



好客山东

休闲齐鲁

新业态助力，“会展+”玩出新感觉

济南旅交会获参展商、观众量“双丰收”

刚刚闭幕的2018山东(济南)国际旅游交易会是山东省内规模最大的综合旅游盛会。今年共有来自28个国家和地区的500余家旅游机构、旅游企业参会,展位数量创下历年之最。在“传统”旅游交易会作用受到质疑的今天,济南国际旅交会为何“逆势飞扬”?记者调查发现,新业态涌现、旅游产业链深化以及旅交会自身的提升,是其再现生机的原因。

本报记者 范佳 乔显佳
实习生 马卓仪

异国风情碰撞山东特色

5月25日一早,记者步入旅交会现场,扑面而来的是浓浓的异国风情和地道的山东特色。开幕式上,中法文化交流使者戴亮献唱一曲《我爱布列塔尼》,把观众的思绪带往神奇异域。首次参展的法国布列塔尼大区特装展位上,7位法国艺人呈现的浓郁法国风情音乐表演,成为了旅交会众多摄影迷“打卡点”。紧邻的韩国展台内,三位身穿韩服的年轻姑娘正演奏着传统民族音乐,吸引众多市民观众甚至参展商在此驻足围观。

“本届旅交会相较于往年,国际性更加突出,有来自美国、欧洲、澳洲以及亚洲等28个国家和地区的旅游机构和企业携优质旅游资源亮相。”展会相关负责人介绍。

除了异域风情,现场的山东特色也令人流连忘返。在泉城济南展位,有济南“旅游啄木鸟”提供的免费泉水大碗茶;有银座泉城大酒店、东方大厦、绿地美利亚、金都大酒店等带来的水煎拇指包、老济南酥锅猪蹄及酥锅系列菜品、盘丝饼等,现场都可试吃;还有来自传统手艺百工团的王子兔、吉祥兔等特色文创产品……这些使得历届旅交会已经拥有自己的粉丝,逢会必来参观、选购。

济南历下区、市中区、长清区、济阳县、商河县等,都推出了特色精品旅游线路。其端出的相声、魔术、口技等曲艺表演颇具地方特色。在济阳展区,黄皮西瓜、绿色西红柿引人注目。济阳县政府副县长白宝强笑着说,这次参展特地带来了济阳特色农产品,让市民免费敞开吃。

济南市旅游发展委员会市场开发处处长刘荣耀说,旅交会依然是一个对外展示济南、山东旅游美好形象的重要窗口,同时也是旅游产品展示展销、旅游产业交流合作以及融合发展的绝佳平台。为此本届旅交会山东十七市全部参展。

新业态登场增添新活力

在会场外,多台房车及其生活方式的展示颇为惹眼。记者采访中注意到,本次旅交会融入了更多新业态,在展厅外,像房车、露营装备、观景小屋、露营小木屋……开阔了济南市民的眼界,也为旅交会增加了活力。

“这样一个温馨的小房子,不到五万元。”淄博秘境空间工程设计有限公司首次参加旅交



法国歌曲表演引人驻足。 本报记者 范佳 摄



济阳带来特色水果招待宾朋。 本报记者 范佳 摄



市民对四川旅游线路进行咨询。 本报记者 范佳 摄

会,其工作人员介绍,集装箱移动房外观看起来小,但也分起居区域、卧室区域、卫生区域等,很适合户外使用。

相关负责人称,自驾游改变了传统跟团出游的局限性,近年来,随着一系列政策的出台,以及国人认知的提升,越来越多的人选择房车出游。2017年八部委联合出台政策后,各地加大了对

自驾营地、自驾线路配套建设,目前选择房车出游的人群越来越多。据相关数据显示,2017年我国自驾露营地建成800多个,房车营位数近3万个,2017年房车销量2.1万台,同比增长60%。这些均为

旅游“房车热”“营地热”增温不少,也大大扩展了旅交会的内涵和外延。

“我们还在展位上设置了很多智慧旅游的新品展示。比如,

景区门票销售系统,按照之后游客到景区游园可以闪付、刷脸支付。”刘荣耀说。这些,对于一般市民观众或许只是瞧新鲜,对于旅游同业而言,则要思考一个怎么干的问题。

貌似喧嚣的旅交会,也有

“很严肃”的一面。利用“展会+

,济南市旅发委等邀请各方面力量组织多场论坛活动。

展销结合促成产业深度对接

“本届旅交会的一大特色是展卖结合,积极推动旅游产品、装备的交易。”刘荣耀说。他介绍,今年许多大型旅行社一起上线质优价廉特惠的线路产品,总数超过上千条。在陕西渭南、宝鸡的旅游展商,还现场给出多项

组团的优惠政策;福建则带来了“懒人时光半自由行”、“遇见厦门”等特色旅游线路,向山东的旅游业界和市民游客叫卖。

“我们第一次到山东参加旅交会,以前在这边做的宣传相对较少,借助这次旅交会,可以让山东人更好地了解陕西,进而走进陕西。”展会现场,陕西省旅游发展委员会一位工作人员不无期待地说,山东是陕西潜在和现实重要的客源市场,他们特地给山东游客带来陕西手工艺品以及茶、瓜子等,率领陕籍旅游企业来山东深度挖掘客源市场。

除了国内的参展商,美国、韩国、法国旅游代表团也相继召开了专场推介会,发布了自己的新资源、新产品、新政策。

刘荣耀说,去年的济南国际旅交会主要是针对全省17市200家旅行社,今年山东省外旅行社也进入邀请之列,同时邀请了50家大型企业的集团客户,后者参会主要是针对员工奖励采购旅游线路产品。这些有针对性的措施,更有利于推动交易达成。另外,今年还专门设立了一对一的洽谈区,让旅游资源和买家团进行深入了解。明年,还计划推进预洽谈会,让卖家和买家之间提前进行洽谈,提早做好准备,如此更容易达成现场交易。

除了对买家团的邀请更有选择性,济南市旅发委将推进展卖产品的细分和多元化,会照顾到一些具有高端产品需求的消费者,加大度假定制类产品的展卖力度。

逆天,旅交会展位创历年之最

在中国旅游业发展起步阶段,市场信息不对称问题突出,旅交会的出现很好地架起了买方卖方沟通的桥梁,成为旅游业交流情感、沟通情况的盛会,甚至用“节日”来说也不为过。随着信息互通互联,传统旅交会也

受到来自互联网的冲击,甚至有一种声音认为这种地面展示交易方式已经“过时”。本届济南国际旅交会则用实际增加约100个展位回应,随着“旅游+”的旅游新业态层出不穷,诸如旅游装备、旅游商品、文创项目……成为旅交会主力军,使得旅交会重新展示魅力。

记者注意到,在展会二楼,一家叫“初心文创”的展位人气颇高,游客将相关信息发布到朋友圈即可拿到城市印记本。现场有1000枚代表山东17市各旅游景点、文化、饮食等元素的图章,吸引观众体验互动。另外,现场还有一面代表济南特色的“积木墙”,大家可参与积木拼接游戏。

本届除了展位较大量增加,参展人数也相当可观,据统计,三天共接待观众约5万人,另有约2500人的“参展商大军”。

刘荣耀分析,旅交会越来越注重呈现旅游产业链的完整性,未来,产业链上的每一个环节都需要旅交会的操办者去渗透、深化。

“近几年旅交会的展位、采购数量、参展观众每年都在增长。”山东新丞华展览有限公司董事长王爱民分析,虽然更多电商在做旅游产业,但依然离不开线下面对面的旅游采购体验。本届旅交会,旅行社和景区之间的现场交流、旅行社和国际国内旅游局之间的现场交流都很火爆。展会也充分利用新技术,通过大数据,对参展人的信息能够了如指掌。“我们想把特卖会的理念推广出去,带着旅行社,甚至酒店、餐厅、景区走向全省各地。”她说。

已经成功举办15届山东(济南)国际旅游交易会,今年依然由济南市人民政府、山东省旅游发展委员会主办,济南市旅游发展委员会承办。是山东省内规模最大、专业化程度最高、国际性最强的综合旅游品牌盛会。