

# 枣庄峰城： 跳出旅游做旅游

随着枣庄推出了声势浩大的枣庄二日游活动，“江北水乡运河古城”枣庄声誉鹊起，美誉度和知名度大增，山东及周边江苏、河北、河南、天津等省市都感受到了枣庄旅游的巨大魅力，各地游客纷纷涌入枣庄。枣庄峰城区作为枣庄二日游的重要一环，围绕“冠世榴园·匡衡故里”城市旅游品牌为目标，按照“政府主导、市场运作、放开经营”的市场开发原则，让峰城旅游业踏上快速健康发展的良性轨道，目前峰城已经形成以冠世榴园为中心的旅游黄金产业链。

## 众人拾柴火焰高 巧用社会力量办旅游

栽下梧桐树、引来金凤凰。枣庄峰城区旅游开发坚持政府主导、市场运作的原则，积极引入社会资本旅游开发，对于市场前景好、带动力大的旅游项目给予重点扶持，枣庄市及其他地方企业纷纷加入到峰城旅游的开发中。截止到今年上半年，峰城区以旅游业为主的三产服务业已经完成投资5.6亿元，比去年同期增长30.2%；服务业增加值占GDP的比重达26.3%，增幅居枣庄市第一。

今年通过引进枣庄齐力建筑有限公司，投资2000余万元开发建设了万福园景区，成为祈福纳祥的福文化游览目的地；通过与福兴集团洽谈，全面完成了冠世榴园风景区企业改制，冠世榴园景区效益明显提升，冠世榴园景区年接待游客60万人次，是2005年的4倍；年实现旅游综合收入7000余万元，是2005年的5倍，无论是游客量还是综合收入都翻了两番。通过支持丰源集团开发仙人洞景区，打造了峰城东线旅游的支点。除旅游景区开发外，大力鼓励各类资本从事旅游配套设施建设，榴园山庄瑞海山庄投资1200余万元，开发建设了集餐饮、住宿于一体的项目，完成了对“农家乐”品牌的提升；福兴集团投资2亿元建设运营了四星级大酒店，完成了旅游配套设施的高点突破。



第二届中国(峰城)石榴采摘节将于2010年9月26日在冠世榴园景区举办。

## 塑造峰城知名旅游品牌，让品牌成为峰城旅游发展的引擎

旅游不仅是眼球经济，更是创意经济，媒体经济。峰城区按照“走出去、引进来”的方式，通过多方式、多途径宣传推荐“冠世榴园·匡衡故里”城市旅游品牌，借枣庄二日游契机，在全国多个城市举办各类旅游推介活动，并在中央、地方媒体策划各类旅游宣传活动，实现了多层次、多角度推介峰城旅游；通过举办榴园文化节、石榴节、万人游运河等影响力大、游客乐于参加的活动，进一步提升峰城旅游的美誉度和影响力。据了解，第二届中国(峰城)石榴采摘节将于2010年9月26日举行，广大游客可以到峰城采摘各种汁多味美的石榴。目前，“冠世榴园·匡

衡故里”城市旅游品牌在全省乃至全国的知名度和影响力直线上升，峰城厚重的历史文化和美轮美奂的青山绿水自然资源让峰城成为一些知名艺术家的写生基地，《石榴花开》、《工地上的婚礼》等摄制组纷纷把峰城作为外景拍摄地，峰城逐渐成为全国知名的影视拍摄基地。

峰城核心景区——冠世榴园风景区凭借得天独厚的石榴资源和科学先进的营销方式，被社会广泛认可，已经成为山东省的知名景区，景区先后被评为省级风景名胜、省级自然保护区、世界吉尼斯之最、首批全国农业旅游示范点、山东文明景区、山东省十佳工农业旅游区、国家4A级旅游景区。今后峰城将强化冠世榴园景区的核心景区和龙头地位，打造成枣庄乃至全省集观光、采摘、休闲娱乐为一体的综合性知名旅游区。

## 旅游发展突破窠臼，由“点”到“面”搞旅游

与其他地方景区开发和促销单打独斗不同的是，峰城旅游走的是集约化的发展道路，景区从开始规划建设就放在城市的大环境里进行，注重相关配套设施和资源的布局，既避免重复建设的浪费，又能与兄弟单位的差异化景区形成合力做大做强市场。在市场营销上，冠世榴园景区与台儿庄古城、湿地红荷景区、熊耳山地质公园形成枣庄二日游精品线路，共同开拓市场，取得了游客量和旅游收入连年翻番的可喜局面。

在峰城区内，为更好完善峰城旅游产业链，峰城坚持抓精品景区、做精品线路、树精品形象的三位一体工程，全方位提升峰城旅游新形象。在产业布局上，以冠世榴园风景区为中心，向东通过省道推动城区、仙人洞及其温泉等资源的开发；向南通过206国道带动京杭大运河等资源的开发，形成纵横整个峰城区的旅游产业发展框架，促使全区的由点到线、由线到面旅游产业布局的实现。中线全力打造冠世榴园旅游区、大理峪自然风景区和中华石榴博览园等景区景点开发。冠世榴园要成为峰城旅游的核心区和龙头景区，成为峰城区乃至枣庄市集观光、专项、休闲度假于一体的综合性旅游区。大理峪自然风景区和中华石榴博览园要成为冠世榴园的重要延伸产品。东线全力打造城区旅游中心服务区。把仙人洞景区、温泉度假村、仙山疗养院等纳入城区旅游服务范围，并不断做大区域旅游服务基地的概念，辐射整个枣庄市乃至鲁南地区。南线全力打造古运河风情旅游



休闲带，重点开发建设三公祠、马可波罗驿站、生态农业采摘园、古邵一台儿庄水上观光游等项目，打造贯穿峰城区南端至台儿庄的古运河风情旅游休闲带。

## 引导旅游产业健康发展，发挥其对国民经济的拉动作用

坚持“跳出峰城抓旅游，跳出旅游抓旅游”，站在全省、全国的大格局中，站在经济社会统筹发展的大格局中谋划旅游发展。在旅游产业的布局上打好三大战役：首先是旅游发展与城市建设相结合，加快景区升级上档，加快生态旅游城市建设，努力实现冠世榴园旅游区、仙人洞景区与城区的城景一体化发展，为旅游发展营造更大的环境。其次是旅游发展与产业结构调整相结合，发挥好旅游业在第三产业中的龙头带动作用和对工农业的产业链延伸作用，努力培育新的接续产业和创造新的经济增长点，促进产业结构调整和城市转型目标的实现。最后是旅游发展与文化繁荣相结合，大力发掘石榴文化、匡衡文化、金瓶梅文化、宗教文化、民俗文化、名人文化等资源，通过将文化资源开发成特色的旅游产品增强峰城旅游的核心吸引力，发展文化旅游提升峰城城市品位，建立具有显著地域文化特色的旅游产品体系，塑造城市新形象，打造城市新名片。

## 优化旅游发展环境 让峰城旅游再提升

旅游业的发展有力带动了峰城旅游向深度开发和广度延伸，“石榴人家”、“农家乐”等餐饮业日趋火爆，全区有近20家星级酒店通过了省市旅游局的评定，带动了周边40余个村

庄、3000多户农民致富，王府山村被评为“全省旅游特色村”，仙云山庄被评为省级农业旅游示范点。以北钦河陶瓷厂为代表的旅游创意企业得到了快速发展，北钦河陶瓷多次在全国旅游商品创新设计大赛获奖，并被委托生产2008奥运旅游商品。以珀默珀尼卡、豪利果汁为领军的石榴饮品、养生保健品企业在国内外市场上开始显露头角，石榴养生已逐步成为绿色健康选择。

为更好地发挥旅游业对国民经济的拉动作用，峰城市委、市政府继续在优化旅游环境上下功夫。强化政府的主导职能。坚持全区一盘棋，上下联动，齐抓共管，提高政府服务效率和服务水平，为旅游业发展营造良好的环境。在抓好政策引导、环境建设的同时，进一步加强旅游业规划与城市规划和区域规划协调，以各类规划为动力，突破镇、街道的行政界线束缚，实现全区旅游统一规划、统一开发、统一宣传、统一服务标准。共同设计旅游精品线路，联手对外推广。

强化旅游行业管理职能。适时成立旅游业协会，加强行业的自我协调和自我监督，强化协调合作与自律，消除无序竞争。全面推行旅游标准化，建立导游员准入制度，完善星级饭店质量评价体系和准入退出机制，实施社会旅馆全员达标工程。全面实施旅游企业的诚信评价、信誉监督、失信惩戒和违规退出机制，完善旅游从业人员的评价考核体系和信誉公示系统。

进一步鼓励各类资本投身旅游业发展。对现有旅游企业鼓励建立现代企业制度。通过控股、参股、购买股权、兼并等方式，组建多种形式的旅游企业公司(集团)，加快旅游企业集团化进程。同时，积极引进有实力的外来企业参与旅游资源开发，通过合理的市场竞争，不断提升本地旅游企业竞争意识、经营水平和服务质量。

(本记)

编者按：县域旅游是目前山东乃至全国旅游经济中最有活力、最有发展潜力的部分，峰城区委、区政府通过优化旅游发展环境、出台激励措施鼓励社会资金科学有序地开发旅游、经营旅游，发挥旅游业对国民经济的强力带动作用，全力塑造“冠世榴园·匡衡故里”城市旅游品牌，走出了一条县域旅游又快又好发展的道路，对其他地方发展旅游有很好的借鉴意义。

