

暑期“亲子游”推荐景区

想来  
就行

# 一场跨省的高效推介

## 八天跨越六城市,我省掀高铁旅游旋风

□李芳芳

6月12日至19日,山东旅游进入了对外密集营销期,一场题为“好客山东·想来就行”的系列大型推介会,掀起了高铁旅游旋风,且用一系列数据说明一下活动的力度及影响力。

17地市旅游管理部门和企业,近300人的超大规模推介团,8天时间由北向南沿京沪高铁走过6个全国重点城市,所辐射客源市场游客几千万,大小推介及会议数十场。

行程中,在浙江杭州举办大型特卖地面活动,2个小时之内吸引近万名当地市民参与互动,由杭州市5家组团旅行社推出的山东旅游特卖线路产品,不到一上午时间,现场销售额超过200万元。

推介会期间,从参会各地旅游局了解到,各市累计联络高铁沿线六省市旅行社3343家,与各旅行社达成组团意向共8455个。

对于如此大手笔的推介活动,所到城市无不惊叹。浙江省旅游局局长赵金勇在与我省推介团交流时连用几个感叹句:“没有想到山东此次推介能形成如此大的规模,在我印象当中,至少有十年没有见过这种推介场面,可见山东老大哥的诚意和魄力。”

而对于此次推介所取得的成果,山东省旅游局局长于冲更是表示出了惊讶:“这样的场面在过去是很少见的,同时,这样的成果更是我没有预料到的,没想到反响这么好!”

取得如此好的成绩并不是偶然,基本都要归功于我省对于自身资源的全面掌握、前期策划、精准定位以及对市场行情的准确预测和把握,更重要的是“好客山东”旅游品牌塑造和产品的稀缺性及独特性。

在推介会过程中,省旅游局局长于冲多次展示“好客山东”统领品牌,同时还一并展示了“东方圣地”、“仙境

海岸”、“平安泰山”、“齐国故都”、“天下泉城”、“儒风运河”、“水浒故里”、“黄河入海”、“亲情沂蒙”、“华夏龙城”等十大旅游目的地子品牌。当主品牌与十大子品牌的彩色LOGO铺满大屏幕时,无不引起强烈反响。

在这十大文化旅游目的地品牌产品的基础上,我省针对暑期市场,新近打造了“仙境海岸之旅”、“山水圣人之旅”、“水浒故里之旅”、“亲情沂蒙—儒风运河之旅”、“黄河入海之旅”五条特色休闲旅游线路,乘坐高铁北上南下,进行了精彩的演说推介。

五条特色旅游休闲线路几乎囊括了我省全部的优质资源,将各具特色的旅游点经过主题提炼,串联成了有着鲜明特征和生命力的产品,鲜活的画面感给了所见者一种很强的视觉冲击力,看了之后就有前来游览的冲动。所到的高铁沿线六个城市旅游业界,对我省力推的五条特色线路产品

给予了一致认可,杭州市旅游委员会主任李虹认为,这得益于山东成功的品牌创建和产品打造。“山东构建了‘好客山东’产品及品牌体系,每一个地方都有它的非常之处。”李虹说,很多旅游品牌和旅游线路,如果没有天然有机的点、面结合而去强行整合,很容易成为一张没有可操作性的“清单”,而山东在“好客山东”大品牌统领下,在地理优先、交通可达的基础上,挖掘特色,在市场上形成游客可达的一条线。

在返程后的总结中,省旅游局相关处室给出了“推介会掀起高铁旅游旋风”的评价,恰当精准地表述了“想来就行”推介会的影响力,山东凭借丰富的旅游资源、影响深刻的品牌、经典的主题产品和便捷的交通,将逐渐加深省际旅游之间的沟通交流,让“好客山东”再次在全国刮起产品营销的潮流。