

房车、滑翔机亮相山东旅交会

520家旅游机构参展,家门口体验旅游新玩法

本报记者 许亚薇 宋磊

十大文化旅游目的地品牌集体亮相

自“好客山东”品牌打响之后,十大文化旅游目的地品牌成为山东旅游的新名片,十大品牌串联起17市,带来“最山东”的旅游形象。

“本届旅交会首次设立山东十大文化旅游目的地品牌展区,山东十七城市集中亮相,通过展台促销、专业洽谈、产品特卖、文化展演等形式集中推介十大文化旅游目的地品牌。”山东省旅游发展委员会副主任张明池说。

为进一步打造山东十大文化旅游目的地品牌,旅交会首次设立了山东十大文化旅游目的地展区,山东省旅游发展委员会搭建了“山东十大文化旅游目的地品牌”形象展台,省内十七市旅游部门集体亮相,并联合旅游企业围绕十大文化旅游目的地品牌开展一系列宣传展示、专业洽谈、产品特卖、文化演出、传统手工艺表演等活动,全面展示十大文化旅游目的地品牌形象。

以济南为例,济南市组织70余家旅游企业参展,济南市主展台设立景区景点特卖区、酒店餐饮特卖区和旅游商品特卖区三个主题展区,近30家旅游企业现场展销具有济南特色的文化旅游商品、泉水宴美食以及特价景区门票和酒店优惠客房。历下区、槐荫区、商河县等旅游部门以及西城集团、千佛山风景名胜区、山东森林滑雪设备有限公司、初心文创等40多家机构和企业踊跃参展。

除此之外,济南的皮影戏、形意拳、口技以及鲁绣、福牌阿胶、兔子王、木鱼石、面塑、泥塑等国家级、省级非物质文化遗产项目到会亮相。

5家组团社和旅游电商共销售2700余万元

本次旅交会,来自30余个

国家和地区的520家旅游机构

5月21日,一年一度的山东(济南)国际旅游交易会落下帷幕,这已经是自2001年举办旅交会以来举办的第十四届。为期三天的旅交会,让好客山东和泉城济南旅游形象得到进一步提升,共吸引了4万余人次观众入馆参观。与此同时,来自30余个国家和地区的520家旅游机构(企业)、2000余名参展代表和专业买家团前来参展,让济南市民可以在家门口就可以“游览”到全世界的美景。2017年旅交会有哪些新鲜内容?旅交会上最受关注的是什么?本期周刊,记者为您揭秘2017山东(济南)旅交会。



山东旅交会现场。记者 宋磊 摄



旅交会上展出的房车产品。记者 许亚薇 摄

(企业)、2000余名参展代表和专业买家团前来参展。这些参展商中,既包括旅游机构以及传统旅游行业单位,也包括众多网络科技、房车露营、游乐设备制造、旅游新媒体、航空俱乐部等关联行业企业,实现了旅游全产业链展销一体化。

随着互联网技术进步,营

销策略多元多样化,各参展单位使出浑身解数增加宣传筹码。在旅交会现场,嘉华、银座、交运、途牛、56人旅游网等企业的优惠送礼、限时抢购、现场认筹、秒杀、免费领取奖品等活动赢得了超强的关注度。此外,旅行社、电子旅游网站积极与景区、旅游商品等相关旅游企业

“一带一路”沿线国家旅游成热点

展会期间,来自全国各地乃至世界各地的旅游机构前来推荐当地旅游产品,在济南家门口“游览”世界各地美景。

国内海南、四川、福建、南京、湘西等省市旅游机构携当地旅游企业前来参展,其中,海南省首次参展,海南省旅游发展委组织了60多人的大型参展团开展了海岛度假旅游、会展奖励旅游、婚庆旅游、邮轮旅游、购物旅游等专项旅游产品推介活动;湘西自治州携当地八个县(市)区政府及旅游投资公司、旅行社、旅游商品企业共40多家单位前来参展。

从国际范围来看,美国旅游推广局、菲律宾旅游局、新加坡旅游局、澳大利亚旅游局等外国团队参加旅交会,为旅交会注入国际元素。

“今年的旅交会紧紧围绕全域旅游发展理念,突出产业融合特点,强化‘国际’氛围、‘交易’功能,展会规模创历届旅交会之最。”济南市副市长王宏志在致辞中说。

此外,国际旅游交流平台作用凸显,“一带一路”沿线国家旅游成为热点。本届旅交会更加注重国际化交流合作平台建设,积极推动中外旅游业界,特别是“一带一路”沿线国家的深度合作。

旅交会现场,来自30余个国家的旅游机构和旅游企业前来参展,新加坡旅游局、南澳大利亚旅游局、欧洲旅行社联盟等参展单位设立了特装展台,来自北美洲、南美洲、大洋洲、亚洲、非洲的20多家旅行社踊跃参展,积极推销本地旅游资源,寻求与境内旅游机构及企业的旅游合作。

欧洲旅行社联盟组织了希腊、奥地利、德国、英国等6个欧洲国家的旅行社前来参展,蒙古国乌布苏省省长带领20余人的高端代表团参加旅交会,蒙古国乌布苏省音乐剧院演出团受到现场观众的热捧。

齐鲁晚报·齐鲁壹点首次亮相旅交会



本报记者 许亚薇 作为媒体代表,在旅交会上,齐鲁晚报·齐鲁壹点首次应邀参加,齐鲁晚报旅游工作室“为自己代言”,向各地旅游机构、景区、旅行社以及广大读者做出推荐。

为了向旅交会现场各单位以及读者展现齐鲁晚报旅游工作室形象,除了印制工作室简介,工作室制作H5页面进行推广,展示齐鲁晚报从传统媒体向新媒体转型的决心。

齐鲁晚报
旅游工作室现场
销售山东省
森林旅游年
票,吸引不少
读者注意。此
外,作为2017年
龙虎山景区深
度合作媒体,
齐鲁晚报旅游
工作室在现场

发放龙虎山宣传单页,推荐江西龙虎山、婺源、景德镇四日游线路。

除了销售门票和推荐线路,旅游工作室还通过现场扫码关注工作室官方公众号“老乔游记”送出水杯、笔记本、自拍杆等奖品,旅交会三天,“老乔游记”共吸粉近千人。

齐鲁晚报旅游工作室长期征募景区、旅游机构及旅行社进行合作,详询热线:0531-85196613 85196829

头条链接

三场论坛把脉旅游业前沿

本报济南5月24日讯(记者

许亚薇) 在5月19日至21日展会期间,“第二届山东(济南)智慧旅游创新发展高峰论坛”、“2017景区营销管理创新论坛”、“2017中国旅游城市新媒体营销联盟峰会”、“2017中国(山东)景观规划创新发展论坛”等多场论坛活动及十多场旅游线路推介会同时召开。

展会期间,与会专家围绕景区规划、景区营销以及智慧旅游主题做了精彩的报告,分享了先进经验,并对旅游业的发展趋势和发展方向进行了交流探讨,促进了国内外旅游业广泛深入的交流。

“大众旅游时代,旅游不再是一种简单的消费方式,旅游已经成为品质消费时代的一种高品质的生活方式,游客追求的是内心的满足感。”在景区营

销管理论坛上,巅峰旅投老总李锋华说,传统旅游产业结构性供给不足倒逼供给侧改革,高品质旅游呈现出供不应求的态势。

正是在这样的趋势之下,李锋华提出了旅游跨界融合将成为主流趋势,例如“旅游+地产”,催生产权酒店、分时度假酒店、旅游综合体,“旅游+养老”直接造就旅居养老模式;“旅游+农业”则带动休闲农业、乡村旅游的发展;“旅游+影视”促进了影视小镇的出现;“旅游+体育”火了山地运动、户外徒步以及露营;“旅游+互联网”通过技术带动智慧旅游发展……

对于绝大多数景区来说,传统的营销推广模式已经成为过去式,成为落后于时代的产物。现在,景区卖的不再是旅游

资源,而是情怀和IP;景区运营者也由营销主体变为专家营销团队。

除了景区营销管理论坛,在主题为“大数据助力旅游转型升级”的第二届山东(济南)智慧旅游创新发展高峰论坛上,专家主要分享智慧旅游创新经验,探讨大数据时代旅游业的创新发展。

此外,2017中国(山东)景观规划创新发展论坛主题为自然·生态·人文·和谐,交流“拓展生态园旅发展新思路、探索生态园旅业务新模式”。论坛上,生态园旅、旅游景观规划设计将成为此次论坛的重点议题,并围绕“全域旅游背景下的旅游规划建设方法”、“旅游景区规划设计新思路”等专题进行权威讲解与现场交流。