



立足品质 定位高端 打造精品

淄博：聚焦发展优质旅游 擦亮“齐国故都”品牌

去年以来，淄博市旅游发展委以建设国内知名旅游目的地和创建国家级全域旅游示范区为目标，推进产业升级、项目建设、宣传营

销、公共服务和环境提升等重点工作，营销宣传、乡村旅游、旅游厕所等工作走在了全省前列。进入2018年，淄博旅游聚焦全域旅游目

标，实施品质化品牌化战略，发展高端优质旅游，打造系列旅游精品，深度擦亮“齐国故都”旅游目的地品牌。

□刘兵 于鹏

高端定位：规划引领谋远全域发展

先看一组数据。2017年，预计淄博全年接待游客5643余万人次，同比增长15.51%；实现旅游消费总额636.51亿元，同比增长近19.80%，该市旅游又实现了新的突破。成绩的取得有很大原因是，淄博市旅游发展委坚持高端定位，对重点旅游领域和项目实施重点规划和编制。

据了解，为实现旅游业可持续发展和旅游资源开发的高水平、高品位、高档次，该市聘请了国内一流专家，初步编制了《淄博市全域旅游发展总体规划》《淄博文旅产业融合发展规划》《淄博市齐长城生态旅游带开发建设规划》，并加强对现有景区后期规划规划的指导，从源头着手避免同质化竞争和低端重复建设。

旅游核心竞争力和持续竞争力的提升，离不开旅游大项目的开发推进。在项目推进上，该市出台了大项目考核办法、财政贴息办法、部门例会等7项制度，建立起重大项目从策划推出、协调推进、政策落实、调度考核等全程覆盖的制度体系；实行一月一调度、一月一督察、一月一排名、一月一通报、一月一宣传、一月一会诊“六个一”督察制度和半年点评、年度总评推进机制，强化“要素资源跟着项目走”的重大项目建设和保障机制，推进项目加快形成实物工作量。据介绍，2017年淄博在建旅游项目73个，总投资额771.2亿元，其中过亿元的项目68个，过5亿元的项目34个，有25个项目列为市重点文化旅游项目，完成投资150余亿元。

进入2018年，淄博市旅游发展委在坚持去年高端定位谋划旅游发展的基础上，进一步加大项目调度、督

导力度，将对今年确定的18个旅游重点项目实施市旅游发展委领导班子成员挂包联系制度；对重点项目进行整体创意和策划，确保新建旅游项目都经得起实践和市场的考验。

此外，淄博还聚焦龙头品牌效应，致力于进一步培育壮大旅游市场主体。2018年，将加大旅游企业改组、改制和资源整合、配置力度，扶植一批以旅游景区为主体的旅游企业，培育新兴旅游大企业集团，加快旅游企业与国际接轨步伐，重点培育一批跨地区、跨行业、跨所有制等多种形式的龙头企业，壮大提升总体旅游竞争能力。

高端发展：聚焦乡村旅游提档升级

再来看一组数据。2017年，淄博全市乡村旅游从业人员达50多万人，乡村旅游收入占全市旅游总收入的55%以上；青青衣兜村、7053次绿皮小火车、博山中郝峪村等一大批乡村旅游点和元素，在中央及省级以上媒体报道超过百余次……回首2017年淄博乡村旅游的发展，其成果进一步夯实了乡村振兴的产业根本，也为今年乡村旅游高端发展奠定了基础。

据了解，淄博市旅游发展委坚持“以旅强农、以农促旅、农旅结合、城乡互动、优势互补”的乡村旅游发展理念，打造了一批具有地方特色和民俗风情的乡村旅游示范基地，其中，中郝峪、阳三峪等4个村已创建成为“中国乡村旅游模范村”，环城游憩带重点开发打造出博山上环鲁山片区、淄川太河片区等10个乡村旅游连片发展区域。目前，淄博乡村旅游发展已呈现出多点开花、百花齐放的繁荣景象，形成了“连片率先发展、以点带面”的乡村旅游发展格局，乡村旅游已占全市旅游综合收入的半壁江山，显现出集聚发展的规模效应。

“聚焦品质化品牌化战略，全力推进乡村旅游高端发展。”淄博市旅游发展委主任张守君表示，今年淄博将全面遴选全市乡村旅游发展基础好、潜力大、前景好的旅游特色村，开展管家式“一对一”专家辅导培训，从产品设计、氛围营造、内涵挖掘、营销推广、人员培训等方面全面提升；并积极争取出台《淄博市关于加快乡村旅游提档升级的工作方案》，突出文化创意、提升品味，促进乡村旅游发展。

高端服务：智慧旅游提升品质服务

“立足高起点、高标准，按照品质化、全域化、信息化、现代化发展的原则，全面提升旅游公共服务品质，完善旅游公共服务体系。”这是今年淄博市旅游发展委在旅游服务方面确立的发展目标。

去年，围绕完善城市旅游功能，淄博市投资1000余万元，新建、完善通往旅游景区道路路标牌429块；今年将继续建设旅游集散、咨询、游客中心30余处，乡村旅游标识牌150余个。去年，围绕“旅游厕所革命”，淄博市累计投资1.6亿元，新建782座、改建259座旅游厕所；今年将继续新建改建150余个……

打开淄博旅游网，中英日韩四种文字语言的链接赫然在目，这在省市级旅游网站中鲜有。以“互联网+”为手段，打造智慧化旅游平台，提供高端旅游品质服务。2018年，淄博还给自己定了一个小目标，将加快旅游电子商务和文创平台，在线旅游集散中心APP、智慧旅游服务体系，并将旅游应急管理纳入政府应急管理体系，建立旅游突发事件应对机制，实现旅游公共服务全域全程全主体覆盖。以提升淄博旅游智慧化水平、建立完善智慧旅游服务体系为方向，建设完成淄博旅游全景自动导览系统、旅游行业微信公众号影响力分析系统、旅游游客分析系统。



实施文旅融合战略 焕发齐文化魅力

□刘兵 于鹏

“实施旅游+文化战略，组建淄博文旅集团，整合资源，培育淄博文化IP和延伸业态，打造一批有影响力、震撼力的以齐文化、姜太公、聊斋文化等为题材的影视、动漫、演艺及游戏，开发旅游商品和周边产品，加强齐文化国际推广。”过去一年，淄博旅游围绕文旅融合，实施的以上举措，让齐文化得以更好地传承创新，焕发了无穷魅力。

淄博坚持文旅融合，去年一年策划打造了文化旅游融合发展“十大工程”。坚定不移地把文化旅游项目建设作为文化名城建设的突破口和着力点，确定了文化旅游融合发展“十大工程”，无论是项目规模、功能、品质，还是投资额和带动力均为历年之最。2017年淄博市文化旅游融合发展重点项目61个，全部项目总投资491.59亿元，年度计划投资145.56亿元。其中，续建项目46个，年度计划投资116.2亿元；新开工项目15个，年度计划投资29.36亿元。截至去年11月底，淄博市文化旅游融合发展重点项目完成投资约146.922亿元。

过去一年，淄川1954文化创意园、齐鲁欢乐世界、齐文化博物馆、足球博物馆已正式开放营业；投资30亿元的齐长城文化旅游创意园、投资20亿元的周村古商城提升工程、投资20亿元的马踏湖生态旅游度假区等一批重大项目进展顺利；临淄区影视文化创意产业园已完工，马鞍山影视基地项目已经建设完毕，10月份正式投入运营；周村古商城博物馆及四合院建设项目，历史文化展馆、票证博物馆等已完成并投入使用……

淄博立足齐文化资源优势，提出了打造“齐文化传承创新示范区”的目标，同时打造了地域性、产业型、节庆类文化品牌20余个，逐步形成以齐文化为核心，辐射带动聊斋、陶琉丝鞠、商埠、饮食文化及周边民俗文化发展的特色品牌群体。2017海峡两岸齐文化节的主要活动之一“海峡两岸齐文化研讨会”8月12日在台北举办，在海峡两岸均取得了良好的社会反响。由齐文化研究院协办的第二届世界足球高峰论坛于10月在英国成功举行，在国际上进一步擦亮了淄博“足球起源地”的文化品牌。此外，淄博还建立了齐文化研究专家库，为学术研究和政府咨询决策提供支持，为淄博文化旅游发展提供智力支持。



从不温不火到宾客满堂

解读“淄博印象”旅游营销的“新花样”

旅游营销是旅游业发展中的重要一环。近两年，淄博旅游营销风生水起，在全省旅游营销中留下深刻的“淄博记忆”。2017年以来，本报曾两次对该现象进行解读，总结出了其通过传统与新媒体、线上与线下、“走出去”与“请进来”相结合的营销模式和方式，成为省内不少旅游城市学习借鉴的榜样。值2018年旅游营销工作开篇，今再刊一文，细致总结“淄博记忆”经验，以饕读者。

□刘兵 于鹏 牟永波

淄博早些时候闻名省内外，得益于其雄厚的工业基础。时至今日，人们仍然对淄博的陶瓷赞不绝口。淄博不乏旅游资源，但缺乏“拳头”产品，曾不温不火。然而，近两年，淄博旅游迅速跃起，在同业竞争中，给众人留下了深刻的“淄博印象”和“淄博记忆”，成为山东旅游营销的一个典范。

资金政策砸向市场激起千层浪

旅游营销是一个砸钱的活，但关键是如何砸。有的城市安排了大量的资金开展宣传营销，但收效甚微。

手中有“粮”，心中不慌。2年前，淄博每年安排旅游发展基金5000万元、旅游发展专项资金、旅游专项资金共计4000万元，用于支持旅游业发展，把发展文化旅游产业摆到前所未有的战略高度，激发起旅游业的新浪潮。当地旅游部门负责人表示，旅游资金充裕了，腹中的底气也“壮了许多”，开展旅游营销工作不再畏手畏脚。

奖励是引导市场的有效手段。淄博出台“二日游”地接奖励补贴办法和入境旅游招徕补贴办法，牵住市场的“牛鼻子”，极大调动了国内外旅行商的积极性，为淄博输送了源源不断的游客，有力推动了该地旅游市场的繁荣发展。

淄博市旅游发展委副主任荆茂彬表示，以资金政策

支持为契机，淄博旅游建立起了“政企联手、部门联动、区域联盟、上下联动”的营销工作机制，各方面以极大的积极性和主动性，形成了政府推动形象宣传、企业开展产品促销良性互动的旅游宣传格局。

在“乱花渐欲迷人眼”的营销大环境下，为全面、系统、高效的管理旅游客户关系，有效分析营销数据，淄博市自建系统创新开发了山东旅游营销系统，该系统包括渠道商管理、媒体管理和营销内容管理系统等，其中营销内容管理系统实现了淄博旅游图片库、视频库和PPT库等营销内容的有效结合。

创意“点子”让“齐国故都”亮了起来

2017年的最后一天，淄博旅游营销的创新实践仍在继续。来自华东六省一市的18位佳丽空降青高，2017首届山东·高青富德温泉新闻发布及推介会暨城市旅游小姐世界冠军华东赛区总决赛颁奖典礼，在高青农业嘉年华隆重举行。这仅仅是淄博旅游事件营销的一个缩影。

业内人士评价淄博旅游是“同类资源开发的好，同类产品卖的巧”。众所周知，旅游业是“点子”产业、创意产业，旅游营销工作更需要创新创意。以往，一座城市外出搞推介，一般是放一个签名簿，或者名片箱，让来宾一签了事。淄博旅游则创新性的采取“微信签到互动+资源线路推介+明星(机器人)代言+特色文化表演+媒体集中发声”模式，创意活动层出不穷。

2016年以来，淄博赴周边城市和山东省外重点客源城市举办了各类推介会50余场，受邀参加旅行社达到2000余家次，受邀参会的各级媒体500余家次；先后有26座城市开通淄博旅游直通车，线路总数达100余条。越来越多的目光聚焦淄博，“齐国故都”文化旅游目的地品牌的知名度和影响力也不断扩大。

在传统媒体与新媒体融合发展的今天，旅游营销更需注重双结合，特别是发挥新媒体快速形象传播的优势。淄博在开展“十百千万”营销工程中，锁定传播载体，全媒体参与，以微博、微信、门户网站、客户端等新媒体为主，邀请了国内10个省市共50余位网络大

V穿越“齐国故都”；举办全国万名大学生淄博旅游微电影(电影)大赛，在全国大学生群体中扩大自身的品牌影响力……

数据显示，截至目前，淄博旅游微信公众号、官方微博的年发布信息达3600余条，粉丝数分别达到15万人和20万人。去年11月份，省旅游发展委对外公布了全省旅游微信影响力指数排行榜，淄博和高青分列市、县(市、区)两级旅游管理机构官方微信影响力指数排行榜第一位。

植根自身特色，引来千万游客

“东临西商、南山北水”，这是淄博文化旅游资源的特点。在发展旅游中，淄博不“邯郸学步”，也不“螳臂当车”，而是扎扎实实的植根自身传统文化，突出优势，加强资源融合和产品开发，创意特色旅游节事活动。

据了解，2017年该市策划了各类旅游活动600余个，基本形成季季有主题、月月有高潮、周周有亮点的浓厚氛围。荆茂彬介绍，按照“市场化、品牌化、高端化”目标，淄博重点培植打造了齐文化节、中国陶瓷博览会、爱情文化旅游节、陶瓷琉璃文化旅游节等一批特色鲜明的节庆活动。未来将重点把“齐文化旅游”培植成为山东乃至全国的主体品牌，把淄博打造成全域旅游示范市和知名旅游目的地。

受宣传营销叠加效应影响，2017年淄博市旅游市场呈现强劲发展势头，潭溪山、古商城、温泉慢城、人立琉璃、齐山、开元溶洞等一批重点景区旅游接待、旅游收入同比增长均在30%以上，土峪、乐瞳、中郝峪、牛记庵等一批精品民宿游客爆棚，“一房难求”。

“近年来，淄博旅游业发展势头迅猛，亮点纷呈，成效突出。各地旅游部门应认真学习淄博在市场营销方面的经验做法，全方位整合资源，齐心协力推进全省旅游营销再上新台阶。”在2017全省旅游营销工作现场会议上，省旅游发展委副主任张明池曾这样点评淄博旅游营销工作。

打造工业旅游龙头品牌

□刘兵 于鹏

前不久，淄博市政协十二届四次常委会审议通过的《市政协关于推进文化旅游资源融合提升我市旅游品牌影响力的调研报告》明确提出，淄博具有很好的工业基础，陶瓷、琉璃、酿酒、玻璃、丝绸等工业旅游资源十分丰富，要选择能体现淄博工业发展特色、全面展示淄博工业发展历史、工艺和成就的产业中的代表企业，形成在全省乃至全国独具影响力的工业旅游龙头品牌。

淄博市旅游发展委积极实施旅游+工业战略，活化利用工业遗址，打造工业遗产游，发展工业旅游活动。目前，已建成1954陶瓷文化创意园、华光陶瓷艺术体验馆等27个工业旅游示范点。

去年8月，300多位参加世界摄影大会的摄影师和摄影爱好者，走进淄博市淄川振华玻璃制品有限公司的中华琉璃文化创意园，被琉璃烧制过程深深吸引。据了解，2018年，该创意园还将重点打造体验项目，热型车间在固定的时间段辟出一块空间，让游客亲身参与体验热型工艺。拿出两三个灯工台位，让游客体验。同时，针对大中小学生的需求，与教育界加强合作，发展研学旅游，让更多学生了解琉璃工艺，体验琉璃制作过程。

除陶瓷、琉璃外，其他类别的工业企业也开始探索发展工业旅游，如扳倒井、周村丝绸工业、淄川红木工业、张钢旧址文创园、金岭铁矿冶铁公园、新华制药工业文化公园、北方功力兵器文化园、淄矿集团煤业公园等。

针对陶瓷优势，目前，淄博市旅游发展委已精心设计了9条“淄博陶瓷·当代国瓷”精品旅游线路，主要包括陶瓷专线、琉璃专线、陶琉专线等一日游和二日游产品，并将产品印刷成折页发放到星级酒店等公共场所。同时借助京沪高铁开通，向高铁游客发放陶琉旅游产品介绍，推介陶琉旅游线路。

此外，淄博市旅游发展委还将积极争取设立专项资金，支持发展工业旅游的企业，改善停车场、游客厕所、游客参观通道、游客购物场所、体验场所等旅游设施建设；对工业旅游线路产品打造、策划、包装、营销和推广进行补贴；支持企业研制大量既有淄博地域文化特色，又便于携带，且价格适中的陶瓷琉璃旅游纪念品；培训专业的工业旅游导游队伍等。