截至11月底，我省新建、改扩建旅游厕所2228座，超额完成既定任务

5A级景区全部配置第三卫生间

□记者 刘兵 报道

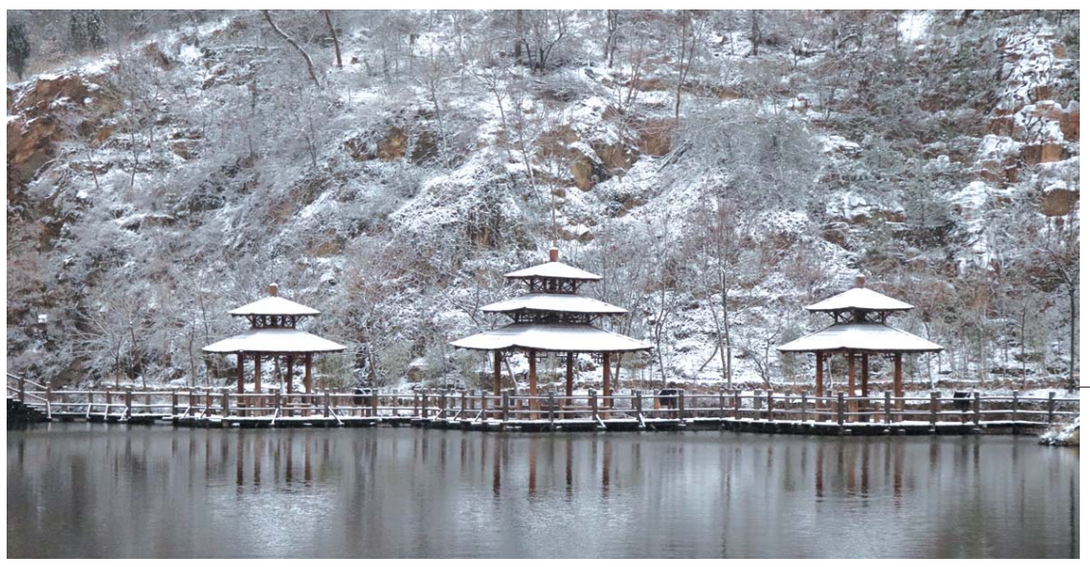
本报济南讯 记者近日从省文化和旅游厅了解到，根据“旅游厕所革命新三年计划”的任务安排，全省计划今年新建、改扩建旅游厕所1800座。截至11月底，我省新建、改扩建旅游厕所2228座，11个国家5A级旅游景区全部建成第三卫生间，超额完成既定任务。

今年我省旅游厕所革命工作亮点频现，各地结合自身实际，探索出了一批具有借鉴和推广意义的经验。今年4月，国内首座专利型智慧无害化生态旅游厕所落户微山湖旅游区，生态环保厕所、生物厕所、微生物厕所、干式搅拌厕所等生态类厕所成为实施旅游厕所革命的新潮选择；青岛市旅游厕所建设采用环保节能材料拼装式施工，工期缩短到15天左右，同时省去了土建模式的立项、环评等审批手续，极大地提高了效率；潍坊市与“纸范儿”青年创业项目进行对接，试点推行物联网智能取纸设备，方便游客的同时提高了旅游厕所的管理服务水平。

据了解，自2015年全国实施“厕所革命”以来，我省相关部门抓住“建设、管理、监管、文明”四个关键环节，四位一体全力推进厕所革命工作，取得了较为显著的成效。今年，省财政统筹4000万元，继续用于奖补新建、改扩建旅游厕所，极大地调动了全省建设旅游厕所的积极性。我省继续采用购买社会服务的方式，聘请第三方机构对各市上报初验合格的旅游厕所进行抽查复核，确保旅游厕所建设数量和质量达标，为奖补资金发放提供详实的依据。同时，选派经验丰富的景评员组成专家暗访组，对3A级以上旅游景区厕所建设管理、垃圾清理、综合管理等方面进行暗访抽检，对不达标的景区签发警告通知书，要求限期整改。

与此同时，我省本着“旅游厕所本身就是景点”的规划理念，在厕所建设上注重国家标准与地域文化特色并重，积极打造具有地域文化韵味的特色主题厕所。尤其在景区厕所建设方面，要求围绕景区特色进行创新设计，将景区文化元素融入到厕所建设之中。据了解，在淄博市周村区千禧农谷乐园，其根据不同区域主题规划建设的厕所，设计感与实用性并重，成为园区的“景中景”；莱芜齐长城“一线五村”景区，在旅游厕所建设中突出古村落风格，与周围景色实现完美融合。经过几年的努力，我省厕所原本“脏、乱、差、少、偏”状况有了显著改善，基本实现了数量充足、干净无味、实用免费、管理有效的目标，游客“如厕难”问题得到有效缓解，较好地满足了游客需求。

据了解，明年我省还将新建、改扩建旅游厕所1600座，实现全省60%的4A级景区建成第三卫生间；到2020年再新建、改扩建旅游厕所1600座，实现全部4A级景区建成第三卫生间。省文化和旅游厅相关负责人表示，围绕这些目标，我省将继续严格执行《山东省旅游厕所管理办法》和《山东省旅游厕所管理与服务规范》，健全岗位职责、服务标准、监督改进措施，并积极探索“以商管厕、以商养厕”等新模式；大力倡导节约环保、就地取材，积极采用节水、节能、除臭等新技术、新材料，建设生态、低碳和环保的旅游厕所；同时将厕所革命向有旅游资源的建档立卡贫困村倾斜，进一步增加建设数量、提高建设质量、突出乡间特色。



□记者 刘兵
通讯员 崔新程 报道
12月5日，济南南部山区九如山瀑布群风景区迎来瑞雪，山水雪相映一体，宛如水墨仙境。

省精品旅游促进会组织开展征文献策评选，并将于明年启动八大类活动

助推精品旅游产业高质量发展

□记者 刘兵 刘英 报道

本报济南讯 近日，由省精品旅游促进会组织实施的鲁程杯“助推新旧动能转换，我为精品旅游献一策”征文评选活动落下帷幕。自活动开展以来，省精品旅游促进会全体会员积极参与，截至10月30日，活动参与人数85人，共收集到各类意见建议98篇，评选出特别奖1名、一等奖1名、二等奖10名、三等奖16名、鼓励奖若干、会员单位组织奖3名。

据了解，为保证评选出价值高、实操性强的合理化建议，主办方专门成立了专家评审小组，制订了严格的五项评分标准。本次活动搜集到的大多数建议紧紧围绕我省新旧动能转换重点工作和精品旅游发展，针对问题提出的建议有深度、可行性强。下一步，省精品旅游促进会将把建议编辑成册，报省委省政府及负责旅游的部门作为决策参考。

另据了解，成立于今年8月的山东省精品旅游促进会，经过近半年的发展，在政府和会员单位之间架起了良好的桥梁和纽带。明年，省精品旅游促进会将着重开展八大类主题活动，即着手创建“精品旅游大讲堂”、开展“精品旅游品牌在行动”、举办首届中国（国际）精品旅游与体育集藏博览会、开展“讲好精品旅游故事”活动、编制精品旅游行业标准、建立精品旅游产业招商引资平台、组建精品旅游研究和培训机构、组织中央和境外媒体来鲁精品旅游采风活动等。

值得关注的是，其计划编制的精品旅游行业标准，将以全省精品旅游产业龙头单位和示范基地的运营模式与流程为基础，以超越既有国家标准为目标，以先进国家标准为冲刺线，旨在既能够激励精品旅游产业拼搏进取，又能警示精品旅游产业质量效益底线。据介绍，该标准计划经过试用完善后可形成我省地方行业标准。

2018中国旅游产业影响力调查指数发布

山东15个案例上榜

□记者 刘兵 报道

本报济南讯 近日，第四届“海上丝绸之路”国际旅游节暨2018中国旅游产业传播创新论坛上，“2018中国旅游产业影响力调查指数”案例评选结果揭晓。山东共有15个案例上榜，它们分别是：青州古城景区、台儿庄古城、东平湖风景名胜区、泰山天颐湖省级旅游度假区、淘金小镇、邹城市石墙镇、曲阜文化国际慢城、上九山古村、山东龙冈旅游集团、华夏文旅集团、蓬莱八仙过海旅游集团、原创礼乐文化剧《礼乐颂》（山东邹鲁礼乐文化发展有限公司）、实景演艺《神游传奇》秀（华夏文化旅游集团股份有限公司）、光头李记炒核桃（山东光头李记食品有限公司）、齐河大地自然博物馆群暨齐鲁青少年快乐成长教育基地（蓬莱八仙过海旅游有限公司）。

据了解，中国旅游产业影响力调查指数是中国社会科学院舆情实验室国家传播指数的组成部分。旅游影响力的评价维度主要由规模资源、管理能力、传播力和形象力构成。该项调查覆盖全国所有省（市、区）及100个旅游城市，评价对象包括1600家以上景区、旅游目的地及近千家旅游企业，参与调查的访问对象总计超过500万人次。

济宁实施“1311”工程

助力旅游产业新旧动能转换

□记者 刘英 报道

本报济宁讯 今年以来，济宁市以乡村旅游、研学旅游两大优势产业为引领，积极推进旅游与文化、教育、农业、健康、科技等产业的融合发展，创新实施了新旧动能转换旅游产业“1311”工程，积极推进乡村旅游规模化、产业化、规范化发展。

该市从市级旅游发展专项资金中列支705万元，对50个新旧动能转换旅游产业“1311”工程项目、重点企业、重点平台等进行扶持，培育提升了3个乡村旅游集聚区和5个旅游小镇，有效发挥了集聚示范作用。

据了解，济宁市研学旅游产业集群已纳入山东省新旧动能转换特色产业集群。今年，该市启动了百万市民游乡村活动，指导各县（市、区）开展各类乡村旅游节庆活动210个，打造了“泗水赏花汇”“邹东深呼吸”等一批乡村旅游特色品牌，有效提升了乡村旅游产业的经济效益。

依托美丽乡村建设，济宁市实施了A级景区村庄行动计划，计划到2021年全市打造100个A级景区村庄。2018年，该市命名了首批10个3A级景区村庄，创建省级休闲农业和乡村旅游示范单位10个，组织300余人次乡村旅游带头人参加省、市各类主题班次培训8个，进一步拓展了乡村旅游带头人的工作思路，提升了发展乡村旅游的能力水平。

□ 责任编辑 李 文

探索散客精准营销模式 突破入境旅游市场 提档升级“泉水”旅游产品

“泉城济南”开创全国旅游先河 “多项第一”引领精准营销之路

□刘兵 于鹏

有这样一组数据：

今年国庆黄金周期间，济南接待游客1021.8万人次，按可比口径计算增长12.8%；且全年接待自驾游客占比预计将超过70%。

济南众多旅游饭店，今年实现大丰收。以位于泉城旅游核心区的中维中豪大酒店为例，其在8月份实现了连续13天满房，并打破此前连续8天满房的记录。

截至今年三季度，济南市旅游发展委员会4个项目入选全省旅游管理机构网络营销优秀案例季度名单，数量在全省独占鳌头。

……

在旅游市场竞争日趋激烈的今天，济南旅游创新营销方式、完善营销渠道、丰富营销内容，开创全国旅游营销多项先河，并重点发力全国散客游市场开发，实施旅游品牌创意营销，推动济南旅游热度全年经久不衰。“泉城济南”文化旅游目的地品牌形象得到有效提升，品牌吸引力和影响力得到有效放大。

破题闯新路 打造散客精准营销“济南模式”

“优美的景色+清新的画面+温馨的提示”，从成都刚上飞机的王女士和同事，被济南旅游版《乘机安全须知》深深吸引，在短短5分钟内，看完安全须知的同时，一览了济南的美食美景。“工作结束后，利用周末一定要到大明湖畔寻找短片中的‘夏雨荷’。”王女士说。

如王女士一般，通过自由行到济南寻梦“打卡”的游客，已占济南接待游客总量的90%以上。在散客化到来的时代，今年“泉城济南”在全国率先发力，抢先布局散客游市场，并启动散客精准营销的体系化建设，探索打造了散客精准营销的“济南模式”。

业内专家表示，回看一年来济南针对散客营销的举措，多项工作走在了全省甚至全国前列。除了全国首部飞机安全须知城市旅游宣传片在山航飞机上映外，今年上半年，济南市旅游发展委一改传统旅游推介会的“固定模板”，在京津冀苏等重要客源地，创新举办了“玩转济南，泉是惊喜”的完全面向散客市场的济南自由行创意分享会，同样开创了全国先河。会上，伴随旅游大V、抖音网红“连音社”组合等的传播，济南专门发布的适合散客旅游的打卡点和线路广受关注。

散客的特点越来越体现在“散”和“新”上，即分布散、年轻化、追求新。为了延续热点，济南率先策划举办了全省首个城市自驾旅游节——首届济南自驾旅游节，推出了济南自驾游十大经典线路；举办了全省首个自驾旅游发展大会，发布了以济南为枢纽连接“山水圣人”旅游线和海滨旅游线的好客山东1号路和2号路，一年两场自驾游营销活动引爆自驾旅游市场。与此同时，积极利用线上各类平台，有针对性地多点发力，策划推出了以散客受众为主体的多项营销活动。打开喜马拉雅FM，“济南旅游品牌电台”的《解密济南》在本地频道收听量多次蝉联冠军；开锁小米手机，“秀色济南”的旅游创意短视频和海报不断呈现在3亿多小米用户的眼前；刷新微博页面，老济南慢生活的情调成为诗和远方的向往，15场直播活动，让微博话题#发现济南城#的阅读量在10天内达到了8419万。

业内人士表示，散客营销是一个全新的旅游营销课题，至今全国没有形成成熟的理论总结和体系化的路径探索。当下，济南的散客营销模式，以多个“第一”探索前行，就营销方式和渠道而言，是一种立足自身特色产品，以散客需求为出发点，广泛借助线上线下多元平台，制造热点、传播热点的精准营销模式。从实际效果和影响力上来看，在全省甚至全国都独树一帜。

彰显国际范儿 积极精准对接入境旅游市场

10月15日，第五届济南国际定向寻泉赛开跑。比赛参与者中既有不同年龄段的当地市民和国内游客，也有不少外国游客。据了解，在4000多名参赛者中，由美国、俄罗斯、韩国等25个国家和地区组成的大型国际代表队，成员就超过了320名。不少市民在现场表示“济南国际范儿越来越足了”。事实上，除了这次活动，诸如济南国际泉水节、济南国际泉水邀请赛、济南国际泉水文化景观城市联盟会议等国际性旅游活动也已相继开展多年，品牌业已形成，在国际上拥有大量粉丝，为营销济南搭建起良好平台。

“这几年，济南在国际上的知名度不断提升，慕名前来旅游的境外游客不断增多。虽然受国际大环境的不利影响，但今年的旅游旺季，大多数旅行社接待境外游客数量比去年同期仍有明显的增长。”山东省旅游行业协会旅行社分会相关负责人表示。这在一定程度上得益于济南市旅游发展委多措并举积极精准对接入境旅游市场。

据济南市旅游发展委市场开发处处长刘荣耀介绍，今年济南在利用海外旅游推介会、海外旅行商踩线考察、海外媒体采风等传统手段的基础上，积极实施了“济南旅游国际推广大使”工程，聘任知名人士在各自领域积极推介济南，讲好济南泉水故事；并着眼在华外国人的需求，构建了专属微信传播平台，推出“惠游济南”APP计划，策划开展外国人济南体验旅游营销活动等。

此外，济南还针对国际旅游交通短板，与相关部门有针对性地面向重要客源地，发展洲际直航航线。据了解，今年以来，在巩固济南—洛杉矶、济南—莫斯科洲际航线的基础上，又开通了济南—巴黎的直航航线，为游客入境来济提供了便捷选择。

深耕“泉”文化 供给优质产品丰富营销内容

打一桶黑虎泉的清澈水，喝一碗百花洲的免费大碗茶，转一圈老济南的宽厚里，赏一场夜幕泉城的“明湖秀”……近泉亲泉嬉泉品泉，在境内外游客不断涌入的济南城，“白加黑”、“点变线”，各种旅游业态融合一体，“泉”文化的内涵在游客的旅行中淋漓展现。

众所周知，优质旅游产品是做好旅游营销的基础和保障。济南旅游围绕“泉水”金字招牌，不断衍生出新的泉水旅游体验产品，为济南旅游的精准营销提供了有效载体。据了解，在今年的各类推介会上，济南市旅游发展委向当地旅游部门、重点组团旅行社重点推介的“泉水生活体验游”“泉城夜宴”“跟着课本游泉城”等主题化特色旅游产品，成为“泉水”旅游的吸引点。而泉畔打水、泉水大碗茶、泉水直饮、泉水宴、明府城老街、宽厚里等也成为来济旅游的网红“打卡”点。

旅游推介除了有优质的产品外，还要有丰富而精致的展示内容。“围绕精准营销，我们下定决心，利用两年时间建立起了5个多维度的旅游产品资料库，包括完全拥有版权的旅游节事活动资料库、旅游线路产品库、旅游攻略库、旅游音频库和旅游视频库，极大丰富了旅游内容营销。”济南市旅游发展委相关负责人介绍。游客不管是在推介会现场，还是在各大旅游平台看到的济南旅游资料，都是来自于济南旅游的“五库”平台，解决了困扰旅游部门多年的传播内容缺乏版权问题。

“这一年，济南旅游营销亮点频现，特别是组织开展的一系列活动更加符合‘泉城’的城市文化特点。其通过深度挖掘城市生活内涵，让日常的市民生活百态成为旅游产品的做法，极大地提升了济南旅游的知名度。”山东大学旅游管理系教授王晨光表示。下一步，济南旅游应该继续围绕“打造国际品牌”做好相应的产品开发和旅游服务工作，让旅游成为“泉城”转型升级的突破口。

△全省首个以自驾游为主题的城市旅游营销活动——中国(济南)自驾旅游营销大会。

△“玩转济南，泉是惊喜”自由行创意分享会。图为连音社现场演唱济南歌曲。

△“2018畅游济南72名泉”暨第五届济南国际定向寻泉赛。

△全国第一部《安全乘机须知》济南城市旅游宣传片在山航航班首映。