

# 2022年，山东纳客量力争突破11亿人次

## 将打造超300个精品文化旅游区、100个精品旅游特色村

本报济南11月14日讯(记者 王逸涵) 近日,山东省政府印发《山东省精品旅游发展专项规划(2018—2022年)》(以下简称《规划》),提出到2022年,我省旅游产业年接待国内外游客突破11亿人次,旅游消费总额突破15万亿元,旅游休闲产业增加值达到8000亿元,占GDP比重达到8%。

当前,我省旅游业虽发展较快,但仍存有发展不平衡不充分、高端旅游产品相对不足、旅游大企业数量偏少等问题。《规划》提出,产品精品化是精品旅游发展的核心和关键,要以产品创新带动消费升级,具体要求发展高端海洋旅

游、提档升级乡村旅游、打造文化旅游精品、提升城市旅游品位、培育生态旅游产品、传承红色文化基因。

《规划》提出,到2022年,我省将建设曲阜东方圣城中国传统文化精品旅游发展高地,齐国故都齐文化精品旅游发展高地,沂蒙红色文化精品旅游发展高地,青烟威精品海洋旅游发展高地,黄河三角洲生态文化精品旅游高地,济南泉文化精品旅游高地等6大精品旅游发展高地的具体目标。此外,山东还将建设20个旅游产业新旧动能转换暨精品旅游基地、20个精品旅游度假区、50个精

品旅游景区、100个城市精品休闲旅游街区(社区)、200家精品旅游酒店、100个精品旅游特色村等项目。

当前我省已进入文旅融合深入发展阶段。《规划》提出,到2022年,力争文化旅游行业营业收入达到400亿元以上,在全省打造300个以上文化主题鲜明、设施配套完善的精品文化旅游景区;在打造旅游文化品牌方面,山东将按照“好客山东”品牌、十大文化旅游目的地品牌、城市旅游品牌、旅游产品品牌4个层面,构建山东省金字塔形的旅游文化品牌体系。

做大山东十大文化旅游

目的地品牌,《规划》提出要重点培育儒家文化、泰山文化、齐文化、运河文化、黄金海岸文化等五大文化旅游带以及古城文化旅游集群片区,建设青岛、济南影视文化消费先行体验区;实施目的地、旅游景区文创商品研发工程,支持开发代表自身文化特色的标志性文创旅游商品;培育壮大知名旅游演艺品牌,推出一批代表山东文化特色的地方戏曲经典剧目,丰富文化旅游演艺市场。

此外,山东还将推动非物质文化遗产、民俗展演、山东绝活等进景区、进度假区、进乡村旅游集聚区,推广“景区+

游乐”“景区+剧场”“景区+演艺”等文化活动模式,在主要旅游城市、5A级景区、国家级旅游度假区打造常年演出的精品文化旅游演艺项目。《规划》中对打造山东精品节庆活动方面也提出了建议,将着重加强孔子国际文化节、青岛国际啤酒节、泰山国际登山节、潍坊国际风筝节、菏泽国际牡丹节等旅游节庆活动的市场化运作和国际影响力;组织各种新颖的文化节庆博览会,支持各地推出一批具有较大影响力的会展、商贸、文化、节庆等大型活动,并利用传统节日组织开展多种精品民俗旅游节庆活动。

## 济南市第四届导游大赛完美收官

### 泉城故事谁最会讲?他们百里挑一



获奖选手上台领奖。

本报济南11月14日讯(记者 张琪)11月13日,由济南市精神文明建设委员会办公室、济南市总工会、共青团济南市委、济南市妇女联合会、济南市红十字会、济南市旅游发展委员会联合主办的济南市第四届导游大赛总决赛暨颁奖典礼在南郊宾馆俱乐部成功举办。本次大赛旨在深入推进旅游行业精神文明建设,通过以赛代训的方式打造一支德才兼备、能够代言“好客山东 泉城济南”魅力形象、传播行业正能量和地域文化特色的行业明星队伍。

导游员是旅游服务业的“核心纽带”,是展示城市靓丽风采形象的重要窗口以及引导文明、传播文化的一线工作者,本次大赛的举办不仅是对济南市导游员的一次大交流、大展示、大提升、大检阅,也是一次提升全域旅游服务质量、讲好济南故事、传播好济南故事的重要契机。



选手们多才多艺,尽展导游风采

大赛自3月1日正式启动以来,得到了社会各界人士的广泛关注和踊跃参与,最终三千余人成功通过资格审核报名参加。经过12个分赛区近40场激烈的初赛选拔以及半决赛的多轮角逐,最终20名选手入围总决赛。

总决赛设置实地带团、情景再现、导游讲解、知识问答、才艺展示等多个环节,选手们尽展导游风采。来自山东旅游职业学院的刘明辉说:“这次的比赛非常全面,不仅仅是舞台上的比拼,新加入的实地带团、情景再现等环节,让我们有了全方位展示自己的机会。”记者了解到,大赛组委会在赛事期间对选手进行了两次集中培训,半决赛中采用“导师制”,邀请专业导师与选手互选组成团队,对选手们在导游词设计创作、知识结构、仪容仪表、实际带团中才艺运用等方面进行了专业指导。“导师对我们的帮助非常大,总是能够给我们提出

一些建设性的意见,让我们成长了很多。”刘明辉说道。

最终,王子然、褚衍帅斩获“导游之星”组一等奖,并申请授予济南市“五一劳动奖章”、“杰出青年岗位操作能手”等荣誉称号,刘明辉、高文静荣获“未来之星”组一等奖,同时获得由济南市导游协会提供的奖励。此外,本次大赛还产生了最佳口才奖、最佳创作奖、最佳风采奖、最佳人气奖等单项奖及优秀组织奖、“最佳导游团队”、“最佳培育奖”等荣誉称号。

本次大赛为很多优秀的年轻导游员提供了展示自我风采的机会,获得本次大赛“导游之星”组第一名的王子然来自山东师范大学,目前是一名大二的学生。他告诉记者,自己平时会做一些导游兼职,多次的讲解经历让自己的导游经验更加丰富。谈起本次大赛的感受,王子然表示:“这次大赛收获特别大,从一开始初赛的时候有些紧张,到如今在舞台上的收放自如,自己不仅性格上更加稳重,不断地学习也让我提高了知识的储备量,在场上表现得更加自然。”

据介绍,本次大赛通过网络上招募的形式,邀请了50位大众评委及媒体评委参与评审,并通过济南市旅发委新浪微博及中国旅游报山东网络直播平台进行了全程直播,观看量超百万人次。

#### 资讯

门票换购苹果、旅游+研学……

### 多点“小心机”,西霞口冬季不“冷”

今年10月18日至11月6日,西霞口景区以烟威周边地区为试点开展为期20天的“下乡惠农”活动,将动物园门票以60元一张折扣价售给旅行社,用于带动烟威地区游客游览动物园,售票所得用于购买苹果来喂养园中动物,以“三方互动”实现“三方共赢”。

每年冬春季节都是景区旅游淡季,低旅游收入与高景区运营费,是亟需解决的难题。在全市创新思路共谋发展的大潮下,成山镇政府与西霞口景区创新思路,共谋发展,挖掘冬季旅游潜在市场。动物饲料费用占景区开销的重要部分,每年仅苹果消耗就至少18万斤,正值苹果收获季节,“门票换购苹

果”这一思路应运而生,既缓解了景区资金压力,更增售了门票,拉动景区客流量,激活冬季旅游市场。

现已出售门票2万余张,价值100多万,收购苹果近20万斤,惠及果农1万5千多人。活动开展以来,景区游客数量显著增长,周边市场极大激活。

同时,景区打出“旅游+新型生活”招,发展“旅游+研学教育”游,开设了冬令营、研学主题游等,融合现代人的思维方式和生活需求,发展多元化旅游新业态。下一步,景区将在“旅游+休闲度假”“旅游+新型养老”“旅游+健康养生”“旅游+购物”等多个方面发力,打造成山旅游目的地。

## 威海：旅游精准扶贫,鼓了腰包美了山水

本报济南11月14日讯(记者 张琪)2016年以来,威海市旅游发展委按照《威海市旅游精准扶贫实施方案》,立足全市180个扶贫重点村,全面推进威海市旅游行业扶贫工作,积极引导扶持扶贫重点村发展乡村旅游,统筹协调区域内旅游资源、优势产业、生态环境、公共服务等各类要素,以“旅游+”模式推动贫困地区资源优势逐步转变为产业优势,为乡村振兴注入了新活力和新动能。

据了解,威海市旅发委在180个扶贫重点村全面调研摸底的基础上,整合省、市旅游扶贫资金450万元,持续引导16个旅游重点村按照自身特点,发展个性化、特色化、差异化旅游业态。目前,16个旅游扶贫重点村结合各地资源禀赋,深入挖掘自身在生态涵养、休闲观光、文化体验、健康养老、田园采摘等方面的多重功能和价值,

推出特色乡村旅游项目吸引城乡旅游消费人群,打造了西山后生态园、徐家港一泊花港特色民宿、东姚家山生态民宿和红色旅游等一批特色旅游扶贫项目。据初步统计,通过旅游扶贫项目带动贫困人口2153人,实现人均增收713元。

依托威海乡村旅游电商平台、礼尚威海平台。针对威海市180个扶贫重点村,威海市旅发委整合休闲采摘产品、农副产品,打造线上线下互动的销售平台,相继策划推出“精准扶贫采摘季”活动,设立了精准扶贫专栏,上线扶贫村旅游产品33个;策划北申格村、慕驾山村、后高村、西山后村特色果蔬采摘活动,实现增收10.51万元;在全市180个扶贫重点村村委挂牌“礼尚威海·便民站”,优质农产品可通过“便民站”向“礼尚威海”品牌的线下渠道和线上渠道输送,解决了产品销售渠道问题。