

我省旅游产业迈入万亿元大关

“好客山东”迎来融合发展新时代

□ 本报记者 刘兵

先来看一组2018年的数据。
山东接待游客8.6亿人次，旅游消费总额突破1万亿元，完成旅游投资2400亿元；新评定临沂中华奇石城等10家国家4A级旅游景区，目前全省共有1276家A级旅游景区，同比增加103家；

全省规模化开展乡村旅游的村庄超过3500个，乡村旅游经营业户8.4万户，吸纳安置就业52万人；

1月23日，2019全省文化和旅游工作会议在济南召开，省文化和旅游厅厅长王磊对2018年山东文化和旅游工作亮点进行总结，并展望今年全省文化和旅游工作重点。值得关注的是，会议发布的《山东省文化和旅游厅2019年工作要点（征求意见稿）》中，明确将积极推动文化和旅游融合发展，并围绕我省中心工作发挥好文化和旅游的担当。

改革突破再布局

“省外的一些景区与泰山景区一样都是世界文化与自然双重遗产，但他们中有的景区游客接待量和旅游消费收入却比泰山好很多，这值得我们思考。”会议现场，类似这样的话频频出现。

打造精品就要敢于突破，实现高质量发展就需不断创新。据了解，目前我省有11家国家5A级旅游景区，但只有台儿庄古城景

区1家为股份制企业运营，蓬莱三仙山、烟台南山和威海华夏城3家景区为民营企业运营，其他全部为国有企业，采用事业管理方式。业内人士认为，这种“贴政府紧、离市场远”的景区体制，体制不顺，机制不活，会导致管理衙门化、运营行政化、利益部门化。

“我们的改革方向很明确，下一步应当积极推进所有权、管理权、经营权‘三权’分离，搞活景区管理体制机制，激发景区发展活力。”王磊说。去年，我省印发实施了《大力推进全域旅游高质量发展实施方案》《山东省全域旅游发展总体规划（2018-2025年）》《山东省精品旅游发展专项规划（2018-2022）》，构建起全省旅游发展的顶层设计。今年，我省还将继续大力发展全域旅游和精品旅游，推动旅游产业持续向好发展。在恰当的时机召开全省旅游发展大会，谋划新时期全省旅游发展方向和工作重点，解决全省旅游发展不平衡不充分、旅游产品结构不够优化、管理经营体制机制不活等问题；加大对全域旅游示范区创建工作的督导力度，培育一批全域旅游示范区创建典型。力争2019年全年接待国内外游客突破9.3亿人次，同比增长8.5%；实现旅游消费总额11700亿元，同比增长12%；旅游投资2590亿元，同比增长7.5%。

瞄准中心抓落实

今年是山东的“工作落实年”，文化和旅游工作必须围绕省委、省政府中心工作布

局开展，弘扬沂蒙精神，加快新旧动能转换、实施乡村振兴和经略海洋战略，提高对外开放格局等也是我省文化和旅游工作的重点。

“打造乡村振兴的齐鲁样板，山东将充分发挥文化和旅游优势，在推动乡村文化振兴和发展乡村旅游上持续发力，努力实现新突破。”王磊介绍说。去年我省积极推动乡村旅游规模化精品化发展，积极开展旅游扶贫工作，全省乡村旅游接待游客5.03亿人次，实现乡村旅游消费2955亿元。

今年在发展乡村旅游上，我省将完善“山东客栈”“好客人家”等标准体系，培育一批乡村旅游集群片区、精品旅游小镇、乡村旅游园区、精品旅游特色村，支持乡村旅游重点村在景区景点、高速公路服务区、主要交通干道游客集散点等设立农副土特旅游商品销售体验中心。

山东海洋旅游资源丰富，但一些资源未得到充分开发。王磊举例说，海南三亚海棠湾在20多公里的海岸线上，聚集了28家五星级以上酒店。在这方面，我省的差距较大，沿海7市还没有一处真正意义上的度假酒店集群。未来，我省将围绕海洋强省建设，聚焦打造高端休闲度假产品，重点开发海滨海度假、海岛观光、海上运动、海上探险、海洋研学、文化休闲等精品产品，突出发展休闲海钓、人工鱼礁、海洋牧场等项目。

找准文旅最佳连接点

文化和旅游工作具有强渗透、强关联的

属性，与其他领域融合发展具有很大空间。山东大学旅游产业研究院院长王德刚认为，如今的文化和旅游融合，开启了文化和旅游创新发展新篇章：一方面促进了文化和旅游在管理、服务、产业和社会事业发展等领域进一步走向一体化，重构了文化和旅游社会治理体系，提高了管理绩效；另一方面实现了文化和旅游的双向赋能，让“灵魂”激活了“载体”的活力，使“载体”提升和扩大了“灵魂”的功能与作用。

“除了加强与企业合作，推动文化、旅游、文物理念融合、职能融合、产业融合、市场融合、服务融合外，还应强化与其他外部工作的融合，深入实施‘文化+’‘旅游+’，与农业、工业、服务业等跨界融合，互动融合、借力发展。”王磊表示，下一步，省文化和旅游厅将树立以文促旅、以旅彰文、和合共生的理念，坚持“宜融则融、能融尽融”的原则，找准文化和旅游工作的最大公约数、最佳连接点，推动文化和旅游工作在各领域、多方位、全链条深度融合。

据了解，根据去年山东省政府印发的《山东省精品旅游发展专项规划（2018-2022年）》要求，在打造旅游文化品牌方面，山东将按照“好客山东”诚信品牌、十大文化旅游目的地品牌、城市旅游品牌、旅游产品品牌4个层面，构建山东省金字塔形的旅游文化品牌体系，打造精品节庆活动，组织各种新颖的文化节庆博览会，利用传统节日组织开展精品民俗旅游节庆活动等。

山东省旅游行业协会 召开2018年年会

□ 记者 刘兵 报道

本报济南讯 1月21日，山东省旅游行业协会2018年年会在济南召开。会议对2018年协会工作进行了全面总结，并对2019年主要工作进行部署。

据了解，2018年，山东省旅游行业协会紧紧围绕全省旅游发展的工作部署，在持续深化全域旅游发展、推进旅游产业与上下游产业深度融合、推动旅游业成为全省新旧动能转换的新动力、全面推进山东旅游由高速增长阶段转向高质量发展阶段等方面贡献力所能及的能量。全年共组织各类会员活动百余批次，参加人员近1万人次，圆满完成了政府委托的全省旅游绩效综合评价、旅游厕所复核、旅游扶贫村调研、诚信示范点验收等工作；联合《大众日报》召开了共文旅融合新时代——山东省旅游行业庆祝改革开放40周年座谈会；参与省政府开展的全省“百百扶贫”行动；承办了山东省导游职业技能竞赛；协助开展自驾游目的地营销，举办自驾游后备箱系列主题活动；组织参与“好客山东·山东有礼”品牌推广和十大文化旅游目的地品牌踩线活动等。

此外，会议还推出千人万人自驾游山东活动，并委托了山东十大精品自驾游线路，举行了山东省旅游服务名牌、山东乡村旅游创业之星等评选的总结和颁奖活动。

第三届中国（济南）自驾温泉节 在商河启动

□ 刘兵 徐晓华 报道

本报商河讯 1月21日，由济南市旅游发展委、山东省旅游行业协会、商河县人民政府联合举办的2019泉城新春贺年会暨第三届中国（济南）自驾温泉节启动仪式在商河县温泉基地举行。

活动中，商河县向京、津、冀自驾游协会会长颁发了“山东（中国）温泉自驾游特约顾问”聘书，中国旅游协会温泉分会和中国北方八省两市一区自驾游与房车露营协会联合会分别向商河温泉基地签订了战略合作协议，相关专家作了温泉产业发展与趋势解析专题报告。

据了解，2019泉城新春贺年会由济南市旅游发展委围绕春节、元宵节等节点，突出“走进新时代，共享幸福年”主题，联合各区（县）旅游部门和旅游企业共同举办，精心策划推出了新春民俗游、新年祈福游、激情冰雪游、温泉采摘游、文化亲子游、贺年美食游六大系列旅游产品和70余项贺年旅游节庆活动，给广大游客提供了丰富的年节文化旅游大餐。

桃木旅游商品 创新设计大赛将举办

□ 记者 刘兵 报道

本报济南讯 近日，山东省旅游行业协会发布通知，将于3月至4月在肥城市春秋古镇中国桃文化博物馆举办2019全国桃木旅游商品创新设计大赛暨全国桃文化旅游商品开展活动。据了解，本次活动自2月1日至3月10日接收作品集中报名，3月11日至20日开展网络投票，3月21日至4月20日进行布展、展评、颁奖等。

根据活动方案，桃木旅游商品创新设计大赛参赛作品需以桃文化为主题，以桃木为主要材质，为已批量生产或有批量生产潜力的实物作品。而桃文化旅游商品评选活动参赛作品需以桃文化为主题，体现桃文化“福寿、平安、吉祥、爱情、忠义”等基本内涵，作品材质不限，为已批量生产或有批量生产潜力的实物作品和桃食品创意设计作品。

据了解，大赛组委会将按照公开、公正、公平的原则，组织国内著名专家、学者、权威人士组成评委，严格按照评审标准和程序，以专家现场评审的方式，对参赛作品评选出金、银、铜等奖项。

沂蒙山银座天蒙旅游区 2018年收入破亿元

□ 记者 刘英 报道

本报费县讯 记者近日获悉，山东文旅集团旗下景区——沂蒙山银座天蒙旅游区2018年景区接待游客120余万人次，主营业务收入破亿元。景区开业两年多来，先后开创了开业当年盈利、累计收入逾2.5亿元的纪录。

据悉，为进一步完善景区旅游产品，提高景区吸引力，天蒙旅游区将启动二期建设项目，主要建设山地客运缆车、温泉度假区、旅游地产及水景观、游步道提升、民宿、文化景观等配套项目。通过二期项目的开发建设，使沂蒙山银座天蒙旅游区实现由一日游到多日游，由观光为主到观光度假并重的转变。同时全面完善景区设施建设，提升服务管理措施，给游客提供更完美的体验，着力打造游客最喜爱的山岳型景区。



□ 记者 刘兵 报道

伴随寒假到来，春节临近，东北冰雪游再度成为热门。日前，位于哈尔滨市的冰雪大世界开园，游客可近距离观赏冰雕、欣赏冰雪表演。

去年底，黑龙江文化和旅游局在济南举办了以“欢迎山东老乡到黑龙江走亲戚”为主题的旅游推介活动，向山东等地游客，推出了极轨滑雪、雪地温泉、冰雪艺术、冰雪娱乐等主题玩法。1月28日-31日，山东省文化和旅游厅将派出媒体采风团，对黑龙江冬季旅游进行考察宣传和学习。

寒假研学亲子游受青睐

□ 记者 刘兵 报道

本报济南讯 近期，全国各地中小学陆续放假，不少家长将目光投向了寒假研学游、周边亲子游等旅游产品。据驴妈妈旅游网平台数据统计，元旦假期后寒假旅游热度逐渐攀升，以“研学游”“亲子户外”“冬令营”为标签的产品搜索指数靠前的。从截至目前的预订数据来看，00后学生群体及未成年人为今年寒假出游主力军。上海、北京、南京、杭州、武汉、郑州、广州、厦门、苏州、济南等城市为主要客源地；北京、上海、天津、深圳等名校云集的城市是国内研学的热门目的地，澳大利亚、日本、美国、意大利等则是出境研学旅行的热门目的地。

据了解，今年国内寒假研学人均花费在4500元左右，比去年同期增长近20%。随着教育部逐步将研学旅行纳入教学计划，家长在子女教育上的“军备竞赛”开始不断加码，这也让寒暑假研学游成为城市子女的“标配”。

美团与临沂公交合作 扫码乘车享优惠

□ 记者 刘英 报道

本报临沂讯 再到临沂旅游，游客可乘坐公交体验当地市民的吃喝玩乐生活。1月22日，美团点评与临沂市公共交通集团有限公司共同推出“用美团坐公交”服务，只需要一部手机，就可以像普通市民卡一样享受市政补贴，还能获得电影票、餐厅、外卖、单车等各种优惠券。

本次美团点评与临沂公交集团的合作是“互联网+城市服务”的一次深度尝试，实现了美团生活服务类消费场景和临沂市公交信息化建设的相互赋能和融合，力求打造出更加便捷、高效、完整的“绿色出行+吃喝玩乐”的临沂城市新生活。据悉，用户只需要登录美团APP，在功能区选择“乘公交”图标，就可以领取临沂电子公交卡，充值后即可“扫码乘车”。



□ 记者 刘兵 报道

1月20日，金象山杯·IBY冰雪亲子时尚大赛在济南金象山滑雪场举行。大赛分为才艺秀、亲子T台秀和滑雪展示三个环节。为普及和推广滑雪运动，济南金象山滑雪场训练营今冬推出滑雪单日营和双日营，专为初学者设立封闭独立的滑雪道，资深教练全程教学。

省文化和旅游厅与济南大学签署战略合作协议

山东省文化和旅游大数据研究中心成立

□ 记者 刘英 报道

本报济南讯 1月25日上午，省文化和旅游厅与济南大学战略合作签约仪式在济南大学举行，“山东省文化和旅游大数据研究中心”揭牌。

双方在协议中约定，将本着资源共享、优势互补、务实重效、共同发展的原则，就建设山东省文化和旅游大数据研究中心和山东文化旅游研究等事宜，建立长期稳定的合作关系，共同致力于山东文旅融合发展。济南大学党委书记徐景颜表示，此次

南大学与省文化和旅游厅战略携手，是发挥政校各自优势，强化全域旅游人才培养，服务地方经济社会发展的重要举措。下一步，济南大学将依托旅游文化创意研究院，以山东省文化和旅游大数据研究中心为桥梁，围绕山东文化和旅游融合发展，有效整合旅游教育资源，充分发挥学校在人才、智力、科技、平台等方面的优势，开展务实合作，实现互利共赢，协力推动我省文化旅游事业又好又快发展。

省文化和旅游厅副厅长张鲲对此战略

合作提出了六点建议：一是完善公共服务平台，发挥高等院校优势，做好基础数据的科学统计，以便于文化旅游部门准确决策。二是发挥文化旅游“创客”功能，实现创新发展。三是优化旅游业态，通过数据化实现对游客优质服务。四是培育文化创意产品和旅游商品。五是加强文旅融合培训工程。六是开展文化和旅游理论研究，发挥旅游智库的作用。以上六个方面为切入点，通过健全机制，借助双方力量，相向而行，同频发力，共同推动山东全域旅游高质量发展。

我省出台工业旅游发展规划，直击产业“痛点”提出解决方案

“山东制造”有了12张新名片

□ 记者 刘英 报道

本报济南讯 记者日前从省文化和旅游厅获悉，《山东省工业旅游发展规划（2018-2025）》（以下简称“规划”）已通过评审并发布实施。今后几年，我省将从解决发展瓶颈入手，有计划地推进工业旅游发展，系统构建“葡萄酒、未来家电、激情鲁啤、养生阿胶、齐鲁赏瓷、鲁酒金樽、味美山东、大国重器、现代海洋、云天翱翔、百年记忆、齐鲁工匠”等十二大工业旅游品牌。

时下，发展工业旅游已成为新旧动能转换背景下，推动我省工业转型的新动能和旅游发展的新领域。“山东的工业旅游开始得很早，发端于上世纪90年代，以青岛啤酒公司向海内外游客推出“玉液琼浆青岛啤酒欢迎您”工业旅游项目为标志。”《规划》起草人、山东大学旅游系副主任许峰介绍说，目前除了张裕葡萄酒文化旅游区、青岛啤酒博物馆、东阿阿胶世界、力诺瑞特科技园等“领头雁”，还涌现出很多“新面孔”。欣和食品的美食体验馆将高品质的产品，全方位的食物教育和“待世界如家人”的企业理念传递给消费者，旅游体验环环设计堪称完

美。滨州愉悦家纺拥有全国首家全景式居家世博馆，将各种高科技纺织产品、可穿戴设备、睡眠仓以及健康云服务平台等未来科技呈现在游客眼前，看得见，摸得着，体验感十足。此外，海尔世界家电博物馆、周村烧饼产业园、景芝酒之城、大高航空产业园等企业也正在积极扩建或筹备。

在许峰看来，虽然现阶段工业旅游发展如火如荼，但仍存在一些突出问题，集中表现在：大多数项目仍处于初级水平，缺乏高水平的规划和产品设计，多数仍为生产线参观、产品推介等，产品互动性、趣味性、休闲性不足；工业旅游纪念品开发低层次、同质化现象较为突出，深层次、复合型的创意体验型旅游产品较少，产品特色不浓、功能不完善、文化内涵挖掘不够；尚未形成包含工业遗产旅游、工业科普旅游、产业园旅游、企业文化旅游和工业购物旅游等完整的产品体系；缺少富有竞争力的工业旅游品牌，缺乏在全国乃至国际旅游市场上具有较强竞争力和吸引力的品牌；工业旅游所占比例不高。工业旅游景点或专门的线路在旅行社线路产品中所占比例仍然较低，若除去包

含青岛啤酒博物馆的线路，一些旅行社工业旅游产品只占到全部产品的4%-5%左右。

针对上述“痛点”，《规划》提出了颇具针对性的解决方案：引导企业结合传统再造，体验经济、文艺展演等增强游客的互动和体验；利用各类工业基地、工业遗址、工业园区等，开展影视拍摄、绘画写生、艺术创作、科普培训、教育实践等附加活动；举办相应的主题活动、文化和体育赛事；运用现代展陈理念和声光电子技术，丰富展陈内容，增强吸引力和观赏性。激发企业重视旅游商品的研究与开发，鼓励其围绕生活用品、电子商品、图书出版、农产品加工等领域，开发具有观赏性、艺术性、文化性和实用性的便携式工业旅游商品，以此培育山东旅游购物产业体系；从新资源观的视角设计以观光工厂、工业园区、工业博物馆、工业遗址公园、工业文化创意基地、重大工业工程、工业旅游小镇、工业节庆会展活动、“好品山东”旅游购物品牌、旅游装备制造产品为主的十大工业旅游产品体系；深入实施品牌战略，提出十二大工业旅游品牌，将中国重汽博物馆、力诺瑞特科技园、海尔世

界家电博物馆、青岛啤酒博物馆、张裕葡萄酒城、东阿阿胶世界等打造成为国内外知名的产品、企业、行业和区域品牌，支持企业深化与旅行社及旅游电商的合作，推出一批在国内叫得响的精品工业旅游专线线路，提升山东工业旅游竞争力。

许峰告诉记者，他在与企业交流中了解到，不少企业仍处于观望犹豫阶段，认为对工业旅游不过是锦上添花，可有可无，因而对前来参观的游客抱有敷衍的态度。更有一些工业企业担心旅游的引入会影响正常生产经营，拒绝旅游开发。还有的认为旅行社的收费旅游将会损害企业形象，对旅行社能否确保接待质量也普遍感到担忧。许峰表示，这样的企业仍在沿用工业化思维搞旅游，存在定位不准、规划不全的问题，缺少对工业旅游办成什么样、形成多大规模、带来什么影响的研究，对通过发展旅游实现产业结构调整和优化的研究也不够深入。对于这些“通病”，许峰建议，在思维转变的基础上，决心走旅游路径的工业企业务必要进行精心规划，注重创新创意，切忌盲目模仿照搬其他地方经验。