

聚焦“仙境海岸”采购会

“仙境海岸”采购会在烟拉开帷幕

“八仙”笑迎中外旅行商

本报11月5日讯(记者 齐金钊 代曼) 5日上午,在烟台东方海天大酒店3楼会议室外,打扮成“八仙”造型的演员为每位来自国内外的旅行商送上极富仙道文化特色的宝葫芦,标志着山东省2013“仙境海岸”中外旅行商采购大会正式拉开帷幕。

青烟威日4座城市仙境文化浓郁、旅游资源丰富,具有得天独

独厚的合作基础。在此次采购大会上,4座城市共同“打包”组成“仙境海岸”旅游品牌,精选了蓬莱阁、昆嵛山、好运角、崂山、日照太阳城等几十处景点,供海内外的旅行商集中采购。

“青岛、烟台、日照、威海实际上已经连成了一个旅游综合体,交通相连、区域相连、旅游资源相近、人文相通,这个板块

中核心文化是仙道文化。”山东省旅游局局长于冲说,随着人们旅游方式的转变,休闲旅游已成为当下的时尚,而打造“仙境海岸”主要是为了弘扬仙道文化中的休闲文化。

于冲说,“仙境海岸”旅游概念的提出以及品牌的推广,是山东旅游转型升级的标志。打造“仙境海岸”不需要再建设

大项目,而是要把山东3000多米海岸线上的旅游资源盘活。

2013山东“仙境海岸”中外旅行商采购大会将持续4天。经过首日的集中推介、洽谈签约后,来自海内外的旅行商代表将在接下来的几天在烟威地区的代表性景点踩线考察,便于下一步制定合适的“仙境海岸”旅游线路。

采购会第一天吸金2.15亿元

烟台景区成洽谈会“香饽饽”



在洽谈会上,旅行社代表(左)正在和张裕酒文化博物馆洽谈。本报记者 李泊静 摄

借平台 唱好营销大戏

洽谈会还没正式开始,昆嵛山国家森林公园旅游管理处经理于维霞就主动向青岛、威海的旅行社递起景区的宣传资料来。于维霞说,这个机会太难得,每一分钟都要好好利用。参与本次洽谈会的不仅有像张裕博物馆、龙口南山在内的4A级以上的传统景区,还有包括蓬莱欧乐宝、37°梦幻海等新上的旅游项目。参会的烟台旅游企业无不认为,这次洽谈会一个最佳的营销平台。

“昆嵛山要文化有文化,要景色有景色,就是宣传得还不够。”于维霞说,“仙境海岸”的主题与昆嵛山文化极其契合,参与到“仙境海岸”主题的营销推广中,“昆嵛山沾了大光了。”于维霞说,现在昆嵛山的客群已经从本地向青岛、威海拓展,而且每年都有不少韩国自助游客来爬昆嵛山,但因基础设施受限,昆嵛山还处于“一日游”单打独斗的阶段,借助本次山东四市抱团营销,昆嵛山要加强和威海、青岛的合作,强化休闲游品牌。

而对老牌旅游城市蓬莱来说,这次洽谈会就是一味拔高的催化剂。蓬莱旅游度假区

管委副主任隋玉娜现场变身导游,向境外的旅游客商介绍起蓬莱的仙境文化来,“蓬莱是仙境文化的发源地和制高点,这次山东四个滨海城市一起打造仙境海岸的线路,我特别骄傲。”隋玉娜介绍,蓬莱一直有人间仙境的美誉,很多知名景点都和仙道文化有着重要渊源,未来随着“仙境海岸”形成一个大品牌,仙境文化必将产生更大的吸引力。

外地客商 争抛“橄榄枝”

“海阳的沙雕公园一般什么时候开放,能接待多少人?”5日下午2点,2013山东“仙境海岸”中外旅行商采购大会刚刚开始,烟台海阳旅游度假区的展位前就迎来不少“踩线”的旅行社。青岛和易国际旅行社经理隋娟当场签下合作协议。隋娟说:“海阳星级酒店现在建设得很好,值得向境外游客推介。”

青岛和易国际面向的主要是香港游客,隋娟说,原来提供给香港游客的线路只有济南、泰安、青岛3个城市,考虑到地缘因素,本应在线路中加入海阳,但之前海阳没有够规格的酒店,没办法满足游客需求。“前不久刚去海阳做了考察,海阳的五星级酒店不比青岛的差,所以我们这次一定要设计一条融合烟台旅游企业的线路出来。”

不仅青岛、北京、台湾、韩国等旅游客商也纷纷向海阳抛出了橄榄枝。廖丰盛是一家台湾旅行社的负责人,在他看来,以前推的行程虽然成熟但缺乏吸引力。他看好烟台,因为许多游客对烟台景区充满了好奇。

隋娟认为,之前受交通、基础设施限制,烟台很多具备优良自然条件的旅游资源都

还没有经过较好的开发和推广。但这两年,烟台各县市区都有了规格较高的星级酒店和主题鲜明的旅游产品,这对国内外游客来说,都是具有一定吸引力的。

旅游电商 青睐烟台市场

天气转冷,冬季旅游是眼下的热点,不少采购商趁此机会为设计冬季旅游产品做准备,而烟台的温泉、滑雪等景区以及部分经典室内景区也成了本次洽谈会的人气王。在现场,烟台磁山温泉、海昌鲸鲨馆、37°梦幻海等景区不仅是旅行社青睐的主角,还成了不少主要旅游电商的重点采购对象。

途牛网北京分公司在本次洽谈会上与烟台海昌渔人码头等旅游企业签订了合作协议。途牛网北京分公司总经理齐春光介绍,山东半岛滨海游线上销售量一直不错,尤其是到了暑期,一直是搜索热点,“滨海游上升势头很猛,在国内旅游市场上都是热点,烟台受交通限制,我们推的较多的是半自助游产品,但现在自助游客逐渐成为主流,烟台自助游产品市场前景会很好。”

去哪儿网销售规划高级经理赵韵仔细咨询了烟台磁山温泉的基础设施和接待量,“烟台游产品暑期卖得很好,我们也想把旺季一直延续下去,冬季温泉产品是热点。”赵韵说,去哪儿网之前一般和一线城市直接对接较多,但从游客目的地城市搜索量来看,烟台人气一直很高,所以计划考虑和一批烟台景区直接对接合作。

携程网项目经理刘朝辉认为,此次“仙境海岸”打包推广,会更好地满足不同客群的需求,而烟台旅游是整个“仙境海岸”中重要的一点。

现场花絮

“八仙”迎客 巧果送祝福

烟台的苹果、莱州的面塑,还有现场版的蓬莱“八仙过海”……2013山东“仙境海岸”中外旅行商采购大会现场,最引人注目的莫过于来自蓬莱的“八仙”了。“八仙”迎宾,巧果送祝福,不少宾客接到“八仙”送上的巧果后,还专门和“仙人”合影留念。

本次“仙境海岸”采购大会现场,融入了不少烟台旅游元素,像行程中的“夜游烟台”——乘坐游艇游览烟台滨海一线。会场内,各地旅游客商还能见到烟台新近评选出来的“2013旅游纪念品”,有的外地客商盯着北极星钟表推出的一款座钟说:“这个很漂亮,走的时候可以买一款带回去。”

作为本次“仙境海岸”中外旅行商采购大会的主办城市,烟台旅游部门和旅游企业充分利用每个机会来宣传烟台旅游,青岛一家旅行社负责人李文亭说:“这次来参会,一个重要体会就是,烟台旅游营销意识正在加强。”

本报记者 代曼 齐金钊

相关新闻

四市旅游局长共签 “仙境海岸”合作协议

本报11月5日讯(记者 代曼 齐金钊) 采购大会首日,来自青岛、烟台、威海、日照四地的旅游局局长共同签署了“仙境海岸”区域旅游合作协议,从产品营销、线路组合等多个方面深入合作。

协议中的亮点有如下方面:

设计推出“青-烟-威-日环线旅游线路”和“半岛-韩国连线旅游线路”,共同打造旅游连线产品。

策划“乘城际快车,游仙境海岸”旅游线路,打造仙境海岸旅游特色品牌。建立相对应的优惠奖励政策,对互送的旅游团队实行景区门票、星级饭店住宿和餐饮等优惠打折措施。

依托省市目的地数字旅游服务平台,建设“山东仙境海岸”旅游营销专区。运用物联网、云计算等新一代信息技术,以加强区域旅游管理、满足游客需求为目标,推动形成一批智慧景区、智慧酒店、智慧旅行社等旅游企业。

四市合力推进旅游公共服务体系建设,建立和完善区域旅游集散、信息、预订等公共服务体系,通过咨询中心、集散中心、12301旅游服务热线等渠道提供旅游咨询服务,实现四市12301旅游服务热线通畅,为游客提供一站式旅游咨询服务。

加强旅游协会间的交流合作,推动行业自律。四市旅游部门各明确一名联络员,负责承办合作中的具体工作,定期召开会议,抓好日常信息交流、事物磋商、计划和协议落实等事项。



5日,“仙境海岸”中外旅行商采购会现场,“八仙”一起迎客。本报记者 齐金钊 摄