城区旅游玩的是特色和精品

用文化打造特色产业，依托度假综合体做精品产品

“你为什么来这个城市旅游,为什么选择这个城区?”相信在出发前,很多人都会这样问自己,进而再梳理所选择的旅游城区有多少吸引自己的特色旅游资源,交通、文化、购物、服务等是否能让你感受到舒适与便捷。如今,城区旅游已经成为全省旅游的主要组成部分,怎样打造精品城区旅游,争取城市过夜游客成为我省各重点城区着重突破的环节。

▲如今，曲水亭街入驻了很多时尚小店，让人们感受到这座古城时代的脉动。牛国栋 摄

用文化引领 城区特色产业

“我选择去一个城市，往往是看中了某一个点，比如上海的武康路、四川的锦里和宽窄巷子、北京的798艺术区等，要体验的是特色和精品，相信这也是大部分喜欢行走城市的游客最在乎的地方。”还在读大学的嘉宇自诩为“城市行走者”，他在微信圈里关于游走城市的言论，经常迎来大批的“点赞党”。

“城区要吸引游客，就要有核心吸引物，或者特色产业。也就是说只要提起这个城区，大家马上就能联想到的标志性吸引物。”省旅游局局长于冲表示，一说长清区，大家马上想到灵岩寺；提到历下区，会想到趵突泉；一说市南区，想到五四广场，提崂山区想到崂山等等。所以每一个城区要认真研究，要么有著名的景区或购物区，或者是著名的休闲区、娱乐区、餐饮区。总而言之，发展城区旅游一定要通过对文化的挖掘，特别是对老街区、老街巷、品牌店、老字号的挖掘，来提炼出城区旅游的卖点和吸引物。

在15日举行的全省重点城区旅游工作电视会议上，于冲建议各区政府要组织相关专家对城市中的建筑、历史、文化、民俗等资源进行排查，提炼整合出统一的文化主题包装一批老街区。比如，济南、济宁、淄博、泰安和聊城等城市，可以依托历史文化遗存，打造几条像成都锦里、宽窄巷，杭州清河坊、南宋御街那样的精品项目；青岛、烟台、威海以及潍坊等城市，可以挖掘整合开埠文化，策划包装一批集滨海风情、近现代文化为一体的文化景观项目，培育几条能代表城市记忆的特色街区。

“可以根据市场需求，培育名吃一条街、购物一条街、酒吧一条街和‘百年名店’等特色产业，挖掘城区曲艺、戏曲、民俗、非遗、市井文化等要素资源，打造成有看头、有说头、有玩头的精品项目和产品。”于冲表示，省旅游局下一步将准备把“到山东不可不品尝的100种美食”、“到山东不可不购买的100种商品”和鲁菜馆、山东三珍和山东客栈面向全国招商，进入城区的特色街区。

城区旅游产品 一定得做精

“今天说的城区旅游，不是主要到别的地方去，捎带着在城区吃饭和住宿，而是旅游目的地的概念。就是游客到城区来，能够充分满足游客食、住、行、游、购、娱的目的地需求。”于冲介绍说。

做城区旅游目的地的概念，还是要重点打造一、二、三日游产品体系。省内重点城区可以把近年来兴建的一批新项目、大项目与城市传统旅游项目和住宿、美食、购物、娱乐等要素项目结合起来，加大夜间旅游项目的开发力度，形成以重点旅游景区为龙头，要素综合配套、质优价廉，满足游客白天、夜间不同消费需求的旅游产品体系。梳理城区主要景区(景点)、酒店、餐饮企业、购物商场、娱乐场所等旅游资源情况，分别确定纳入城市二日游、三日游主体的旅游企业。根据纳入城市二日游、三日游的产品要素情况，确定一批城市二日游、三日游主打线路产品。按照“政府主导督导，旅行社主体运作，景区酒店主动参与”的原则，确定从事城市二日游、三日游接待的当地旅行社，与客源市场组团社建立合作关系，建立完善的“城市二、三日游”销售体系。

于冲还强调说，在城区旅游、休闲度假中，综合型饭店显得格外重要。观光时代是景区为王的时代，休闲度假时代是酒店或者饭店为王的时代。现代旅游，特别是城区休闲旅游和度假旅游，“安居才能乐游”。到任何一个城市，首先想到的是先找一家酒店住下来。通过酒店，再去进行交通、购物、餐饮、娱乐等活动。所以，酒店就是游客在城区旅途中的家。“能不能营造一个温馨的、让游客满意的家，酒店的质量和服务就显得尤为重要。特别是一些有地方特色的小宾馆、小旅馆，比如以老房子民宿为主体的小宾馆，都是城市旅游的重要吸引物和亮点。”于冲说，整合资源很重要的是要把城区的宾馆、饭店、酒店资源整合好，把服务标准和品质做好。让游客依托酒店，在城区慢游、深度游。

把整个城区当做一个大的旅游产品

看看这些城区旅游好idea

济南市历城区

历城享有“齐鲁首邑”之称,主城区已建成了以花园路商业金街为主体,百年历史文化建筑、大型商超、星级酒店、快捷酒店、特色餐饮、酒吧茶社、文化娱乐、康体健身、淘宝市场等旅游要素聚集的洪家楼旅游商圈。下一步将以洪家楼旅游商圈和南山旅游度假区为龙头,以24个A级以上景区和30个乡村旅游示范园为节点,打造全区旅游“一城六线”绿色新干线,形成数个二日游、三日游的精品线路,使人们游在历城、吃在历城、住在历城、休闲在历城。

▲牛国栋 摄

淄博市周村区

挖掘鲁商文化,提升城区旅游层次,突出抓好“一带三大片区”保护开发建设。“一带”即涿河、汇龙街景观休闲带,加大涿河两岸生态整治力度,着力打造以休闲为主题的夜生活品牌。“三大片区”即古商城核心景区片区、汇龙街片区和三期工程片区。

青岛市市北区

作为青岛市最具活力的商务商贸中心,目前已建成青岛台东三路商业步行街、青岛婚纱街、青岛啤酒街、青岛文化街、青岛天幕城、青岛德国风情街、海云民俗文化街区等二十余条特色街,其中10条特色街获得国家级荣誉,逐步形成了青岛“崂山看山、市南看海、市北看街”的旅游格局。下一步依托百年青啤的影响力,启动青岛啤酒博物馆创建国家5A级旅游景区,打造青岛啤酒文化休闲商务区。

烟台市芝罘区

把整个城区当做一个大的旅游产品,挖掘烟台山“万国建筑群”、600年奇山所城、张裕百年大酒窖,以及芝罘俱乐部、克利顿饭店、盎司洋行等历史文化资源,打造具有城市文化内涵的旅游景观,加快丹桂小吃城、振华美食风情街、万达十字金街、旅游大世界海鲜大排挡等载体建设,促进旅游与文化、旅游与餐饮、旅游与健康养生的融合发展。

泰安市岱岳区

按照“泰山观光、岱岳休闲”的新定位,主打“岱岳休闲”品牌。充分发挥徂徕山、天颐湖、大汶河、大汶口文化、石敢当文化、温泉、岩盐等自然和人文资源,策划建设了一大批精品旅游休闲度假项目,着力打造城区文化旅游品牌,形成了“观天颐、游部落、玩天乐、漂盐海、滑雪山、泡温泉”的黄金休闲热线。

东营市东营区

靠黄河文化、石油文化、生态文化吸引人,靠中心城区完善的配套设施和强大的服务功能留住人。整合辖区三星级以上旅游酒店、数百家特色餐馆、30余家大型商场超市,开发提升济南路购物街、万象城休闲街、金辰路美食街等特色街区,推出“微游东营”、“品味油城”等新型产品业态,建成以东城市直机关、东营区新区、西城油田基地为核心的三大旅游商圈。

休闲快讯

来“仙境海岸” 享受“一价全包”

11日，省旅游局在海阳召开全省“仙境海岸”度假产品上线动员大会，青、烟、威、日四市旅游局、20个初选滨海度假综合体及各自区域内12家景区酒店的负责人参加会议。“仙境海岸”系列产品将于4月20日集体亮相，“五一”前后，“仙境海岸”度假产品将与游客正式见面，享受“一价全包”的仙境休闲方式。

据了解，“仙境海岸”品牌于3月底正式出炉。“仙境海岸”的范围主要是指，以青岛、烟台、威海、日照等城市为主体构成的胶东半岛，海岸线绵延3000多公里，岛、滩、礁、湾、角千姿百态、蔚为壮观，道教文化、海洋文化底蕴厚重。

怎样让“仙境海岸”品牌落地，省旅游局局长于冲曾表示，将着手筛选首批境内配套完善、条件优越的度假酒店，以该类接待设施为核心，通过完善酒店的餐饮、娱乐等服务设施，整合半个小时车程内的餐饮、购物等旅游服务、休闲娱乐配套设施以及景区养生修学等资源，打造可以提供2-7天，以“仙居、道宴、逍遥游、养生修学”为主体的度假综合体。

旅联网负责人李明儒介绍说，仙境海岸的产品定位是度假，游客到这里体验的整个度假生活都是围绕酒店展开的，酒店必须完全颠覆目前的经营模式，不是靠房价，而应该靠提供沙滩运动、海上项目、滨海休闲等“一价全包”型度假产品来吸引游客留下来。

同时，于冲局长提出，打造仙境海岸品牌，建成一批高水平的度假综合体是关键。需要政府和市场两只手来推进，政府起引导作用，各地从不同角度来研究解决问题，例如如何发挥度假酒店的作用，如何打造2日、5日、7日产品，怎样完善旅游公共设施建设和服务等。

目前，仙境海岸所涉城市青岛、烟台、威海、日照的产品正在不断调整中，首批10个“仙境海岸”度假综合体项目将于20日青岛世园会开幕式当天正式运营，游客可以通过拨打电话实现预订，“五一”前后，有部分酒店可实现网上预订，其他产品预订引擎也将陆续启用。 (综合)

齐鲁文化旅游联盟 组团南下推介

4月8日至12日，山东省旅游局和齐鲁文化旅游联盟城市青岛、淄博、泰安、济宁(含曲阜)四市旅游局相关人员，到上海、南京、武汉三市开展山东“齐鲁文化旅游线及青岛世园会”推介会。此次推介会以“走近孔子，扬帆青岛，畅游齐都，放歌泰山”为口号，集中推介“齐鲁文化旅游产品”及“青岛世园会”特色旅游产品，进一步激活上海、南京、武汉三城市旅游市场，吸引更多游客前来“观世园，游山东”。

据了解，推介会围绕资源互推、客源互送，与三市100余家旅行社进行了交流洽谈。联盟城市及有关旅游企业与当地近百家旅行社达成互送游客合作协议，青岛与上海、南京、武汉三市达成设青岛旅游体验馆协议，南京15家旅行社拟组团到青岛世园会及淄博踩线，世园会组委会与三地多家旅行社达成世园会宣传及门票销售合作协议等。在加强与旅行商业务洽谈的同时，代表团还十分注重深化与三地市旅游部门之间的交流，积极探讨在区域旅游联合、旅游信息互通、网络互宣等方面的合作，努力实现优势互补、良性互动、共赢发展。

齐鲁文化旅游线涵盖了山东旅游精品资源，资源差异性明显、各具特色，该线路产品已逐步发展成为国内较为成熟、在国内外具有较高知名度的经典线路产品。为充分展示城市资源特质，联盟城市在推介中采取说唱、动漫、产品形象片等多种方式进行推介，声情并茂，异彩纷呈。期间，青岛、淄博、泰安、济宁(含曲阜)分别介绍了各自的旅游文化及旅游线路产品，通过齐鲁文化之旅、仙境海岸之旅等精品线路，吸引游客到山东旅游。