

“最走心”旅游创意评选投票继续

齐鲁晚报将组织专家评审会,研究参评案例

本报济南11月22日讯(记者 许亚薇) 日前,齐鲁晚报旅游融媒事业部、山东旅游职业学院共同举办2017中国旅游“最走心”营销事件评选活动,共收到来自省内省外30余家景区的逾百件创意营销案例。目前,2017中国旅游“最走心”营销事件评选网络投票仍在进行,本次评选将择期组织一次高层次

的专家评审会。自10月中旬“最走心”营销事件评选活动启动以来,本报《旅游休闲》周刊、齐鲁壹点旅游频道、老乔游记微信公众号接连刊发各参评单位提报的创意营销案例,除了吸引旅游业内人士的关注,不少旅游爱好者也参与到营销案例的点评和讨论中。11月中旬,在齐鲁晚报旅

游融媒事业部官方订阅号“老乔游记”举行的网络投票正式开始,一周内吸引读者、用户近5万人参加。目前网络投票还在继续。根据评选日程安排,还将于下月组织国内高层次专家、政府或协会代表、知名经理人、旅游达人、旅游媒体人等,召开专家评审会,逐一品评参评案例,确保本次活动公平公正。

得票数排名前十的参评单位(暂时)

| 序号 | 活动名称 | 投票总数 |
|----|-----------------|-------|
| 1 | 银座旅行家会员俱乐部 | 17769 |
| 2 | 萤火虫水洞旅游区 | 5326 |
| 3 | 泰安太阳部落旅游区 | 4348 |
| 4 | 威海石岛赤山旅游有限公司 | 4082 |
| 5 | 银座旅游 山东旅游有限公司 | 2693 |
| 6 | 嘉华旅游 | 2251 |
| 7 | 周村古商城 | 2155 |
| 8 | 笑夕阳 | 2124 |
| 9 | 魏集古村落旅游文化股份有限公司 | 1055 |
| 10 | 济南红叶谷生态文化旅游区 | 986 |



扫码了解更多信息

12省自驾游协会 会盟泰山

2016年,泰山景区散客中近七成为自驾游

如今,自驾游渐渐成为全新的旅游方式,越来越受到旅游爱好者的青睐。11月16日,2017中华泰山自驾游会盟在泰山举行,12家省级自驾游协会代表参加了此次会盟。

文/片 本报记者 许亚薇



国内首次自驾协会会盟

16日上午,在泰山石刻广场上,来自山东、山西、河北、河南、北京、天津、上海、江苏、浙江、陕西、福建等省12家自驾游协会负责人将印章盖在了“2017泰山自驾会盟”的长卷轴上,标志着12省自驾游协会更加紧密的合作,同时也是全国首次召开的大规模自驾游协会会盟。

据了解,本次活动以山东丰富旅游资源为依托,以中华第一山泰山为纽带,促进华北、华东自驾旅游协会的交流与合作,共同打造具有“好客山东”“平安泰山”等全国性自驾旅游品牌,积极推进活动落地,自驾渠道拓展,自驾产品研发等内容,为全国自驾深入合作做有益探索。

据泰山景区管委会旅游处处长刘涛介绍,2016年泰山景区共接待国内外游客580余万人,其中80%是自由散客,在这些散客中,自驾游游客又占到了67%。“泰山重视对自驾客群消费习惯的研究,出台针对自驾游客群优惠政策,吸引自驾高端客户群,为泰山自驾游市场高速增长助力。”刘涛说。

专家>>

打造自驾游“IP”

作为主办方之一的山东省旅游行业协会自驾游分会,其会长谢英民表示,“无自驾不出游”,自驾游已经成为人们出游必不可少的方式之一。自驾游是有朝气、有活力的产业,它的发展才刚刚到风口,更加需要各协会之间进行合作,达成景区、目的地、游客之间的联动。

谢英民说,以山东省内的追风行者自驾游俱乐部为例,从初期的一年一千多人自驾出游到如今平均两周就有千余人自驾出游,自驾游的发展空间很大。世界休闲体育协会主席、首都体育学院教授李相如对自驾游提出了自己的建议。“自驾游的发展要依靠品牌,打造自驾游IP;要依靠高质量的服务,打造服务产业链和服务标准;要依靠项目,创意自驾游项目,比如各省自驾协会联动,打造一个‘环五岳自驾游’,带动产业链的发展,抱团共赢。”

与此同时,李相如还提到,发展自驾游要依靠互动,让人与人、景区与景区、人与项目之间产生互动,增加趣味性;要依靠想象力,充分依托人们对未去之地的巨大好奇心,让游客对目的地,对旅游项目产生预期想象,使得行程更具趣味性。



聚焦江淮山水文化,宣传推广美好安徽。11月8日-12日,由安徽省旅游发展委员会主办,新安传媒有限公司、新安晚报社承办的安徽旅游全国主流媒体宣传推广活动举行。来自全国26个省、市、自治区的30多家主流媒体总编辑来到安徽,足迹遍及皖南、皖西、皖中、皖北,深入挖掘安徽旅游魅力,进而面向全国读者、网友宣传推广安徽旅游。近年来,安徽旅游发展取得了引人瞩目的成就,正全力冲刺万亿产业,“美好安徽·迎客天下”的安徽旅游形象不断深入人心。

旅游业成安徽经济建设“主战场”

安徽是中国旅游资源最为丰富的省份之一,既有黄山等旖旎的自然山水风光,又有历史源远流长的徽文化等人文景观。皖南有黄山、九华山、齐云山、太平湖,以及古牌坊、古民居、古祠堂、古迷窟等;皖东有琅琊山、采石矶和朱元璋故乡凤阳等;皖中有三国故里、包公故乡合肥,以及八百里巢湖等;皖西南有天柱山、司空山、妙道山、黄梅戏发祥地和历史文化名城安庆等;皖西有天堂寨、万佛湖和历史文化名城寿县等;皖北有老庄文化,以及曹操和华佗故里亳州等。坐拥丰富的旅游资源,近年来,安徽各地党委政府对旅游业的重视程度和推进力度明显加大,旅游业逐步成为安徽经济建设的主战场。安徽也完成了由旅游资源大省到旅游大省的历史跨越。

安徽旅游产业竞争力显著提升

安徽省旅发委发布的数据显示,安徽旅游经济贡献大幅提升。从2013年到2017年,预计全省接待入境游客由331.5万人次增加到530万人次,国内游客由2.92亿人次增加到6.15亿人次,旅游总收入由2618亿元增加到5870亿元。据测算,去年安徽旅游业增加值占全省GDP和服务业的比重分别为6.3%、15.4%,旅游业从业人员增至428万人,占全社会就业人数的10%,占第三产业就业人数的24.7%。与此同时,安徽旅游产业竞争力显著提升。目前,全省营收过亿元旅游企业达到62家,进入中国旅游集团20强的企业2家。五年来,安徽省新增国家5A级旅游景区5家,4A级旅游景区82家,总量都实现翻一番。

“旅游营销战役”吸引全国关注

旅游发展离不开媒体传

播,今年安徽旅游打响“营销战役”,不断创新营销方式,大力举办各类旅游营销推广活动,对外提升安徽旅游品牌的知名度和美誉度。安徽省旅游发展委员会主办此次“美好安徽·迎客天下”安徽旅游全国主流媒体宣传推广活动,正是在大融合、大发展的格局下,推动安徽旅游走向更广阔的舞台。

此次活动得到了中国城市第一媒体旅游联盟以及全国众多主流媒体的积极响应,共有来自国内26个省、市、自治区的30多家省级晚报都市报(网)总编辑前来参加。这些都市报涵盖京津冀鲁、长三角、珠三角、东三省等地区,受众遍布全国。总编辑们先后走访了黄山、合肥、六安、亳州等地的知名景区,感受了山水风光和深厚的人文底蕴,并通过研讨会的形式为安徽旅游发展建言献策。活动期间,嘉宾们不仅看到了江淮大地的壮丽山水,体验到悠久的文化风情,也亲身感受到安徽旅游发展的新面貌、新业态、新举措。

据初步估算,30多家参与

活动的主流媒体借助报纸、微博、微信、移动端等平台,全景式呈现安徽旅游亮点,影响受众达十亿人次。

安徽旅游产品正全力转型突破

五年来,合肥万达文化旅游城、池州杏花村、芜湖方特东方神画园等一批旅游景区景点都相继建成开放,21个首批省级旅游特色小镇也创建顺利,

省级体育旅游产业基地、中医药康养示范基地、研学旅行基地、房车自驾车营地等旅游新业态更是蓬勃发展。

据安徽省旅发委介绍,“十三五”期间,安徽还将进一步推动景点旅游向全域旅游转变,推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变,全力冲刺万亿产业,基本建成旅游强省。在这样的发展背景下,安徽旅游形象正不断提升,“美好安徽·迎客天下”的知名度、美誉度也持续升高。



安徽亳州花戏楼