



齐鲁晚报
周刊
 星期四
 2015.5.14
 B01-B04

“山东旅游O2O泰山会盟”的成功举办，搭建起了全国最大的O2O对接平台，成效显著，极大地促进了我省“互联网+旅游”的融合发展的步伐。为更好地落实“泰山会盟”成果，发挥会盟网、会盟30人的长效机制，激发全员参与、全员创新、全员利用互联网的工作热情 and 创新能力，山东省旅游局组织举办了以“我为落实泰山会盟成果献计出力”为主题的演讲会。省旅游局局长于冲在演讲会后表示，山东旅游互联网品牌的打造现在刚刚开始，泰山会盟就是把山东的这几千家企业的资源，通过泰山会盟这个平台，同国内最顶尖的OTA，知名旅游社联系起来。



泰山会盟 打造山东旅游互联网品牌

山东旅游互联网品牌打造刚刚开始

“从去年下半年以来，我们一直在学习、讨论、研究互联网。总体看，通过泰山会盟，我省旅游局利用互联网或者互联网+，已经起步。”于冲表示，如果说“好客山东”品牌打造，从2007年开始到现在是八年的时间，那么互联网品牌的打造现在则是刚刚开始。

“好客山东”解决了用一个品牌把全省的资源和产品整合起来这样一个大问题。据介绍，原来我省的旅游产品挂在北京、上海线上，也就是泰山、曲阜、青岛这么几个点，自己本身不是旅游目的地。后来通过“好客山东”品牌的打造，山东有了自己的五日游、七日游。在这个基础上，山东又打造了区域目的地品牌，像枣庄三日游、二日游；像泰安从泰山半日游到了泰安三日游，现在成了目的地旅游。在此基础上，山东省旅游局又策划打造了“十大文化旅游目的地品牌”。

泰山会盟把山东旅游资源与国内外对接

品牌的打造总是伴随着争议，据了解，在“好客山东”品牌要纳入《山东旅游条例》的时候，也曾有一些不同意见。这一次仅仅搞了不到一年，大家对泰山会盟就这么认可，吃得这么透，让于冲局长直呼“没想到”：“没想到大家这么短的时间对互联网的认识，对泰山会盟的认识就这么到位，这是学习的结果。”

于冲进一步对泰山会盟作了阐释：如果说品牌是用来整合资源的话，那么泰山会盟则是用新的手段来整合山东旅游资源的平台。这个整合更多的是外向的，就是把山东的旅游资源整合起来，先和国内顶尖的OTA、大旅行社对接，下一步要面向国外，要办国际化的对接平台。

山东旅游要拿出好产品和好服务

互联网时代有三句话非常重要，第一个叫平台为

基，第二句叫产品为王，第三句话叫服务为本。于冲认为，泰山会盟就是平台，就是基础。好产品应该是互联网的宠儿，是互联网的佼佼者。今后不管这个网那个网，最核心的就是雷军讲的“我谁都不理，最牛的是我有好产品”，考验山东旅游互联网玩得好不好，就看能否拿出好的产品。“所以下一步要研究山东有多少产品，能够上OTA的产品库，希望大家重点研究产品打造，特别是十大文化旅游目的地产品品牌的打造。”

对旅游来说服务是根本。最近凯撒旅游提了一个叫“凯撒到家”的概念，打开它的网页，按一下预约，马上就有人可以登门跟你谈你要去哪儿，有什么要求，花多少钱？这就是在卖服务。因为旅游最重要、最核心的是参与和体验，参与和体验里边的软件就是服务，所以实体旅行社也好，饭店也好，餐馆也好，要适应这个变化，在服务上下工夫。

“平台为基，产品为王，服务为本”，于冲希望山东旅游人牢牢把握这三句话，把网络完善好，核心是拿出好产品，拿出好服务，最后还是“好客山东，为你服务”，“这个牌子会随着网络发展越来越值钱”。（蒋波）

世界地质公园 国家级风景名胜区 国家5A级旅游景区 国家森林公园

享受蓝天
 避暑休闲

野三坡



关注野三坡旅游网及官方微信享更多优惠！

企业电话：400-816-0505
 企业QQ：4008160505



自驾线路：济南—京台高速—德衡高速—大广高速—廊涿高速—张涿高速—野三坡

济南咨询电话：0531-82815566 淄博咨询电话：0533-2772123 聊城咨询电话：0635-8769505 济宁咨询电话：0537-2361888