 日前，沂源县东里镇被纳入山东省第二批特色小镇创建名单。东里镇按照东夷凤凰文化、仙学文化的隐修理念，从驿站小镇、沂蒙印记、车辙驿站到山居逸园、心灵驿站，分为宜居、逸居和仙居三大空间板块，建设融合商业、贸易、旅游、居住、自驾旅游目的地、自然田园于一体，能够净化心灵、展现自由生活的大驿站。东里镇本着“文化+旅游+产业”的思路，采用PPP模式，引入国有、民营大型企业入股，最终打造成各项功能完备的国家级特色景观旅游名镇。

东里镇历史文化悠久，是古驿道上的大驿站，也是东夷“凤凰文化”主题区和发源地，自古商贾云集。境内有西汉时期东安郡古城遗址、隋唐时期摩崖造像、唐朝皇家寺院弥陀寺、宋代李逵打虎遗址和清代闵仲书院等历史文化古迹。

2017枣庄国际马拉松赛举行

刘英 徐晓华 报道

本报枣庄讯 11月12日，以“跑游山东 畅享枣庄”为主题的2017枣庄国际马拉松赛在枣庄市新城文体中心起跑。本次赛事由山东省体育局(总会)、山东省旅游发展委员会、枣庄市人民政府、新华网股份有限公司共同主办。比赛不仅吸引了多名来自埃塞俄比亚、肯尼亚等国家的专业马拉松选手，更有5000余名来自全国各地的跑步爱好者参赛。2000年悉尼奥运会冠军林伟宁为比赛领跑。

比赛终点设在竣工不久的枣庄市新城文体中心，比赛路线的主体部分位于有着“国内单体最长的森林绿道”之称的枣庄环城绿道。经过激烈角逐，最终来自肯尼亚的Kiplimo Barnabas以1小时16分53秒的成绩和来自中国的姜子蕊以1小时18分18秒的成绩分别荣获男、女半程马拉松冠军，11公里组别的男女冠军则被来自中国的张泓琳和王灿摘得。

第五届历史文化名楼

讲解员大赛

蓬莱阁再折桂

杨雯

11月15日，第五届“中国历史文化名楼杯”讲解员大赛在浙江温州落下帷幕，来自黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁等全国16个历史名楼的30多名优秀讲解员展开激烈角逐。

代表蓬莱阁景区参赛的宫玉皎、黄悦两名选手，在自我介绍、本楼讲解、才艺展示、知识问答、它楼讲解五个环节比赛中，以第一、第二名的骄人成绩斩获大赛一等奖，宫玉皎还同时荣获最佳风采奖、最佳讲解奖。至此，蓬莱阁景区讲解员已经包揽“中国历史文化名楼杯”连续四届讲解员大赛的一等奖。

据悉，“中国历史文化名楼杯”讲解员大赛是由中国文物学会历史文化名楼保护专业委员会主办，每两年举办一届，意在促进各名楼讲解员业务水平的提升，达到锻炼队伍、提升素质的目的。

齐文化元素

融入农旅小镇项目

李楠 郭晶晶

淄博市临淄区齐陵街道刘家楼村村民李荣国，最近发现天齐渊崖壁有了新变化。原来，三股清泉潺潺流下。“好多年没见过回流水，没想到天齐渊国家森林公园项目一落地，风景这么好。”

天齐渊相传为古代祭天所在，但泉水早已枯竭。2015年以来，齐陵街道抢抓PPP政策机遇，大力开展文化旅游招商，与北京东方园林股份有限公司和光合文旅控股股份有限公司两大文旅上市公司合作，开工建设马莲台生态环境综合整治工程和山东省少儿齐文化研学基地项目。

同时，齐陵街道着力筑巢引凤，完善景区基础设施。投资2200万元，建成全长13.75公里的齐王路，将二王陵、四王陵、管仲纪念馆、天齐渊遗址、柳山汉墓等齐文化遗址“串珠成链、串点成面”，打造了30里齐文化观光长廊。通过绿化提升、村容美化、道路修整等工程，对景区内10个连片村进行了治理，再现了“红砖黛瓦古韵、绿树红墙焕新颜”的齐风乡村魅力。

“目前，我们正在大力发展生态观光农业，积极推进齐文化与农业的有机融合。”齐陵街道党工委副书记张涛说。齐陵街道把齐文化元素作为提升现代农业农博园、牛山观景区、亿当年农场等农业种植园的新手段，打造了古齐南山小米、马莲台苹果、牛山地瓜、柳店韭菜等一批齐文化特色农产品品牌，将传统农业打造为具有较高文化含量和文化价值的新型业态。



▲11月12日，东营市东营城南风景区旅游度假区银杏园内，当地汉服协会和古筝协会举行了一场别开生面的演出。优雅的汉服、古筝表演为暖黄色的银杏树林增添了别样的风趣，引得游人纷纷驻足观看。

《跟着孔子去游学》

出版

记者 刘英 报道

本报济南讯 近日，首部以游学为主题、展现孔子家乡古老悠久的游学指南书籍——《跟着孔子去游学》正式出版。

《跟着孔子去游学》作者、孔子研究院副院长陈晓霞介绍说，该书的场景带入感较强，三位主人公是虚构的师生三人，在亲身游历过程中，师生轮流介绍，有问题时当场释疑解惑，将书本所学与现实见闻相互验证，颇有孔子带领众弟子周游列国之古风，为读者呈现出济宁这个孔孟故里、礼仪之邦的恢弘历史和璀璨未来，让读者仿佛身临其境，与三位师生在济宁进行了一次文化润泽之旅和身心修养之旅。

序言撰写者、北京师范大学中国易学文化研究院院长张涛评价说，古老而悠久的中华文明源远流长、博大精深，儒释道文化异彩纷呈、光芒万丈，各种地域文化也都各有千秋，而山东济宁地区则称得上是儒学重镇、中华文明标志之地。该书对这一地区进行了典型性分析，深度挖掘了该地区文化遗产的丰富内涵，再现了昔日的古国遗风，身体行走于济宁大地，心灵则沐浴在中华优秀传统文化的精髓、精神之中，身心同修，知行合一。

以发展“大旅游购物”为主题思想，借势十大文化旅游目的地品牌建设，开展旅游商品跨界融合发展——

旅游购物搭上全域旅游快车

田忠民

近年来，在山东省委、省政府的正确领导下，省旅游发展委借助旅游业新旧动能转换和全域旅游创建两个有利时机，以发展“大旅游购物”为主题思想，借势十大文化旅游目的地品牌建设，持续改善旅游商品供给端，并加强制度建设和创新发展，做好顶层设计和制度建设，开展旅游商品跨界融合发展，旅游购物在山东得到了空前发展。

几年间，肥城桃木、泰山玉、招远黄金、青岛海洋食品等数十个旅游商品产业集聚区如雨后春笋般相继涌现，山东旅游商品在国家级旅游商品大赛中不断摘金夺银，旅游购物的保障制度和奖励体系不断完善，发展成果走在全国前列：2016年，山东的旅游购物收入达到2373.92亿元，是2006年的8倍还多。旅游购物占旅游总收入的29.6%，位居旅游六要素之首。

为持续推进全域旅游示范区的建设，全面提升山东旅游购物格局，省旅游发展委十分重视旅游购物发展，提出了发展“大旅游购物”的理念，在这一理念的引领下，全省旅游系统不断完善各项政策法规，统筹旅游购物市场快速发展。

创立旅游购物示范区 保障全域旅游建设

开展旅游购物标准化建设。截至2016年年底，全省共有山东省旅游休闲购物街区56条，山东省金牌旅游购物商店113个，银牌旅游购物商店12个，铜牌旅游购物商店2个。旅游购物标准化建设解决了旅游购物发展过程中“无标可依、无标发展”的问题，为统筹全省旅游商品研发、制造、流通的渠道发展提供了标准支持，逐步实现了点(购物商店)、线(购物街区)、面(购物旅游示范区)覆盖全省的大旅游购物格局。

加强监管，优化购物环境。省旅发委联合工商、质监、新闻媒体等部门成立了山东省旅游商品质量监督平台。在各类旅游商品大赛和评选期间，平台对所有参赛作品进行

质量监督，采取质量安全“零容忍”的态度，任何被认定质量不合格的产品或参评企业因产品质量问题被投诉，都将被终止参评资格。探索实施旅游购物“放心买”计划，明年在全省逐步实施“旅游购物无理由退换货”机制。

实施境外旅客购物离境退税。通过积极争取省财政支持，经财政部、海关总署、国家税务总局审核批准，我省于2016年4月1日和10月1日分两批实现了济南、青岛、烟台、威海4市境外旅客购物离境退税。首批选取了81家退税商店和4个机场口岸开展相关业务，通过优化流程设计，实现了全省退税信息的互联互通和异地退税结算。

规范奖励多措并举 凸显政府引导职能

在旅游购物的顶层设计上，山东不断完善制度建设，以规划引领发展，以扶持奖励刺激发展，使政府部门的引导职能得到充分发挥。

坚持规划先行，以规划引领发展。编制了全国首部省级旅游商品规划——《山东省旅游商品开发规划》和《山东省旅游商品发展总体规划(2015-2020)》。2016年，进行《山东省旅游购物街点分布发展规划》的编制。该《规划》确定了旅游购物街点布局发展战略，从城市、景区、乡村三个角度对旅游购物街点分布发展提出了规划设想，对行业内各环节制订了有效的行业标准和管理办法。此外，各市也进行了旅游购物规划的编制。目前泰安、淄博、烟台、济宁、临沂5市已经编制了本市的旅游购物(商品)发展规划。

完善奖励政策，扶持优秀企业。山东旅游商品中心起草了《山东省旅游商品扶持奖励办法》，针对旅游商品研发和创新设计进行奖励，突出以点带面、激励扶持示范作用。此外，各市的旅游商品奖励政策已经发布，初步构建起省、市两级扶持奖励机制，为旅游商品企业的不断发展壮大、提档升级提供了资金保障。

加大创新研发力度 开发特色旅游商品

连续举办旅游商品创新设计大赛。旅游商品创新设计大赛为山东首创，连续举办15年间，共有2万多样作品参赛，累计获奖作品1754件，其中85%的历届创新大赛作品已经进入市场，成为推动创新创业的有效途径。

加强品牌建设，让山东旅游商品走向世界。开展“山东好礼 一城一品”旅游商品评选活动，形成了涵盖市、县两级特色旅游商品的推荐名单，解决游客“买什么”的问题。“济南有礼”“青岛有礼”“悦购烟台”“礼尚威海”等地方旅游商品品牌在购物旅游示范区建设、旅游商品产业化发展和旅游商品扶贫中扮演着重要的角色。

探索“政府+企业+高校”的旅游商品开发新模式。今年，省内知名设计院校山东艺术学院、山东工艺美术学院强强联合，发挥各自优势为全省部分景区和乡村旅游点进行旅游商品设计开发，解决企业和乡村发展旅游商品的短板和瓶颈问题。

以旅游商品研发基地引领全省旅游商品研发。截至目前，全省共有87家旅游商品研发基地，涵盖了旅游纪念品、旅游工艺品、旅游食品、旅游装备等多个种类的旅游商品研发制造企业。积极协调各市给予研发基地相应的奖励扶持政策，并进行动态管理和不定期的检查抽查，试行准入和退出机制，从而更好地发挥旅游商品研发基地引领行业发展的作用。

加大培训力度，构建完善的培训体系。定期举办旅游商品业务培训班，面向全省旅游商品行业管理人员、旅游商品研发制造企业、旅游购物经营企业，针对政策法规、商品开发、营销渠道等内容进行培训，组织优秀旅游商品企业分享成功经验。

加强跨界融合 推进企业提档升级

近年来，山东的旅游购物产业不断加强

跨界融合，推进工业企业转型升级和旅游商品企业的提档升级。

多部门联合保障。山东省旅游发展委联合山东省商务厅，出台《山东老字号认定及保护促进办法》，鼓励老字号企业发展旅游商品，使更多民间手工艺、传统技艺纳入老字号旅游商品的范围。联合山东高速集团、齐鲁交通发展集团，在其所辖的济广高速济南服务区、京台高速济南服务区、青兰高速诸城服务区、长深高速沂水南服务区开设“山东好礼旅游商品销售区”，省内的高速公路服务区已经做到了旅游商品全覆盖。

实施旅游商品援青战略。组织30余家涉旅企业负责人前往青海省海北藏族自治州的门源、祁连、刚察、海晏四县进行调研，确立了以开发精品旅游产品、打造特色旅游商品、带动全产业链升级的立体化援助方案。通过企业现场调研、专家论证，已有多家山东旅游商品企业与海北当地达成了旅游商品合作开发项目，项目涵盖了旅游工艺品、旅游纪念品、旅游食品等多个种类。

支持工业企业转型升级。多年来，山东省旅游发展委积极支持传统工业企业向旅游商品、旅游装备制造转型升级，已经取得了不错的效果。德州市的安华铝业股份有限公司，开发了系列旅游工艺品、旅游纪念品和景区旅游装备，受到了市场的广泛认可，仅两场旅游商品展会就收获1200万元的订单。烟台的中集来福士海洋工程有限公司是全国最大的半潜式钻井平台制造商，拥有较高的造船技术，近年来企业转型，涉足游船游艇制造，已经有两艘游船下水。

培育高端旅游装备制造产业。高端旅游装备制造是山东旅游装备制造发展的方向，也是落实旅游业新旧动能转换的最好体现。当前，滨州的滨奥飞机制造公司、威海的光威渔具公司、泰安的泰山旅游装备公司、烟台的峡野房车公司已经成为全国知名的旅游装备制造企业。低空旅游、户外垂钓、登山探险、房车自驾等旅游新业态也得到了快速发展。

(作者单位：山东省旅游商品开发服务中心)