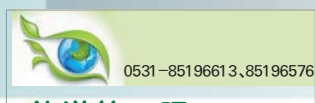




不再满眼小挂件 房车游艇走起

山东旅游商品将实现一城一品、一景区一系列



0531-85196613、85196576

旅游第一眼

请关注微信公众号:老乔游记

话题参与通过微信公众号和电话

一提到山东的旅游商品,不少人都会自然而然地想到“好客山东有三珍,阿胶海带胶东参”这句话。山东不但是旅游大省,旅游商品的品种数量也是丰富多样,在全国也是数一数二。旅游购物作为旅游消费占比最大的要素,如何进一步增加旅游购物收入,增加旅游消费中购物的比重,将对促进旅游转型升级、拉长产业链有重要作用。

文/片 本报记者 宋磊

木疙瘩变身精美工

艺术品

德州扒鸡可以算得上是山东最为悠久的历史老字号旅游商品之一了,历史已有300多年。“每次回山东老家,我回去的时候总会带点德州扒鸡,非常受身边朋友的喜欢。”在鄂尔多斯生活、老家德州的姜鹏飞告诉记者。

德州扒鸡集团董事长崔贵海说:“多年来,德州扒鸡始终以‘坚守质量基础、弘扬民族品牌’为目标,以‘做诚信企业、造健康食品’为宗旨,在传承与创新中求发展,致力于‘德州扒鸡’品牌的不断打造,逐步建立了以弘扬扒鸡文化为核心竞争力的产业链条,把一个传统东方美食打造成为食安山东的一张名片,走出了一条中华老字号企业创新发展的新路子。”德州扒鸡还把扒鸡工业园打造成了集“生产加工+产品研发+文化展览+观光旅游”为一体的质量教育示范基地。在加强山东旅游商品品牌建设方面,走在了前列。

山东的旅游商品不单有德州扒鸡这样的老字号,近年来,通过举办了连续十四届的山东省旅游商品设计大赛,山东旅游商品的种类和数量又有了大幅度的增长。田忠民介绍:“十四届大赛中征集作品共计1万多件,单获奖作品就达到1500多种。其中80%的作品都已成功推向市场。”大赛的各类参赛作品引领我省乃至全国旅游商品开发设计的潮流,对山东省旅游商品事业发展产生了深远的影响。

对此,肥城市旅游局局长刘任力深有体会,他告诉记者,2001年前,肥城的桃木只是农民烧火做饭的木疙瘩,而今却变成了精美工艺品,成了当地人的金饭碗。“我们通过连续9届全国桃木旅游商品设计大赛,提升了桃木商品产业形象,形成了整体的旅游商品品牌。”

在首届山东省新品牌旅游商品评选暨第十四届山东省旅游商品创新设计大赛上,26个作品被评为“山东省旅游商品新品牌”。新品牌区别于游客耳熟能详的老字号和著名品牌,与“山东100”、“山东三珍”等品牌活动



2015 中国国际旅游交易会,山东房车亮相。

优势互补,代表了新生代和具有创新性的山东特色旅游商品,凸显山东人民的好客之道。

推出“山东好礼”, 设购物旅游示范区

近年来,山东省旅游业发展迅速,2016年全省全年旅游消费总额突破8000亿元,旅游对GDP的综合贡献超过11%,创历史新高。不过,旅游商品购物消费在旅游总收入的比重相比发达国家旅游购物占60%-70%比例有较大差距。

省旅游商品开发服务中心主任田忠民介绍,在国内,我省旅游购物消费占旅游消费总额的百分比,与广东等发达地区相比仍有一定差距。田忠民说,目前山东的旅游购物比重占旅游六要素之首,但还有更大的增长空间。“土特产只是旅游商品中的一小部分,更大的市场还在旅游装备方面。”

省旅发委副主任张明池分析,旅游购物占比不理想的原因很重要的一点是游客“没的买、不敢买、无处买”。而要化解这一问题,业内专家分析指出,首先得针对旅游商品生产小作坊、分散式和品牌弱、档次低的问题,积极引导品牌企业进入旅游商品研发和生产领域,其次是积极探索旅游商品营销模式创新。

近年来,省旅发委组织了两

届“到山东最想买的100种特色旅游商品”(简称“山东100”),突破游客到山东买什么、到哪儿买、放心买的旅游商品营销难题。“以政府的名义引导游客购买旅游商品,让他们买得值、买得放心。”田忠民说,在好客山东品牌和十大文化旅游目的地品牌之下,山东还将继续推出“一城一品”“一景区一系列”。田忠民说:“比如招远的旅游商品代表就是黄金饰品,到肥城要买商品就买桃木工艺品……”以5A景区为突破口,研发商品系列。

“购”是旅游产业链中的重要一环。近年来,山东三珍之一的胶东参受到了南方一些地区养殖海参的冲击,作为胶东参的代表,威海双举海参近年来一直自觉维护胶东参的质量和声誉,威海双举海参经理杜建红告诉记者,他们针对外地游客携带不方便的问题,推出免费代发泡、代包装、代邮寄的服务,销售业绩稳中有升。

2017年全省旅游工作会议上,省旅发委主任于凤贵对2017年山东省旅游商品工作提出了具体要求。加强旅游商品品牌建设,做好“一城一品”、“一景区一系列”旅游商品提升工程,设计“好客山东、山东好礼”系列旅游商品。大力支持旅游商品研发销售,建设一批旅游商品研发基地、旅游购物商店、旅游休闲购物街区、购物旅游示范区。继续扩大离境退税



▲肥城桃木工艺品参加旅游商品展。肥城旅游局供图



◀有300年历史的德州扒鸡。

专门机构研发推广 旅游商品

2017年山东省政府工作报告中提到,要把青岛啤酒、东阿阿胶、宏济堂、德州扒鸡、周村烧饼等老字号的牌匾擦得锃亮……让烟台苹果、日照绿茶、金乡大蒜、滕州马铃薯、莱芜生姜、菏泽牡丹、沾化冬枣、肥城桃、黄河口大闸蟹等地理标志农产品卖得更好……

这些响当当的名号,不少是山东旅游商品中著名的老字号代表。在去年举办的首届山东省新品牌旅游商品评选暨第十四届山东省旅游商品创新设计大赛新闻发布会上,山东省旅游发展委员会副主任孙树娥介绍说,2015年,游客在我省旅游购物消费达到1631.32亿元,占全年旅游消费总额的23.1%,是2006年的7倍还多,位居旅游六要素首位。

有人把旅游商品细分为20类,分别是特色食品类、茶品类、饮品类、酒类、纺织品类、电子类、电器类、陶瓷类、玻璃品类、金属品类、合成品类、竹木品类、皮毛品类、化妆品类、个人装备品类、鞋帽类、首饰类、玩具类、工艺品类和纪念品类。但总结来说,旅游商品涉及旅游装备、旅游用品、旅游纪念品三大品类,是承载文化,推动创新,带动多产业融合发展的载体。

据山东省旅游商品开发服务中心主任田忠民介绍,2016年山东旅游消费总额突破8000亿元,其中旅游购物消费就占旅游消费总额的30%,在旅游六要素中处于明显领先地位。田忠民说,这还是在旅游装备等诸多品类尚未被统计在内的情况下的数据。田忠民说,我省是全国最早也是唯一一个设立了旅游商品研发推广独立机构的地区,十余年来通过连续举办旅游商品大赛积累了不少经验。田忠民提到,其中一个收获就是带动了旅游商品概念乃至研发方向的变化。

“2003年山东省首届旅游商品大赛时亮相的都是些小挂件、小工艺品。”田忠民回忆说,如今的旅游商品展会上,连房车、游艇的身影都有了。“现在根据相关数据来看,小商品、小工艺品等在旅游购物收入中的占比仅剩不足5%,更多与生活息息相关,买回来能用得着的产品成为游客追逐的热点。”

- 出品:旅游工作室
- 设计:壹珩工作室
- 本版编辑:穆静
- 美编:郭传清