17个重点县区(市)力撑“两上线”

近期，省旅游局在全行业掀起了开展“两上线”的活动，将优惠、优质的旅游产品呈现给游客，预开启品质休闲时代。本期，本刊精选了17个代表县区(市)，展示其整合的旅游产品。他们将吃、住、行、游、购、娱等要素产品优惠打包，形成了多种二、三日旅游产品，或打造各自的精品品牌。不但将为游客提供更多的休闲选择，也促成了企业间的联手，将优惠让利于民，促进旅游市场持续向上发展。

打造惠民旅游产品

长清区副区长 李廷正

长清将紧抓“两上线”契机,全力整合丰富的休闲旅游资源,打造“酒店+齐长城+灵岩寺”特色惠民旅游产品,形成以酒店为核心,以周边半小时交通圈特色资源等要素为一体的旅游线路和惠民包价产品。

长清区是千里齐长城的源头，以大峰山景区为中心，古长城、古村落(明清方峪古村)、古遗址(孝堂山汉石室)、古道观(峰云观)相互呼应，已形成较为成熟的齐长城休闲旅游产品，将整合推出“齐长城古文化休闲体验”惠民二日游产品。

以峰云山庄、和生庄园、灵岩宾馆为东中西起点，以齐长城源头、大峰山、杜庄古城堡、马山、黄巢寨、卧龙峪长城岭等为节点，打造访古齐长城徒步二日游产品。

另外，还将延伸打造高尔夫度假和灵岩寺周末禅修旅游产品。打造泉城二、三日游重要休闲目的地，以旅行社为主，开发“市内中央游憩区+长清旅游”的二、三日游线路产品；对接全市销售代理体系，向散客销售自驾二、三日游套票产品，积极融入全市二、三日游产品体系。

打造岱岳“1+X”产品

岱岳区区委常委、副区长 朱延华

岱岳区对辖区内的度假酒店、商务酒店、民宿、景区(景点)等进行了重新摸底，对照“两上线”标准，确定了上线酒店、景区(景点)范围名单。

以“休闲岱岳”为品牌引领，坚持城乡融合、以城带乡发展思路，打造“1+X”系列产品，即整合各种要素，要素之间互为利益方，通过多边融合，实现平台共享、全域发展。在城区+乡村+景区+酒店+旅行社+旅游商品企业等自由组合的基础上，推出涵盖文化体验、动感休闲、养老养生、葡萄酒文化、人与动物和谐互动、乡村记忆等个性鲜明的二日游、三日游主题产品线路。结合“两上线”工作，我们会把这些产品，成熟一个上线一个。

六月上旬，首批推出泰山温泉城、田雨润华国际酒店等5家度假酒店为核心的“二日游”、“三日游”“两上线”产品；六月下旬完成真如意大观园酒店、“泰山人家”民宿等为核心的“二日游”、“三日游”“两上线”产品，基本实现全覆盖。

打造精品山亭游

山亭区委常委、副区长 孙海鹏

山亭区迅速启动旅游产品“两上线”工作，制定方案，专门成立了旅服、交运、公路等部门负责人为成员的“两上线”活动领导小组,以工作推进会、工作周报、定期督导等形式加快推进旅游产品“两上线”。

坚持以市场为导向，有效整合资源，突出“两山(抱犊崮、熊耳山)、两镇(北庄、徐庄旅游小镇)、一区(翼云生态旅游度假区)、一园(汉诺庄园)、一湿地(城头月亮湾湿地)”龙头地位，精心策划推出休闲观光、参与体验、红色文化、民俗风情等山亭精品旅游线路，梳理出8条“山亭一日游”线路产品,4条“山亭二日游”线路产品及以汉诺庄园为主的一日游、二日游和三日游产品。

争取6月上旬把旅游产品推上市内各大旅行社的线路营销系统和酷旅网的营销平台。精心包装旅游度假产品，各参与“两上线活动”的酒店于6月20日前完成酷旅网上线，6月底前完成三星级饭店休闲度假产品上线。

满足游客舒适出游

黄岛区副区长 孙大贵

黄岛区瞄准市场需求，从切实解决旅游企业营销之难、满足游客舒适出游之需出发，全面开展旅游“两上线”，初步形成了“产品主打、媒体互动、网络助力、旅行社销售”的良好开局。

首批在酷旅网上线销售6项以度假酒店为核心的包价产品，重点推介凤凰岛海滨休闲、灵山湾“3S”海滨度假、银沙滩道遥度假、海滨高尔夫等2日游、5日游、7日游产品，各项产品销售良好。

不断丰富旅游产品“菜单”。突出“滨、海、城、旅”一体化特色，集中打造旅游吸引物，重点突破海上旅游、海岛旅游、夜间旅游和冬季旅游等四类产品，打造提升约50种旅游产品“菜单”；陆续推出低空旅游、自行车旅游、新一代乡村旅游和社会旅游点等四类特色产品；加快实施以智慧旅游为支撑的城市旅游示范区建设。

6月至10月期间，每个城市选取2至5家重点旅行社或自驾游俱乐部，打开客源市场，推动黄岛旅游在2至3年内成为省内旅游新热点和全国知名休闲度假目的地。

到蓬莱滨海寻仙

蓬莱市副市长 孙传武

目前，蓬莱已整合当地旅游资源，策划推出了以蓬莱美丽乡村马家沟、木兰沟等为依托的美丽乡村两日游；以蓬莱特色酒庄为依托的美酒体验1-2日游；以滨海知名景区蓬莱阁、三仙山为依托的滨海寻仙二日游；以山海资源，精品酒庄为依托的浪漫婚旅2日游产品。

同时，引导全市13家三星级以上酒店，以酒店度假为中心，整体打包食、住、行、游、购、娱等要素产品，为游客提供一站式旅游服务，推出各具特色的二日游、五日游产品，目前有10条线路在酷旅网上线销售。

为全面提升“两上线”实效，充分利用线上线下资源，开展立体化、全方位、广覆盖的旅游产品宣传营销。蓬莱市成立领导小组协调有关部门、镇街、协会在现有交通基础上，优化或增设城区、村庄间的旅游交通线路，解决“最后一公里”小交通问题；每月末召开专题调度会，协调解决活动中存在和遇到的困难、问题，并研究制定“以奖代补”优惠政策。

助推旅游市场健康发展

青州市副市长 刘金国

青州市充分利用资源优势、品牌优势、区位优势，整合二日游线路，培育二日游产品，完善二日游营销格局，以“两上线”活动促进旅游市场和城市形象的全面提升。

整合古城游、“花都之旅”花卉游、乡村旅游等资源，突出特色这个关键，以实现共赢为切入点，打造二日以上旅游产品。目前，已推出二日游线路2条、三日游线路1条，并配套10条一日游线路。同时，市内60%以上的酒店将景区门票、酒店、交通综合包价，准备上酷旅网(包括其他电商)开展线上营销。

出台对外地组团旅行社的优惠政策，对游览指定景点，在青过夜的旅游团队进行政策补贴，惠及更多游客和涉旅企业。同时，增加车站、酒店、景区的公共自行车站点，增加景区电瓶车等设施，解决旅游最后一公里问题。

与全省17地市重点旅行社进行对接，对青州市二日以上旅游产品进行全面推广。同时，青州市旅游咨询服务中心和游客接待中心正在建设中，为“两上线”活动提供有力的平台支持。

“吕韵石油城、大美东营区”

东营区副区长 段鸿

3日，东营区召集部分旅行社和星级饭店代表进行了研究座谈,深入10家大型旅游企业开展实地调研,建立工作台账,全面摸清底数。突出地方文化特色，研发一批地方风情浓郁的旅游产品。

区旅游局牵头组织蓝海酒店集团、江川旅行社等企业负责人，梳理整合辖区内六大要素，列出产品特色和报价，整体组合、包装和设计了8条一日游、4条二日游以及2条三日游休闲度假产品，做好了上线前准备工作。

“两上线”活动本质上是一种营销推介。东营区以“吕韵石油城、大美东营区”品牌为引领,融入市区联动、部门联合、企业参与的大营销体系,建立起“旅行社+景区+酒店”的捆绑推介模式,形成线上线下营销新热点。同时,联合兄弟县(区)共同整合资源要素和研发特色产品,引导企业优惠打包形成2-5日休闲度假产品,确保高质量完成“两上线”工作。

创新“酒店+修学”包价产品

曲阜市副市长 褚福梅

曲阜市立足传统文化优势，整合修学旅游资源，创新推出以酒店为平台的“酒店+修学”旅游包价产品模式，以酒店为中心，整合六要素，提供一站式旅游综合服务。

将曲阜市13家星级饭店和10处A级景区及儒源儒家文化体验基地、孔子文化学院、孔子研究院等修学游基地全部纳入“两上线”产品，并将平安旅游电瓶车公司、城乡客运公司等纳入打包范围，实现景区、基地、酒店无缝对接。

积极创新运营模式，以客人为主体、以酒店为依托、以酷旅网为平台、以交通为纽带，实现游客自主修学体验。在游客服务中心设立游客专用公交车站，让游客在此实现市区电瓶车与城乡公交车的自由换乘，保证对游客的全程、无缝隙接驳服务。

曲阜市对产品内所有参与性修学项目价格一降到底，拜师礼、开笔礼和汉婚礼等修学旅游体验项目降至5-8折，部分组合产品最低达到7折优惠。全力打造产品营销体系，充分利用线上线下资源，开展全方位、广覆盖的旅游产品营销。

打造“生态宜居幸福荣成”

荣成市委常委、副市长 王洪晓

为开展旅游产品“两上线”工作，荣成专门成立由分管领导任组长，旅游、工商、公安、交通、质监、食品药品、物价等相关部门为成员的“两上线”旅游工作领导小组。

在资源整合上，荣成市将公园、城市湿地公园、博物馆、体育场馆、海洋食品展销中心免费对市民和游客开放，与旅游景区、酒店、海岛、渔村进行整合打包，形成具有价格竞争力的旅游产品。

在产品策划上，策划推出以渔家傲、海洋食品展销中心、好当家、海之宝为重点的荣成海洋食品体验游，以《爸爸去哪儿》拍摄地鸡鸣岛、“鸥鹭王国”海驴岛为重点的海岛体验游，以大天鹅、海草房为重点的荣成乡村摄影游等5条特色旅游线路产品。

在市场营销上，借助威海机场与台湾直航的有利契机，强化台湾旅游市场开发，利用酷旅网营销平台，加快推进度假旅游产品营销，6月中旬开始启动“一元钱游成山头”活动，利用二维码积极开展码上游荣成活动，打造“生态宜居幸福荣成”旅游品牌。

旅游产品的全域开发

五莲县委常委、副县长 迟玉国

近年来，五莲县始终把旅游业作为推动经济发展的支柱性产业来培植，积极开发旅游休闲度假产品，致力建设“处处是景点、人人是导游”的“全景五莲”。

整合全县丰富的旅游资源，推出“一至五日游”的17条旅游线路，构成了春季赏花踏青、夏季避暑漂流、秋季狩猎采摘、冬季滑雪泡泉的全域旅游格局。

目前，五莲山度假综合体的养生休闲双人二日度假、逍遥休闲双人五日度假和神愈休闲双人七日度假三大产品，已经在酷旅网成功上线营销。各大景区、乡村游基地和酒店宾馆也将计划建立旅游营销联盟，联合对外开展营销。

下步，五莲县将继续加强旅游产品“两上线”工作，推动全县各部门为旅游产品开发提供服务支持，加快旅游六要素融合发展。争取上级部门的支持，加强与各旅行社的沟通对接，大力推广“二日游”、“三日游”产品，争取有更多的旅游产品实现“两上线”。同时还将分批次完成3000名旅游骨干和旅游专业营销人才的培训，推动旅游产品和开发营销工作再上新台阶。

打造“浪漫雪野”品牌

雪野旅游区工委副书记 张辉

在开展“两上线”活动中，雪野旅游区将突出打造“水、陆、空”特色“浪漫雪野”旅游品牌。水上运动可以重点推进水上运动基地、水上乐园等项目，办好滑水、游泳比赛等赛事。山地运动重点推进儿童欢乐中心、桃花园温泉度假村等项目，办好环湖自行车赛、齐长城徒步大赛等活动。空中运动重点发展空中旅游观光、飞行培训等项目，增强产品吸引性，扩大影响、提升人气。

结合“二上线”活动，整合房干、雪野农博园等4家A级景区，雪野湖假日酒店等9家星级饭店资源，实现企业优势互补，联动发展。6月10日前，推出浪漫雪野，航空运动、摄影美食，乡村休闲等6条二日游精品线路，在60余家市内外知名旅行社进行在线营销。指导雪野湖假日酒店、莱商学府等旅游饭店，优化包装产品线路，在酷旅网线上营销。

为更好推进“两上线”进行，雪野旅游区将建立领导包抓旅游线路机制，建立主管部门、企业、社会联动合作机制，以及完善旅游服务管理提升机制，提升旅游服务水平。

打造沂南模式的“二上线”

沂南县副县长 范如峰

为配合“两上线”，沂南县进一步整合旅游资源，通过以竹泉村、智圣汤泉、沂蒙红色影视基地等比较有知名度的景点充分发挥以强带弱功能。

一是丰富“旅游一票通”产品，合理规划旅游线路，做活散客自驾游、自助游市场；二是发挥“好客红嫂人家”、“沂蒙七彩乡村”农家乐品牌的引领作用，将农家生活体验为主题的“微旅游”融入到民俗生态游、乡村休闲游线路中；三是依托“沂蒙红嫂文化园区”，发挥红色资源优势；四是立足诸葛故里深厚的文化内涵，策划智慧旅游产品，吸引暑假广大学生群体了解三国文化；五是鼓励星级饭店和旅游景区开展优惠活动；六是优化交通、环卫、治安等旅游环境，提升住宿、餐饮、购物等服务档次和水平。

“两上线”工作已经进入实施阶段，要求所有星级酒店和“好客红嫂”人家农家乐设计不少于三个“二日游”产品；每个旅行社根据不同节点需求策划不低于5条县内旅游线路；A级景区在不破坏原来价格体系的前提下，以最优惠的门票价格支持休闲度假产品，树立沂南的乡村旅游目的地形象。

做活旅游产品

齐河县委常委、副县长 李彬彬

齐河依托丰富的旅游资源，将完善“二日游”产品线路，做活做实“两上线”旅游产品。

重点打造以泉城海洋极地世界、泉城欧乐堡梦幻世界为主的观光体验游；以时传祥纪念馆、定慧寺、国科温泉、高尔夫为主的文化养生游;以安头昌润致中和生态园、和乐果蔬采摘为主的乡村采摘游等系列精品线路。编印齐河旅游指南,向市内各大旅行社推介,增强“两上线”产品的吸引力。

着力打造“五大体系”。一是公共服务体系，启动旅游咨询服务中心、集散中心等公共服务设施建设；二是住宿餐饮接待体系，加快景区周边和城区餐饮购物休闲街区发展；三是乡村旅游休闲体系，按照“三带七点”的发展框架，培植“黄河人家”农家乐集群，打造齐河乡村旅游新亮点；四是旅游商品研发销售体系，加大黑陶、黄河三宝等旅游商品研发力度，完成旅游购物网点布局；五是旅游演艺娱乐体系，打造俄罗斯大马戏、马战表演等多个演艺娱乐项目，满足不同层次游客需求。

实现再突破

滨城区副区长 马书花

近年来，滨城区积极强化旅游载体建设，旅游产业体系不断健全，滨城近郊游、文化采摘游、红色文化游、新滨州城市游等特色旅游线路日益成熟。借“两上线”的机会，实现滨城旅游的再突破。

推出“乐享滨城美食之旅”、“文化滨城修学之旅”、“亲情滨城采摘之旅”、“美丽滨城采风之旅”四条度假线路。打通旅游酒店与其他旅游要素企业之间的断路，协调景区、各乡村旅游采摘点等旅游目的地实行门票最大优惠，做好特色旅游餐饮、娱乐、购物场所各旅游要素企业间联络、协调工作，积极与区外、市外相关景区、旅游目的地联系，不断丰富和优化“两上线”产品。

鼓励旅行社走出去推介，选派专业人员帮助酒店做好旅游产品上线工作。建立“两上线”活动联络督查机制，联合物价、卫生、工商等部门开展联合执法，督促上线产品关联企业把好产品质量关，确保来滨游客住得舒心、吃得安心、游得开心。进行游客满意度调查，督导各旅游企业搞好服务，突出特色。

打造经典旅游目的地

郓城县副县长 刘敏

郓城是水浒故事的发祥地，是全国“好汉之乡”、“武术之乡”，充分发挥这一优势，从三个方面开展“两上线”活动。

策划体现郓城特色和优势的精品线路。以国家AAAA级旅游景区“水浒好汉城”为依托，结合宋江湖、唐塔、鲁西南战役指挥部、黄泥冈鳄鱼潭等景点，策划包装好汉雄风旅游线路；以李集险工和“黄河第一村”为主，形成“观黄河落日，听黄河涛声，采摘黄河果蔬，体验黄河人家”的黄河民俗游线路。

提升整合相关旅游要素。重点推出“水浒英雄宴”等特色饮食和“郓城壮馍”“郓城糊粥”等传统地方名吃；提升打造“山东优特”、“水浒礼品”等旅游购物商店，真正展现“水浒英雄故里、中国好汉之乡”的旅游特色。

重点解决旅游“最后一公里”问题。以酒店为主，提供“一站式”旅游综合服务，让入住的客人享受景区门票的优惠折扣，并设立联系点，为游客提供“有效、快捷、实惠”的服务。

凸显沂源地方特色

沂源县副县长 张志东

针对“两上线”工作，建立以沂源县旅游局为主，全面负责“两上线”工作。同时建立各级行政主要负责人亲自挂帅的“两上线”工作领导机制，组建专门队伍，为工作开展提供强有力的组织保障。

结合“美丽沂源乡村行”工程，整合旅游资源，打造多条精品线路。一是打造以鲁山溶洞群景区(4A)+牛郎织女景区(4A)+618战备电台景区(3A)+住宿的经典二日游线路；二是以“沂源美丽乡村”为主的多条乡村采摘加住宿的二日游线路；三是推出618战备电台景区+时代楷模朱彦夫事迹展览馆的经典红色教育二日游、三日游特色产品。

加强政策引导，健全政策激励机制，加强景区、酒店、购物中心、交通运输等基础设施提升，提高旅游承载能力。加强旅游市场服务市场规范管理，为“两上线”工作开展提供强有力的保障，确保6月上旬完成50%以上的旅游产品上线工作。

体验“英雄阳谷”豪情

阳谷县人民政府党组成员 袁广斌

当前，我国旅游业蓬勃发展，群众旅游需求日益丰富。阳谷县作为省旅游强县，为全面做好宣传推介，努力打响“打虎故地、英雄阳谷”旅游品牌，借助省旅游局“两上线”活动，最大限度让利于来阳游客，规划推出旅游新产品，彻底解决服务游客“最后一公里”难题。

为此，阳谷县专门成立了“两上线”工作领导小组，全面负责协调星级宾馆、旅行社、景区及产品设计、组织和营销等工作，计划推出两款重磅旅游产品：一是酷旅网上线产品推介以阳谷星级宾馆打包经营为主的休闲度假二日游，游客网订房间即可游览阳谷五大景区、品尝特色水浒餐饮;二是旅行社上线产品“游水浒·泡温泉”二日团队观光游。

阳谷“两上线”旅游产品预计将在6月中旬包装完毕，到时游客既可通过登录酷旅网，也可登录旅行社网站预定行程。