

# 旅游商品最重要的是啥?品牌!

## 省旅发委计划三年拿出2000万,鼓励乡村旅游商品发展

外地游客来山东,能带点啥特产回家?山东有哪些拿得出手的旅游商品?山东旅游商品的现状是怎样的?1月16日,山东省旅游商品品牌培训暨“2017中国品牌旅游商品”颁牌活动在济南召开,会上分析了山东省旅游商品品牌现状,提出了应对措施。

本报记者 许亚薇

### 2017中国旅游商品大赛 18件作品斩获大奖

在刚刚过去的2017年年末,由中国旅游协会主办,中国旅游协会旅游商品与装备分会承办的2017中国旅游商品大赛颁奖典礼在海口举行,山东省选送参赛的“泉城韵致”“泉城茶”“程木匠”“肥城桃木”“梨润堂”“莱阳梨膏”等18件作品荣获“2017中国品牌旅游商品”大奖,获奖总数位列全国前三。

取得这一成绩的背后,山东省旅发委做了大量的工作,例如多年来坚持进行旅游商品品牌营销活动,陆续开展了“到山东最想买的100种特色旅游商品”评选、“山东好礼·一城一品”品牌评选以及组织参加各类国家级旅游商品品牌活动。

这些年来,从旅游统计数据上看,山东省在旅游商品方面取得了一些成绩,“2003年,山东省举办了第一届旅游商品创新设计大赛,当时旅游购物收入占全省旅游总收入的18%,到如今,用14年的时间将旅游购物收入提升到全省旅游总收入的27.4%,增长了近10个百分点。”山东省旅游行业协会会长、山东大学旅游系主任王德刚教授说,在六项旅游收入中,山东省从第三位上升到第一位。

### 商标和品牌 成旅游商品发展软肋

近十几年来,山东省在旅游商品发展上取得的成绩是显而易见的,但在1月16日的会议上,山东省旅游商品开发服务中心主任吴凯却直击旅游商品发展过程中的问题,鲜少提到功绩。

吴凯说,刚刚颁发的“2017中国品牌旅游商品”大奖,山东共18件作品获奖,但在本次大赛的报名阶段,有4款产品因为

商标问题最终没有进入评审环节,占全省入围企业的15.4%。“4款未能入围的产品,无论是文化创意还是产品特色都非常突出,极有可能冲击大奖,但因商标问题未能入围,真的非常遗憾。”吴凯说。

2017年3月启动的首届“山东好礼·一城一品”旅游商品评选也遇到过几乎同样的问题。“在评选的报名初审过程中我们发现,不少感觉上有商标的企业却从未注册过商标,有的企业只拿到了受理通知书,有的甚至受理通知书已经过期多年,而商标申请已经被驳回。有的企业已经变更企业名称,但商标注册证书还是原企业的。”

除了商标问题,对于品牌的重视也是影响旅游商品发展的重要因素。目前,在不少旅游主管部门相关负责人看来,旅游商品的开发依旧停留在“钥匙扣、T恤衫、明信片”的老观念上,没有真正理解大旅游购物格局的意义。

同时,在吴凯看来,在企业层面上,缺乏品牌管理的专业人员和团队,没有足够重视品牌对产品附加值的贡献,造成了“品牌年年抓,年年没效果”的局面。

### 卖得出去的商品 才有品牌价值

2017年,中国旅游商品大赛提高了参赛门槛,首次把旅游商品品牌建设落到基本要素上,要求所有参赛商品必须有合法的注册商标。由于很多都缺少有效商标注册证,860个商品中只有258个经过初审、复审,进入终评,最终200个旅游商品上榜。

对于成为一件旅游商品的必备条件,中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌提出了自己的观点。陈斌说,旅游商品首先要有商标,其次能够被称为商品,那一定是有销量,卖得出去的,没有销量



就更没有办法有品牌和品牌价值。

在培养企业的旅游商品品牌意识上,吴凯提到,要以标准化建设促进品牌发展,开展品牌交流,组织旅游商品企业赴海尔、海信、青啤、张裕、山东高速、浪潮等品牌实力强的企业进行学习交流,支持旅游商品品牌开发运营的专业公司发展,特别是从事乡村旅游商品品牌开发。省旅发委计划三年拿出2000万元,对乡村旅游商品发展较好的村进行奖励。同时,通过开展“山东旅游商品百强”品牌评选,组织品牌企业参加国内外展会等方式提高企业品牌意识。

“一方面要‘从头抓’,培育从研发起步的小微企业,例如兔子王、稻留香等产品,同时要‘从中间抓’,推动大企业工业产品的转化,例如较为成熟的木鱼石产品。”王德刚说,要提高商品的品牌价值,同时持续维护好品牌价值,加快行动,从现在做起。

### 相关链接

## 来山东旅游 带哪些旅游产品回家

- 济南:平阴玫瑰、泉城茶、木鱼石
- 青岛:贝雕、即墨老酒、青岛啤酒
- 淄博:琉璃陶瓷、周村烧饼、早码头丝绸
- 枣庄:鲁班锁、峄城石榴
- 东营:中华齐笔、黄河口大闸蟹
- 烟台:招远黄金、龙口粉丝、苹果
- 潍坊:风筝、木版年画、昌乐蓝宝石、红丝砚
- 济宁:曲阜三宝(楷木雕、尼山砚、碑帖)、金乡富硒大蒜
- 泰安:泰山玉、肥城桃木、肥城桃
- 威海:深海小海带
- 日照:绿茶、农民画绣
- 莱芜:锡雕、香肠
- 临沂:沂蒙全蝎酒、徐公砚
- 德州:扒鸡、乐陵小枣
- 聊城:炊饼、熏鸡
- 滨州:无棣盐雕、阳信鸭梨、沾化冬枣
- 菏泽:单县羊肉汤、牡丹籽油

### 跨区域

阿胶、胶东海参、煎饼、黑陶、青铜工艺品

## 济宁旅游推介,带来三张名片

### 济南迎来2018年首场旅游推介会



济宁孔府过大年活动场景。(资料片)

本报济南1月17日讯(记者 许亚薇) 1月11日,一场来自济宁的旅游之约“2018文化济宁走进济南旅游推介(招商)会”在济南召开,这场推介会正式拉开了济南2018年旅游推介会的序幕。会上,济宁推介了独特的旅游资源、真诚的待客之道,并发布优惠旅游政策。

济宁拥有全国重点文物保护单位36处、国家历史文化名城两处、世界文化遗产两处、A级景区119处。在推介会现场,济宁展示了“圣地、文化、水乡”三张名片,推介了“东方圣地、鲁风运河、水韵故里”文化旅游目的地品牌,同时发布了“文化圣地体验游、国学经典研学游、运河微山湖休闲游、圣地乡村生态游”四大系列主题旅游线路和

“拜圣习儒、走进水韵、礼佛禅修、运河访古、湖上泛舟、圣地农耕”六大体验性游览活动。

山东省旅发委副主任张明池表示,济宁市旅游招商推介会是2018年省会济南迎来的首个旅游推介活动。济宁近几年推出了“跟着孔子去游学”、“中华成人礼”等一批特色旅游品牌,成为全省乃至全国研学旅游的先行区。

推介会上,济宁市副市长吴霁雯推荐了自己的家乡。她说,济宁是著名的东方圣地,是太昊、少昊、伏羲、轩辕黄帝和孔、孟、颜、曾、子思五大圣人的故乡,是中华文明的发祥地之一。始祖文化、儒家文化、水韵文化、运河文化、梁祝文化在济宁交相辉映,相融共生,济宁是

山东乃至全国的文化旅游资源大市。今冬依托好客山东贺年会,济宁发行“济宁惠民旅游卡”,精心策划推出孔孟故里过大年、梁山好汉过大年、礼佛祈福过大年、微山湖渔家过大年等民俗旅游活动。

同时,济南市旅发委副主任任晓策也对济南、济宁两地的交流提出了自己的看法。他说,济宁是山东的文化高地,拥有十分宝贵、独特而且丰富的旅游资源,与济南地缘相近、人缘相亲,在宣传推广、市场开拓、旅游资源开发等方面有着长期、良好的合作基础。

在会议现场,水泊梁山景区与山东国信国际旅行社,三孔旅游旅行社与济南康泰国际旅行社达成了合作协议,并现场签约。