

# 乡村游驶上发展快车道

# 再造一批旅游强镇特色村

**点赞**  
2014德州行业总评榜特刊·  
**旅游**

本报12月28日讯(记者 刘振) 28日,记者从德州市旅游局获悉,今年以来,德州乡村旅游起步上路,目前全市在建提升的乡村旅游项目超过20个,一大批亮点项目加速建设。明年将实施乡村示范带动工程,培育一批旅游强镇、旅游特色村、农业旅游示范点等,乡村旅游产品步入发展快车道。

今年以来,德州乡村旅游发展写出了大文章,目前全市在建提升的乡村旅游项目超过20个,武城金水湾生态园对外开放,禹城市鳌龙生态园、齐河县和乐果蔬菜采摘园、锦绣千村采摘园、庆云鼎力红枣生态园、沃森农业科技园等一大批乡村旅游项目正在加速建设之中。齐河县被评为全省乡村与生态旅游示范县,昌润致中和有机农场被评为省级休闲农业与乡村旅游示范点;完成5个旅游强乡镇、3个旅游特色村、12个农业旅游示范点、11个精品采摘园、11个好客人家农家乐的初审。

“针对德州农家乐数量少,基础设施薄弱等问题,积极推动改厕改厨工作。”德州市旅游局工作人员介绍,今年共有11县18村110户农家乐通过“双改”验收,争取到省级扶持资金88万元。全市10家单位成功创建为省级乡村旅游培训基地,开展乡村旅游业务培训5期,培训乡村旅游从业人员500多人次;分批组织500多人次赴台湾和



禹城徒骇河湿地公园成功获批国家级湿地公园。  
本报记者 刘振 摄

省内外旅游发达地区考察,学习外地先进经验。

“明年将实施乡村示范带动工程,加快培育一批旅游强镇、旅游特色村、农业旅游示范点、星级农家乐、精品采摘园,使乡村旅游产品的质量和数量均有大幅度增加。”德州市旅游局工作人员称,壮大乡村旅游规模,重点抓好齐河昌润致中和有机农场、乐陵市龙悦生态园、运河开发区九龙湾生态园、禹城市鳌龙生态园、武城金水湾生态

园等乡村旅游园区建设,完善旅游配套设施。

明年还将推进乡村旅游条件成熟乡镇(村)创建A级景区,争取新增旅游强乡镇、旅游特色村1-2个,新增农业旅游示范点、精品采摘园3个以上。继续做好乡村旅游经营业户“改厕改厨”工作,争取发动更多的农家乐经营业户参与“双改”工作,继续开展乡村旅游培训,对乡村旅游从业人员培训覆盖面不少于30%。

## 建四大工程 推进大项目

本报12月28日讯(记者 刘振) 26日,记者从德州市旅游局获悉,今年以来旅游大项目建设成果显著,明年将实施四大工程,加快推进旅游大项目建设,力争明年全年接待国内外游客2300万人次。

明年将围绕建设区域性休闲旅游度假目的地和国内著名旅游城市的两大目标,实施“项目建设提速、乡村旅游增量、管理服务提升、宣传促销增效”四大工程,努力实现旅游经济持续快速发展。

德州市旅游局工作人员称,重点抓好齐河黄河生态旅游文化大观园、庆云渤海金山文化城、武城四女寺景区、陵城区马颊河生态岛等项目的开发建设,搞好夏津黄河故道森林公园、乐陵五十万亩枣园等老景区的升级改造,加快旅游项目向旅游产品转变。争取1-2个旅游项目具备开业条件,加快A级景区创建步伐,新增A级景区1-2家,指导齐河欧乐堡梦幻世界、夏津德百温泉度假村等完善配套设施建设,尽早申报国家4A级旅游景区。



## 传统支付遇到O2O

# “银联商务营销联盟”重构行业新视角

互联网巨头的O2O“登陆战”俨然已从摇旗呐喊升级为贴身肉搏:快的和滴滴打车疯狂烧钱抢用户,百度吞下糯米大力拓展线下商户,大众点评在全国组建地推团队挨家挨户敲响商家大门,顺丰放狠话要把包揽快递自提的线下便利店开到家门口……这符合O2O的核心理念,即把线上的消费者带到现实的商家中享受服务,毕竟线下服务不是都能装箱托运,快递本身也无法传递WINDOW SHOPPING所带来的快乐。转眼间,互联网流量的入口之争似乎转向了与线下实体店对接的出口鏖战。

盘踞线下实体店商家多年,握有线下最主要支付通道的传统支付行业,自然是这场O2O登陆战中绕不开的“护城河”。当传统支付企业遇到O2O,会擦出什么样的火花?

### 当传统支付巨头遇到O2O

线下收单市场耕耘十余年,实体服务网络遍布全国,手握400多万线下商户和POS终端,银联商务强悍的线下商户资源和成熟的渠道能力成为海纳线上交易落地的天然依托,也是业界公认的搭建O2O平台的最佳选手。

对于代表了传统支付行业的银联商务而言,延伸服务渠道,为商户提供线上线下一体化的服务是其探索O2O业务的源动力;另一方面,在拥有了一支贴身服务商户的庞大团队、掌握线下最主要的支付通道、拥有超规模的商户资源及身处商业链条的中立环节等优势后,银联商务在O2O战火浸淫下,实现线下商户与线上用户对接,自主构建“O2O”生态圈已是水到渠成之

事,当传统支付巨头遇到O2O,“银联商务营销联盟”应运而生。

### “银联商务营销联盟”重构行业新视角

相对互联网巨头们的高调鏖战,“银联商务营销联盟”O2O的布局显得十分低调而务实。它以开放式的O2O大平台,接入了市场主要玩家:各类电子商务营销平台,线下实体商户和消费者。目标直指消费者对O2O的最大诉求:线上检索和获取信息,线下享受实体商家服务。终其本质,做好本地生活服务,回归传统商业价值。

“银联商务营销联盟”平台上接入的各类电子商务营销平台类似SP,集中提供各类生活服务信息及优惠;线下实体商户是兑现这些生活服务内容的落脚点;而对于

消费者来说,直管简便地获取所需要的信息和实现消费。三方的接入,使O2O环路得以在“银联商务营销联盟”平台上闭合。

### 传统POS为O2O铺路

在这里,传统POS被赋予了互联网思维,集验证、优惠兑现、支付等功能于一身,是线上和线下交汇的“触点”。一方面,“银联商务营销联盟”平台接入各类电子商务营销平台,为其提供基于POS终端的服务撮合、交易和验证通路等落地服务;另一方面,平台接入了海量线下实体商户,为其提供触屏解决方案,包括多元化的信息展现渠道,引导客户流量,按需定制新型的支付结算闭环方案;在消费者端,则是以目前最新潮的移动客户端引爆。笔者亲自做了试验,在手机上的

“全民付”APP首页点击“全民惠”,搜索附近自己平时喜欢的那家冰淇淋店,发现刷指定银行卡有满38立减18元的超级优惠。笔者到店消费时,向收银员出示了所需的银行卡,收银员在一台标有“银联商务营销联盟”的POS机上刷卡后,账单当场自动减扣,整个过程极为流畅。

笔者按:随着互联网和移动互联网持续发展,下一个十年将是全产业电子商务化的黄金时期。O2O线上线下融合每进一步都将可能是颠覆式的革命,其背后是对未来商业控制权的激烈争夺。所谓顺势者昌,面对O2O的巨量市场和所有玩家都从零开始的平等机会,应该庆幸,大家都站在了同一起跑线上。对于银联商务而言,平台构建、商户体量、地推团队、支付中枢、内容接入等方面已就,剩下的就是耐心和决心了。

鑫如意 白金版

不是所有的保险产品都称“鑫”如意

## 财富管理 称“鑫”如意

在宏观经济下行和降息预期增大的背景下,作为普通居民,如何实现财富的保值增值?国寿鑫如意(白金版)组合计划采用即交即领年金保险捆绑万能保险,生存保险金、年金、满期保险金免费转入万能账户,强强联合,实现财富稳步增长,让您畅享高品质的金色人生!

95519 www.e-chinalife.com

八十周岁返保费 安全如意  
即交即领享年金 收益如意  
组合金账更灵活 支配如意

·本组合计划由国寿鑫如意年金保险(白金版)、国寿鑫账户两全保险(万能型)组合而成。  
国寿鑫账户两全保险(万能型)为万能保险,结算利率超过最低保证利率的部分是不确定的。

中国人寿保险股份有限公司德州分公司  
China Life Insurance Company Limited Dezhou Branch  
德州市德州城区湖滨中大道1451号

## “鑫”动一次 如意一生

中国人寿  
CHINA LIFE  
相知多年 值得托付