

暑期“亲子游”推荐景区



变革视点

8月28日到31日,第五届山东文化创意产业博览交易会将在济南国际会展中心举办,作为文化的“载体”,我省旅游也将亮相文博会,重磅推出“东方圣地”、“仙境海岸”、“平安泰山”、“齐国故都”、“天下泉城”、“儒风运河”、“水浒故里”、“黄河入海”、“亲情沂蒙”、“华夏龙城”十大文化旅游目的地品牌,展示精彩的文化旅游。

十大文化旅游品牌绽放文博会

□李芳芳

“文化大省”,是除了“经济大省”、“旅游大省”等修饰词外,山东的另一个形象定位。儒家文化、道家文化、东夷文化、大汶口文化、运河文化、黄河文化、水浒文化、红色文化等等,丰富了“文化大省”的内涵,如若不是专业、资深的文化研究人士,根本不敢妄自数说。

都说“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体”,2012年初,国务院印发了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》,提出在文化产业是国家着力推动的“国民经济支柱性产业”,旅游业是着力培育的“战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”的当下,要正确认识旅游与文化的关系,推进旅游产业与文化产业的融合发展。

山东作为中华文明的重要发源地,历史积淀深厚,文化底蕴丰富,在全国首屈一指。近年来,围绕“文旅融

合”,我省旅游业创意发展,充分挖掘文化内涵,为旅游项目注入了灵魂,将这些资源开发出来,全省旅游发展的核心竞争力将得到极大增强。近日,国务院又印发了《关于促进旅游业改革发展的若干意见》,提出要深度挖掘文化内涵,把文化元素贯穿于旅游消费全过程、各环节,不断创新文化旅游产品,是在更高层次上,对我省旅游与文化融合发展提出的新要求。

据了解,此次在第五届山东文化创意产业博览交易会上推出的这十大文化旅游目的地品牌,是继全国首个省级旅游品牌“好客山东”后,山东省旅游局历经半年的多方考察调研、积极寻求经验,结合我省实际情况形成的全新品牌项目。

作为山东旅游的又一次创新,各

品牌高度凝练所在主体城市或区域独有的“文化气质”,突出强调了文化在旅游产品打造中的引领作用,将为我省建成具有较强综合竞争力的旅游强省,成为我国重要的观光旅游和休闲度假目的地提供强力支撑。与此同时,散落的历史文化资源,通过旅游线路的包装和旅游内容的整合,转化成为能与现代人休闲度假观念相共鸣的一系列旅游产品,对于传播齐鲁优秀传统文化也将产生巨大价值。

当前,游客正在经历由团队向散客、自驾出游的转变;在旅游需求上,开始由观光游览为主向有特色、有文化、具有唯一性的城市旅游目的地深度游转变。这十大文化旅游目的地品牌,将各地现有旅游产品中最具代表性的内容加以完善提升,并融入对研学旅行、特色养生、慢游等新业态、新趋势的思考,在加强旅游设施建设和完善接待体系方面,也提出了具体措施,是对原有产品和品牌的系统化、规模化。十大文化旅游目的地品牌立足原有城市旅游品牌的现实市场和产业基础,也顺应了现代旅游业的发展趋势。

业内人士表示,十大文化旅游目的地品牌所代表的文化旅游融合发展,既是我省旅游提档升级和培植新的增长极的重要举措,也是建设经济文化强省的重要载体。十大文化旅游目的地品牌,将促进文化与旅游产业深度融合,充分利用山东文化旅游资源优势,加快旅游业改革发展,推动全省经济转型升级,力争三年内,在“好客山东”品牌引领下,显著提升十大文化旅游目的地品牌的国内外影响力和核心竞争力。