

# 房车、滑翔机亮相山东旅交会

## 520家旅游机构参展,家门口体验旅游新玩法

本报记者 许亚薇 宋磊

### 十大文化旅游目的地品牌集体亮相

自“好客山东”品牌打响之后,十大文化旅游目的地品牌成为山东旅游的新名片,十大品牌串联起17市,带来“最山东”的旅游形象。

“本届旅交会首次设立山东十大文化旅游目的地品牌展区,山东十七城市集中亮相,通过展台促销、专业洽谈、产品特卖、文化展演等形式集中推介十大文化旅游目的地品牌。”山东省旅游发展委员会副主任张明池说。

为进一步打造山东十大文化旅游目的地品牌,旅交会首次设立了山东十大文化旅游目的地展区,山东省旅游发展委员会搭建了“山东十大文化旅游目的地品牌”形象展台,省内十七市旅游部门集体亮相,并联合旅游企业围绕十大文化旅游目的地品牌开展一系列宣传展示、专业洽谈、产品特卖、文化演出、传统手工艺表演等活动,全面展示十大文化旅游目的地品牌形象。

以济南为例,济南市组织70余家旅游企业参展,济南市主展台设立景区景点特卖区、酒店餐饮特卖区和旅游商品特卖区三个主题展区,近30家旅游企业现场展销具有济南特色的文化旅游商品、泉水宴美食以及特价景区门票和酒店优惠客房。历下区、槐荫区、商河县等旅游部门以及西城集团、千佛山风景名胜区、山东森林滑雪设备有限公司、初心文创等40多家机构和企业踊跃参展。

除此之外,济南的皮影戏、形意拳、口技以及鲁绣、福牌阿胶、兔子王、木鱼石、面塑、泥塑等国家级、省级非物质文化遗产项目到会亮相。

### 5家组团社和旅游电商共销售2700余万元

本次旅交会,来自30余个国家和地区的520家旅游机构

5月21日,一年一度的山东(济南)国际旅游交易会落下帷幕,这已经是自2001年举办旅交会以来举办的第十四届。为期三天的旅交会,让好客山东和泉城济南旅游形象得到进一步提升,共吸引了4万余人次观众入馆参观。与此同时,来自30余个国家和地区的520家旅游机构(企业)、2000余名参展代表和专业买家团前来参展,让济南市民可以在家门口就可以“游览”到全世界的美景。2017年旅交会有哪些新鲜内容?旅交会上最受关注的是什么?本期周刊,记者为您揭秘2017山东(济南)旅交会。



山东旅交会现场。记者 宋磊 摄



旅交会上展出的房车产品。记者 许亚薇 摄

(企业)、2000余名参展代表和专业买家团前来参展。这些参展商中,既包括旅游机构以及传统旅游行业单位,也包括众多网络科技、房车露营、游乐设备制造、旅游新媒体、航空俱乐部等关联企业,实现了旅游全产业链展销一体化。

随着互联网技术进步,营

销策略多元多样化,各参展单位使出浑身解数增加宣传筹码。在旅交会现场,嘉华、银座、交运、途牛、56人旅游网等企业的优惠送礼、限时抢购、现场认筹、秒杀、免费领取奖品等活动赢得了超强的关注度。此外,旅行社、电子旅游网站积极与景区、旅游商品等相关旅游企业

开展形式多样的联合促销,极大凝聚了展位人气。

“为扩大展会交易规模,本次旅交会还采取了线上线下相结合的形式,在展馆交易的同时,打造了在线实时交易的‘网上旅交会’。”张明池说。

根据济南市旅发委提供的数据,嘉华、银座、交运以及途牛网、56人旅游网等多家旅行社和旅游电商企业集中发布上千条旅游线路产品,现场销售非常火爆。据统计,开展现场售卖的济南市5家组团旅行社和旅游电商收单约1.2万人次,共销售旅游产品2710.5万元,同比增长35.5%。

组委会特别邀请了近200名不同行业的企业负责人,组成旅游专业买家团,与参展商开展一对一对接洽谈。据了解,山东森林滑雪设备有限公司分别与烟台、潍坊的旅游景区签订了4400万的水上旅游项目意向合作协议。

### “一带一路”沿线国家旅游成热点

展会期间,来自全国各地的旅游机构前来推荐当地旅游产品,在济南家门口“游览”世界各地美景。

国内海南、四川、福建、南京、湘西等省市旅游机构携当地旅游企业前来参展,其中,海南省首次参展,海南省旅游发展委组织了60多人的大型参展团开展了海岛度假旅游、会展奖励旅游、婚庆旅游、邮轮旅游、购物旅游等专项旅游产品推介活动;湘西自治州携当地八个县(市)区政府及旅游投资公司、旅行社、旅游商品企业共40多家单位前来参展。

从国际范围来看,美国旅游推广局、菲律宾旅游局、新加坡旅游局、澳大利亚旅游局等外国团队参加旅交会,为旅交会注入国际元素。

“今年的旅交会紧紧围绕全域旅游发展理念,突出产业融合特点,强化‘国际’氛围、‘交易’功能,展会规模创历届旅交会之最。”济南市副市长王宏志在致辞中说。

此外,国际旅游交流平台作用凸显,“一带一路”沿线国家旅游成为热点。本届旅交会更加注重国际化交流合作平台建设,积极推动中外旅游业界特别是“一带一路”沿线国家的深度合作。

旅交会现场,来自30余个国家的旅游机构和旅游企业前来参展,新加坡旅游局、南澳大利亚旅游局、欧洲旅行社联盟等参展单位设立了特装展台,来自北美洲、南美洲、大洋洲、亚洲、非洲的20多家旅行社踊跃参展,积极推销本地旅游资源,寻求与境内旅游机构及企业的旅游合作。

欧洲旅行社联盟组织了希腊、奥地利、德国、英国等6个欧洲国家的旅行社前来参展,蒙古国乌布苏省省长带领20余人的高端代表团参加旅交会,蒙古国乌布苏省音乐戏剧院演出团受到现场观众的热捧。

头条链接

## 三场论坛把脉旅游业前沿

本报济南5月24日讯(记者 许亚薇) 在5月19日至21日展会期间,“第二届山东(济南)智慧旅游创新发展高峰论坛”、“2017景区营销管理创新论坛”、“2017中国旅游城市新媒体营销联盟峰会”、“2017中国(山东)景观规划创新发展论坛”等多场论坛活动及十多场旅游线路推介会同时召开。

展会期间,与会专家围绕景区规划、景区营销以及智慧旅游主题做了精彩的报告,分享了先进经验,并对旅游业的发展趋势和发展方向进行了交流探讨,促进了国内外旅游业界广泛深入的交流。

“大众旅游时代,旅游不再是一种简单的消费方式,旅游已经成为品质消费时代的一种高品质的生活方式,游客追求的是内心的满足感。”在景区营

销管理论坛上,巅峰旅投老总李锋华说,传统旅游产业结构性供给不足倒逼供给侧改革,高品质旅游呈现出供不应求的态势。

正是在这样的趋势之下,李锋华提出了旅游跨界融合将成为主流趋势,例如“旅游+地产”,催生产权酒店、分时度假酒店、旅游综合体,“旅游+养老”直接造就旅居养老模式;“旅游+农业”则带动休闲农业、乡村旅游的发展;“旅游+影视”促进了影视小镇的出现;“旅游+体育”火了山地运动、户外徒步以及露营;“旅游+互联网”通过技术带动智慧旅游发展……

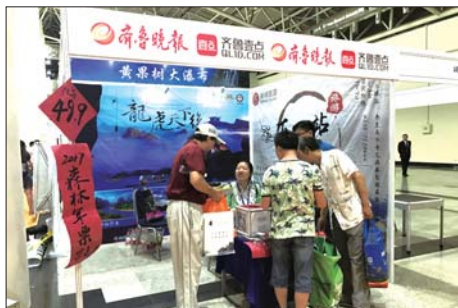
对于绝大多数景区来说,传统的营销推广模式已经成为过去式,成为落后于时代的产物。现在,景区卖的不再是旅游

资源,而是情怀和IP;景区运营者也由营销主体变为专家营销团队。

除了景区营销管理论坛,在主题为“大数据助力旅游转型升级”的第二届山东(济南)智慧旅游创新发展高峰论坛上,专家主要分享智慧旅游创新经验,探讨大数据时代旅游业的创新发展。

此外,2017中国(山东)景观规划创新发展论坛主题为自然·生态·人文·和谐,交流“拓展生态园旅发展新思路、探索生态园旅业务新模式”。论坛上,生态园旅、旅游景观规划设计将成为此次论坛的重点议题,并围绕“全域旅游背景下”的旅游规划建设方法、“旅游景区规划设计新思路”等专题进行权威讲解与现场交流。

## 齐鲁晚报·齐鲁壹点首次亮相旅交会



本报济南5月24日讯(记者 许亚薇) 作为媒体代表,在旅交会上,齐鲁晚报·齐鲁壹点首次应邀参加,齐鲁晚报旅游工作室“为自己代言”,向各地旅游机构、景区、旅行社以及广大读者做出推荐。

为了向旅交会现场各单位以及读者展现齐鲁晚报旅游工作室形象,除了印制工作室简介,工作室制作H5页面进行推广,展示齐鲁晚报从传统媒体向新媒体转型的决心。

齐鲁晚报旅游工作室现场销售山东省森林旅游年票,吸引不少读者注意。此外,作为2017年龙虎山景区深度合作媒体,齐鲁晚报旅游工作室在现场

发放龙虎山宣传网页,推荐江西龙虎山、婺源、景德镇四日游线路。

除了销售门票和推荐线路,旅游工作室还通过现场扫码关注工作室官方公众号“老乔游记”送出水杯、笔记本、自拍杆等奖品,旅交会三天,“老乔游记”共吸粉近千人。

齐鲁晚报旅游工作室长期征集景区、旅游机构及旅行社进行合作,详询热线:0531-85196613 85196829