

全省旅游市场营销大会在青州召开

青州会盟,找“痛点”探“盲区”



旅游市场营销大会在青州成功举办。本报记者 王逸涵 摄

本报青州10月17日讯(记者

王逸涵) 11日—13日,由山东省旅游发展委员会主办的2018山东旅游市场营销大会在青州举行,来自省旅游发展委和17市旅游发展委(局)的负责人,72个区县的分管区县长或旅游局负责人,179家景区、度假区的负责人,大型旅行社、旅游网络运营商、营销机构负责人等千人参会。会议对前期山东省旅游市场营销工作进行了全面总结,对2019年工作思路和任务进行了系统谋划。

据悉,下一步山东旅游市场营销工作将以《大力推进全域旅游高质量发展实施方案》为指导,以“好客山东”和“十大文化旅游目的地品牌”为核心,深入实施“捆绑营销”、“孔子旅游大使计划”等一系列重要举措,大力推进文化旅游融合发展。

省旅游发展委员会市场开

发处处长闫向军做了名为《目的地营销需求》的主题分享,提出包括旅游营销渠道、旅游市场开发、成熟产品再升级、新业态推广等在内的55项需求,“旅游目的地营销,应该明确目的地概念和不同层级目的地品牌形象和产品关系处理,要注意不同渠道、不同受众的目的地形象差异化,以及目的地品牌形象的变化调整,目的地文化内涵的表达传播等。”

闫向军认为,目的地营销需要营销商具备目的地层次概念,要根据不同的目的地层级,提供形象营销、信息营销和产品营销的组合模式;营销内容和传播内容的创意和制作是目的地营销的重要工作,需要营销商针对不同层级的目的地创意提供相适应的激发性内容。

《执惠旅游》创始人CEO刘照慧表示,旅游目的地营销需与时俱进,应从“文化+

旅游+大消费”的视角挖掘未来文旅市场创新区间,技术力量推动旅游新场景体验,边界融合衍生旅游新场景体验,多元流量促进了旅游新场景体验变现。

《新旅界》创始人、CEO李阳认为,当前国内旅游目的地在营销渠道上普遍存在如“人多就是万事大吉”等诸多误区,在她看来,好的营销渠道是能够获取人心,是智慧的,有调节和自控能力的,不一定是大平台,但会乐于与渠道商共享利益。

业内人士表示,本次培训会充分结合了山东旅游市场发展实际,通过数据分析、案例剖析、正反对比等,找准景区营销的短板和营销商的“盲区”,从文化旅游融合发展的视角提出了解决问题的可行路径,提升了山东旅游市场营销工作队伍的专业技能和工作水平。

□头条链接

本报推出多款产品受业界关注

记者在展会现场走访发现,无论是各类主流平面媒体、纸媒、电视广播、网络媒体等宣传渠道,还是旅游目的地策划机构、海外入境市场旅行商、目的地营销渠道管理平台、旅游指南信息等专业旅游营销组织,各种新潮创新跨界营销方式引得诸多参会者连连称赞。

作为受邀参会单位,齐鲁晚报·齐鲁壹点的展位受到了与会者的热切关注。其中,齐鲁壹点、步行齐鲁·美丽乡村栏目、“壹起游”俱乐部、“大V旅游联盟”等相关产品受到不少业内人士的认可及好评。

对从事目的地营销工作的业内人士而言,此次营销大会可谓“干货满满,收获多

多”。初心文化传播有限公司创始人郭兆吉表示,“经过上午的听会,专家的演讲全是干货,通过案例将旅游目的地营销领域的现状和‘痛点’细数罗列,专业到位,很有收获;这次参会还在展台前一对一的与未来合作伙伴沟通交流,精准高效。”

(王逸涵)

看《小齐出线》赢景区门票

本报济南10月17日讯(记者

张琪)7月18日,《小齐出线》正式上线,至今已经推出26期,内容涵盖了1日红叶游、3日海岛游、采摘游等短途线路,以及西北游、草原游、湖北游等长途旅游产品,视频以幽默风趣的风格,受到读者的青睐。

在本报“壹起游”俱乐部联合笑夕阳推出的15日西北专列游中,“小齐”送出了“免费体验师”名额,让粉丝免费畅游西北。

对于日常工作较为忙碌的游客来说,长途旅游变成一种

“奢侈品”。为此,本报联合旅企推出了日照海鲜2日游,竹泉村、红石寨、沂蒙红色影视基地、智圣汤温泉2日游,大黑山岛、万鸟岛3日游,长岛吹风3日游,聊城大V3日游等短线,让大家在有限的时间内充分享受旅游带来的无限快乐。你以为我们只是在国内转转?那你就错了。《小齐出线》第25期为大家推出8日俄罗斯游,带你感受俄罗斯的热情。

除了好玩的行程、好看的视频,我们还为大家设置了抽奖环节,只要登录齐鲁晚报官

方APP齐鲁壹点,在壹点号中搜索关注“小齐出线”,观看视频,并在留言区评论,就有机会获得景区免费门票。心动不如行动,赶快看起来吧!



扫码观看《小齐出线》第26期

跑马岭上菊意浓,摄影师扎堆



摄影爱好者寻觅美景。周友 摄

本报济南10月17日讯

(记者 王媛)正值深秋,在济南海拔最高的景区——济南跑马岭休闲度假区内,百万株菊花争相开放,美不胜收。15日,记者在该景区看到,众多摄影师正在此取景拍片,游客们也忍不住举起手机,拍下这金秋美景。

跑马岭休闲度假区正

在开展首届“南山赏菊”活动,景区种植菊花种类包括数菊、大立菊、悬崖菊、造型菊、多头菊、案头菊等达50多个品种,共有100余万株,活动持续到11月30日。另外这里还有济南海拔最高的湖,波光潋滟,如同绿色宝石镶嵌在群山之间。趁秋色正好,菊开正艳,赶紧去打卡吧!

专列、包船说明会周六举办 现场报名优惠多,参会有礼品相赠

笑夕阳是专业的老年旅游品牌,主打中老年旅游专列、包船等线路,多年来以优质的服务和运营经验成为夕阳红旅游产品的代表。10月20日上午8:30,由齐鲁晚报“壹起游”俱乐部联合笑夕阳组织的产品说明会,将在山东新闻大厦四楼西岳厅举行。届时,有专业旅游人士为大家讲解部分专列、包船及康养游线路产品的推介。

说明会主要对“三峡游”、“中越跨国专列游”、“港澳游”等线路产品进行讲解,与以往不同的是,这次说明会笑夕阳将推出“康养旅居”线路,本线路为山东旅游行业协会旅游康养分会推荐产品,有“养”有“游”,“中国马尔代夫”广东惠州巽寮湾畔,体验入住一线海景酒店,酒店房间宽敞舒适,



第八届秦池酒文化庆典暨 龙琬·鲁酱壹号发布会召开

10月15日,山东秦池酒业有限公司举办了“第八届秦池酒文化庆典暨龙琬·鲁酱壹号品鉴及上市活动”,共有600多位社会各界人士、秦池酒业客户代表、白酒专家参加本次活动。

活动现场,十位贵宾受邀为山东秦池酒业有限公司封存十坛酱香型白酒,并储存在秦池储配库内,作为企业今后的调味酒使用。活动后,来宾依次参观了厂区新建的酒文化长廊、老酒库房、鲁酱一号酿酒车间、酿酒记忆馆、鲁酱一号储备库和秦池酒文

化展馆等地。

据了解,今年为展示新秦池,新面貌,打造鲁酒酱香高地,山东秦池酒业有限公司对厂房和生产储配设施进行全面改造的同时,也集酿酒专家和企业技术力量的努力,经长时间酝酿发酵后,终于酿制出了具有山东味道的龙琬鲁酱一号产品。在秦池龙琬·鲁酱一号品鉴及上市活动中,模特也通过走秀的方式从不同角度展示了秦池龙琬·鲁酱壹号产品的无穷魅力。

(张琪)