



一年的时间,沂蒙山银座天蒙旅游区从旅游行业的“小白”成长为山地旅游样板,以沂蒙山水文化为特色,集生态旅游、宗教旅游、民俗旅游、红色旅游和休闲度假于一体。景区内连接天蒙旅游区望海楼和玉皇顶两个景点的人行索桥更是成为“网红景点”。天蒙山在景区打造和营销方面有哪些独到之处?作为景区开发商的银座旅游如何进军文化旅游板块?在山东省旅游营销大会召开前,沂蒙山银座天蒙旅游区总经理朱爱军接受了采访。

沂蒙山银座天蒙旅游区

从行业“小白”到山地旅游样板



朱爱军(银座天蒙旅游区总经理)

本报记者 许亚薇

开业一年 收入7000余万元

记者:天蒙山开业一周年,从少为人知到名满齐鲁,目前的实际运营情况怎么样?

朱爱军:沂蒙山银座天蒙旅游区2016年7月16日正式开园,开业一年,景区累计接待游客80多万人次,直接经济收入7000多万元。特别是2016年十一黄金周期间,天蒙山接待游客10.36万人次,总收入1300多万元。据不完全统计,2016年十一黄金周7天,天蒙旅游区是临沂市接待游客最多、收入最高的景区,初步确立了在沂蒙山旅游的龙头地位。

记者:主要客源地是哪里?



沂蒙山小调诞生地

朱爱军:沂蒙山银座天蒙旅游区核心市场根植于以300公里为半径的山东本省及苏北市场,逐步向500公里为半径的环渤海经济圈、长三角经济区、河南、山西等区域进行拓展。

记者:对当地有哪些带动作用?

朱爱军:一是直接拉动周边乡镇村民的脱贫致富,景区直接用工300多人,间接用工上千人,开业以来,周边新开业农家乐、民宿宾馆等近百家,直接带动了周边经济发展;二是拉动基础设施建设和周边环境的改善,费县政府对基础设施投入巨资,建设景区周边道路、绿化、水电等基础设施,力争开设日兰高速薛庄出口,修建向阳路等主要道路,预计投资20多亿元;三是直接带动了费县全域旅游的发展,2016年费县新成立旅行社6家,新发展A级景区7家,目前费县A级以上景区已达11家,构建了费县全域旅游的大格局。

记者:通过实践,得出哪些山地旅游开发的经验?

朱爱军:对于山地旅游景区的开发,最重要的就是景区核心吸引物的打造。因地制宜,长远规划,以文化传承为核心,围绕市场需求做开发。用通俗的话说,就是要给游客一个来景区的理由,理由足够充分了,景区自然会受到游客的喜爱。

沂蒙山银座天蒙旅游区建设了世界最长、主跨最大的

人行玻璃悬索桥,横跨景区南北,成为天蒙山的核心吸引物,同时景区还建有具有红色教育、民俗体验、艺术享受等功能的沂蒙山小调活态博物馆,集奇、秀、险于一身的江北第一悬崖栈道,沂蒙第一文化建筑望海楼,道教丛林玉皇宫,建设了目前世界上最先进的,并配有360°水晶吊厢的观光索道,提高了景区的市场吸引力。

一流团队 建设高标准景区

记者:如何评价天蒙山的开发潜力?

朱爱军:在天蒙旅游区开发之初,天蒙规划团队对蒙山天蒙旅游区的区位交通、资源条件、竞合关系等进行了客观、科学的分析与评价。

从旅游资源来说,虽有优越的生态资源和丰富的人文资源,但整体来说,天蒙山的旅游资源并不突出。但在山东省内,虽有泰山、崂山等知名山地旅游景区,但蒙山天蒙旅游区的生态资源、文化资源仍具有较大的比较优势,加上便利的交通条件和良好的区位优势,蒙山天蒙旅游区具有较大的开发价值,有打造成为一流旅游景区的潜力。

记者:景区开园前后,主要做了哪些工作?

朱爱军:一是高起点规划。先后聘请美国AECOM公司、北京大学大地风景旅游规划设计院、清华大学古建筑设计研究院和北京土人规划设计院等国内外一流规划设计机构,按5A级景区和国家级旅游度假区的标准对景区进行规划设计,然后聘请多位专家对规划进行反复论证,确保总体规划的前瞻性、创新性和可操作性。景区的总体规划顺利通过了省旅游局和临沂市政府组织的评审,荣获了国家旅游协会颁发的“中国旅游项目最佳规划设计奖”。

二是高标准建设,打造了集奇、秀、险于一身的江北第一悬崖栈道、沂蒙第一楼望海楼、世界第一人行玻璃悬索桥、世界最先进的观光索道等精品型的旅游景点及服务项目,注重文化资源的挖掘。

三是规范化运作,先后完成了环评、林业、土地、水保、地灾、立项等多项审批手续,

沂蒙山银座天蒙旅游区项目先后被列为山东省重点建设项目、山东省服务业重点项目和山东省文化产业重点项目。

四是专业化运营,开业之初我们先后聘请了北京巅峰旅投、上海景域集团等全国高水平团队做运营管理营销顾问,先后派遣了200多名员工赴泰山和云台山顶岗实习,从而全面提升景区的运营管理水平。

创意是驱动力 全方位宣传营销

记者:在景区营销宣传方面,天蒙山如何做的?

朱爱军:在景区营销宣传方面,一直坚持以创意驱动营销。根据不同时段,不同人群积极策划开展形式多样的营销活动,充分利用新闻媒体报道,传播景区新动态、新面貌,展示景区新形象。形成创意“造节”淡季不淡,营销玩出新花样。通过举办特色鲜明的主题活动,进一步提高景区知名度和美誉度。

从开业至今天蒙景区先后策划并执行了天桥征名活动、万人同唱沂蒙山小调活动、庆八一军人免费游天蒙、七夕浪漫之旅、金秋栗子节、新春祈福庙会、天桥蹦极、小调音乐节、民歌大赛等40余次活动。景区营销活动的各个环节中要渗透入浓郁的企业文化气息,以满足消费者需求。这种营销手段也使天蒙景区在激烈竞争中避免同质化,彰显个性特色的绝佳手段,从本质上说就是具有强大引导性和推动性的生产力。

记者:媒体宣传有哪些重要作用?

朱爱军:一个景区的媒体形象,是景区的对外窗口。媒体宣传是旅游景区塑造品牌的重要环节,是实现旅游景区与旅游者进行有效沟通,以在其心目中形成良好品牌形象的关键所在。景区通过媒体宣传,不但可以放大景区的品牌效应,而且可以显示旅游景区品牌特有的文化内涵和价值。

记者:具体是如何宣传的?

朱爱军:一是形象宣传与产品宣传相结合。旅游可以称之为“眼球”经济,形象宣传展示景区的优美自然风光和宗教文化特色,提高景区的知名

度和美誉度。产品宣传主要详细介绍景区景点的情况,为游客选择景区作为旅游目的地提供参考信息。二是广告宣传与新闻宣传相结合。新闻宣传可信度高,要充分发挥新闻宣传的作用,天蒙景区与各客源市场的主要媒体建立了良好的关系,并经常邀请他们到景区来,调动他们发布或者播出有关景区的新闻专题、报纸文章的积极性。三是传统媒体和新兴媒体相结合。天蒙景区旅游宣传工作在深化与传统媒体互动合作的基础上,重视网络的宣传作用,充分利用微博、微信、手机客户端、各地门户网站等新媒体、新技术,为游客有效架起沟通联系平台,形成全方位、多平台、立体化的宣传推介格局和多渠道、高密度和深层次的叠加效应,为游客提供更详实的出游资讯信息。

二期建设将实现 观光到度假的转变

记者:接下来天蒙山有哪些动作?

朱爱军:为进一步完善旅游产品,提高景区吸引力,沂蒙山银座天蒙旅游区决定启动二期建设项目。二期项目主要建设世界最先进的山地客运缆车、蒙山寺、温泉度假、旅游地产及水景观、游步道提升、民俗、文化景点等配套项目。通过二期项目的开发建设,使沂蒙山银座天蒙旅游区实现由一日游到多日游,由观光为主到观光度假并重的转变。

记者:参加全省旅游营销大会想获取什么?

朱爱军:一是希望政府出台相关政策,进一步拓宽营销渠道,充分调动各地旅行社开发省内旅游市场的积极性;二是创新传播渠道,融合媒体开展立体化宣传营销,继续推行“联合推介 捆绑营销”的宣传形式,通过“好客山东”品牌形象广告片增加山东旅游曝光量,另外,利用微博、微信、新闻客户端等新媒体平台开展移动旅游信息推广和服务;三是整合行业资源,搭建线上营销服务平台,推动全域旅游发展,整合旅游产业资源,为游客、旅游管理机构、旅游企业、旅游从业者、旅游投资商等用户提供一站式、全要素、全产业链旅游信息服务。