做适销对路的精品产品，用好百强社、电子商务等渠道

让更多的山东旅游线路产品走出去

在2011年度全国百强旅行社名单中，目前有89家在经销山东的旅游产品，产品多数还是以传统的海滨旅游线和山水圣人旅游线为主，存在着十分明显的分布不均衡、经销产品老化、淡旺季冷热不均等现象。怎样让更多的山东旅游产品进入全国百强社，怎样让山东的淡季旅游吸引更多的外地游客，这些都是山东旅游面临的问题。

□李芳芳

目前，山东的温泉度假村已经有50多家。

我省10家旅行社进全国百强 旅游产品在89家百强社上架

近日，国家旅游局公布了2011年度全国百强旅行社名单，我省共占10家。在其余90家中，山东三大重点客源市场占6成，其中长三角地区共26家、珠三角地区共19家、京津冀地区共15家、以上共70家。

从百强社销售山东旅游线路产品的情况看出，目前有89家百强旅行社正在经销山东的旅游产品。这些外省(市)旅行社可分三类：一类是与我省有着长期合作关系的国内大社，如上海春秋国旅、康辉国旅、中青旅等，销售的山东旅游产品品种相对较多，除济泰曲一线、山东海滨一线这两大传统的产品之外，还涉及枣庄、临沂、微山湖、莱芜等地的一些新兴目的地，以及传统目的地中的一些新景区(点)，产品形态也较新颖，包括温泉游、高尔夫游、滑雪游、葡萄酒旅游、高铁旅游等新的项目和形式。第二类是我省重点客源地(京、长三角、珠三角)的旅行社，此类社经销的山东旅游产品虽仍以济泰曲和半岛海滨一线为主，但也开始涉及枣庄、临沂、日照等新兴目的地。第三类为其他地区旅行社，该类旅行社虽也经销山东旅游产品，产品种类以传统的青烟威、泰曲济传统线路或山东半岛加上大连旅顺连线产品为主。

我省的10家全国百强社经销的山东旅游产品普遍比较丰富，涵盖山东全境、山水圣人线、山东海滨线、齐鲁民俗线、枣庄临沂聊城东营莱芜等新兴旅游目的地的省内短线游等各类产品，业务范围涉及全省各个地市。

线路老化、淡旺季明显 旅游产品面临销售瓶颈

虽然山东旅游线路产品打入了大部分全国百强社，但也不能过于乐观。目前，还有11家百强旅行社架上并无山东旅游产品。同时，多数百强社产品形式仍以传统的海滨旅游线(青、烟、威)和山水圣人旅游线(济、泰、曲)为主，虽然枣庄、临沂、日照等地产品已经开始进入大社产品的营销体系，但省内一半左右城市仍是空白。

在长三角市场的26家百强社中，21家长年销售山东产品，主要做的是山东海滨旅游这一传统的、成熟的产品，其次才是济泰曲山水圣人线，存在品种单一的问题，新兴目的地产品和新的旅游项目产品还没有为市场普遍接受。而且有5家只在夏季时销售山东海滨旅游产品，存在产品季节性强的问题，淡季旅游市场还有待于进一步开拓和开发。

京津冀共13家旅行社名列榜中，11家旅行社售卖的山东旅游产品比较全面，山水圣人线和黄金海岸线对京津冀地区有较强的吸引力。青烟威、济泰曲在依旧保持优势的同时，枣庄、临沂、东营、潍坊等新兴目的地成长性良好。但同样也存在着冬冷夏热的问题，导致沿海线路夏季热中更热、冬季冷中更冷的现象。

在珠三角(广东)市场上，山东旅游传统产品海滨线、齐鲁文化线仍是广东百强社在广东市场上主打销售的产品，山东旅游产品仍以观光型传统线路为主流，休闲度假型和专项旅游(滑雪、温泉、美食、民俗游等)产品较少，山东重大的节庆活动(如孔子文化节、青岛啤酒节、泰山登山节、潍坊风筝节等)也能未纳入广东百强社销售目录。

“综合山东旅游线路产品在百强社的销售情况可以看出，山东旅游仍然存在着诸多问题，比如产品品种单一、季节性强、冷热不均、休闲度假型产品少等。”分管市场的山东省旅游局副巡视员周晓明介绍说。

做适销对路的旅游产品 借百强社创新推广

“百强社上架销售的产品必定是比较有吸引力的产品，广受大家喜爱，因此在组合线路的时候要考虑市场因素，做群众喜欢的产品，不能想当然。”周晓明说，综合分析了百强社销售山东旅游线路产品后，在以后的营销宣传中，也应该有所侧重地推介产品线路。

长三角地区一直是山东重要的客源地市场，在这个市场上应该加大我省新兴旅游目的地的宣传推广力度，把产品营销重点放在新兴旅游产品上，拓展与大旅行社战略合作的范围。依托好客山东贺年会旅游产品的开发，不断完善我省淡季旅游产品体系，加大我省淡季旅游产品在长三角市场的宣传、推广和营销力度，改变我省旅游夏热冬冷的局面。

对于京津冀市场、珠三角市场，应该有针对性地加大推介力度，改进宣传模式。在京津冀地区采取“五位一体”新宣传推广模式；珠三角市场上，有目的、有重点、有针对性地邀请广东旅行社考察山东旅游资源，共同研发山东旅游新产品。

2013年好客山东贺年会启动在即，为了让贺年会更加热闹，百姓冬季游玩方式更加多样化，近日，山东省旅游局正在联合十七地市组织研发一系列贺年会产品，比如温泉、滑雪、赏民俗旅游产品的打造。同时，省旅游局更是加强了对各个地市研发贺年会产品的督查工作。

目前，山东省旅游局已经确定将旅游市场工作的重心从形象宣传逐步向产品营销转变，并以信息化带动旅游产业化发展。“很多产品最终还是需要落地才能成长，才能检验出是否适合市场需求。山东现有的旅游线路已经不仅仅是山水圣人和黄金海岸，还有其他新兴的资源和新兴城市，因此我们要把这些资源组合成诱人的产品，通过各种方式投放到市场上，在百强社上架，通过旅游电子商务运营商推广，创新营销模式。”周晓明表示，各个地市应该深入思考并着手谋划如何出台相关政策、制定有效措施、加大资金投入、创新工作思路，在2013年探索出一条切实有效的与国内百强旅行社及主要旅游电子商务运营商深度合作，共同推进本市旅游产品营销工作的路子，促进全省旅游产品开发、渠道建设和市场拓展等工作更快更好发展。

全面提升旅游核心竞争力

形成“大产业、大格局、大环境”的旅游发展态势

核心竞争优势是组织具备的应对变革与激烈的外部竞争，并且取胜于竞争对手的能力的集合。在旅游逐渐降低对“门票经济”依赖程度、旅游载体同质化现象更加明显、游客对于休闲度假的要求更加严格的时代，提高旅游企业综合效益，提高百姓幸福指数，带动旅游更好更快发展，成了旅游业亟需破解的难题。归根结底，还是如何提高旅游业的核心竞争力。

在全省上下深入学习贯彻十八大精神之际，省委政研室与省旅游局正在完成一份关于全面提升旅游核心竞争力的报告，以形成“大产业、大格局、大环境”的旅游发展态势。省旅游局提出:下一步的工作，将以党的十八大精神为统领，建设“好客山东”品牌体系，全面提升山东旅游核心竞争力，为加快推进经济文化强省建设作出应有贡献。

旅游产业竞争力的核心在旅游企业。为此，山东提出以培育旅游大企业集团为抓手，突出提升餐饮、娱乐、购物等高端旅游要素发展水平。此前，山东纽建的银座旅游、南山旅游、赤山旅游、西霞口旅游等集团，为好客山东的品牌体系建设起到重要的支撑作用。今后将引导山东的文化、鲁菜、家电、宝石、黄金等知名企业向旅游领域进军，在全国打造一批大型鲁菜集团、大型旅游饭店集团、航母级旅游商品研发生产集团和大型旅游演艺集团。

加快旅游项目投资，增强旅游可持续竞争力。山东自2008年以来，省政府连续五次召开重点旅游项目建设现场会，诞生了青岛海泉湾、泰安方特欢乐世界、齐河泉城海洋极地世界等一批体量大的旅游项目，增强山东旅游竞争的活力。据透露，今后几年山东要继续抓好重点旅游项目建设，力争每年完成1000亿元旅游投资。学习借鉴北京、西安的做法，加大对重大历史文化片区的保护，加大对城市标志性历史文化遗产的保护，恢复城市历史文化空间，打造城市文化旅游深度体验区。支持滨海资源优势明显的城市在切实保护好滨海度假资源的前提下，高水平、大手笔规划布局度假酒店集群，培育休闲度假竞争的新优势。

以创建精品旅游区为带动，加快旅游景区建设。旅游景区是旅游产业中最重要的吸引物，是形成旅游人流的引擎。目前，山东有近40家4A级旅游景区，前不久随着枣庄台儿庄古城晋升国家5A级景区，山东的国家5A级景区达到7家。省旅游局局长于冲不久前表示，要指导具备一定条件的重点旅游区进入申报程序，引导支持在建重点旅游项目按照国家5A级标准开发建设，今后五年全省有希望再创建15家左右的国家5A级旅游区，争取全省80%的城市有国家5A级旅游区，培育城市旅游的核心吸引力和竞争力。

旅游业大发展，离不开外部大环境的支持，明确城市发展战略，优化旅游交通环境、基础设施配套环境和旅游服务环境，激发各类资源和要素充分释放旅游功能，形成核心竞争力。 (李芳芳)

泰山区旅游驶入科学发展快车道

近年来，泰安泰山区通过政府主导、市场运作、史景服务等科学举措发展旅游，让全区旅游获得长足发展。今年1-10月份，泰山区共接待国内外游客1045万人次，实现旅游总收入82.7亿元，同比增长19.4%和21.2%；景区入园游客201万人次，实现门票收入2.98亿元，同比增长23.8%和29.5%。其中，方特欢乐世界接待游客192.31万人次，实现门票收入2.69亿元，总收入2.99亿元；花样年华景区接待游客48.6万人次，实现门票收入2454万元，总收入7500万元。

泰山区被确定为全省唯一旅游综合改革试验区，并先后获得“年度最受欢迎国内旅游目的地”，“2012中国旅游综合实力五十强”等荣誉称号。

泰山区委书记宋洪祖说：“为发挥旅游产业巨大带动作用，推动产业结构转型升级，泰山区精心打造以泰山碧霞祠省级旅游度假区为核心的东部旅游组团，同时注重通过体制创新增强旅游产业发展活力，形成倍增效应，实现经济跨越式发展。”

开创省内山岳滨湖型度假区之先河

“游方特欢乐世界，体验‘恐龙追新记’的激情与梦幻；徜徉花样年华景区，尽览品尝有机果菜；登望泰山峰观生肖园，品尝最新鲜的原浆啤酒……登山最引人，登临留住人，泰山区以旅游泰山旅游‘留不住人’难题为己任，贯力泰山‘金字’招牌，重点打造泰山方特高科技动漫体验、瑞奥休闲娱乐、碧霞新天地、泰山文化体验、泰山生态养生体验、泰山风情小镇六大片区。同时规划建设龙龙旅游服务综合体、东来农业展示区、泰山宝泰监使景区三大片区，形成旅游要素齐全、配套功能齐全的产业体系。同时，以“泰山碧霞文化旗舰”为主题，将监使景区打造成为泰山游互补共赢、省内一流的山岳滨湖型度假区，并最终打造成为国家级旅游度假区。

泰山东部欢乐组团，总投资230亿元，总建筑面积400万平方米，主要包括泰山方特欢乐世界、泰山碧霞生肖园、泰山花样年华景区、泰山东部文化产业园、瑞奥不夜城、碧霞新天地、快乐驿站等项目。其中，碧霞新天地一期快乐驿站项目建成后，将成为游客在“泰山—欢乐方特—花样年华”旅游线路的中转站。

泰山宝泰监使景区是构建“登泰山、游方特、赏盆花、品啤酒、摆摆渡、住瑞奥、快乐在驿站”旅游新格局中的关键要素。其中，地下摆渡项目摆渡道总长6000米，目标是打造亚洲最长、最宽敞的地下观光长廊。另外，还有泰山东苑动漫文化体验园、乐道儿童城项目等大型参与性、知识性于一体的项目。

中共泰安市泰山区委书记、区人大常委会主任宋洪祖

多项举措 为旅游发展保驾护航

“体制机制创新，是我区近年来旅游产业快速发展迅猛头活水。”泰山区委副书记、区长赵斌说：“作为全省首家省级旅游综合改革试验区，我们将解决本区旅游发展实际问题与旅游全省性旅游难题相结合，整合资源，大胆探索，重点在旅游开发建设、管理营销、环境执法、人才培育等机制体制方面创新突破。”

从2010年下半年开始泰山区按照“民间化、市场化”的原则，逐步建立起旅游景区、旅游商品、星级酒店、旅行社、导游员五大旅游协会。充分发挥协会在形象策划、品牌打造、整体营销等方面的作用；从产业关联度、强度优势联，形成了“政府主导、市场运作”的旅游开发建设体制机制；成立区旅游联合执法办公室，创造好的旅游环境和充分保护广大游客权益；深入探索产学研相结合的一体化人才培养模式，先后与大专院校建立合作关系，为全区旅游企事业单位定向培养人才；全面整合景区、宾馆、饭店、购物场所等旅游资源，实行了“一盘子”统一规划促销，今年年中开展了旅游大篷车进社区、进乡市、进影院“三进”活动，提高了“旅游新天地和美泰山区”的影响力。

(泰山区旅游局 郑辉 张秀明)

泰山方特欢乐世界

泰山花样年华景区

泰山方特欢乐世界