

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个区县的分管区长或旅游局负责人,179家景区、度假区的负责人,大型旅游社、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“人数多就是万事大吉”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。

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、包船及康养旅游线路产品的推介。

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,

客房均设落地玻璃窗,超大阳台,全部配置5星级豪华家私,180度超级无敌海景房,自然采光,空气流通,舒适安逸。

为了答谢新老朋友对“笑夕阳”品牌的认可,在重阳佳节来临之际,部分产品现场报名赠送2019年《齐鲁晚报》全年报卡一张,还可参加抽奖等内容,每位到场的读者都可获赠精美礼品一份。更多线路详情,请拨打电话13165137869报名参加10月20日的产品说明会或扫描齐鲁晚报“壹起游”二维码查看吧! (卢红)



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,打造鲁酒酱香新高地,山东秦池酒业有限公司对厂容厂貌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,终于研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)

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