

# 引领山东文旅“大合唱”

## 山东(济南)旅交会:3天展会 6万观众 4700万销售额!

由济南市人民政府、山东省文化和旅游厅主办,济南市文化和旅游局、山东新丞华展览有限公司承办的2019山东(济南)国际旅游交易会完美落下帷幕。今年,这里全力构建的是一个有深度体验、有新奇感受的文化旅游“体验场”。自2001年至今,这个山东“举办时间最长、规模最大、专业化程度最高、国际影响力最强”的旅游专业展会,已成功举办了16届。今年17岁的它,依然是“青春面孔”。

本报记者 王逸涵 乔显佳

### 好看又好玩 “新业态”带来“新看点”

与往年相比,今年展区的场馆面积大了一倍,面积近3万平米,游览舒适度明显增强。63岁的济南市民李明告诉记者,全家都是旅游“发烧友”,来山东(济南)旅交会除了能以高性价比选购到意向出游的产品,更多时候,还能发现一些“更新鲜、更有意思、更没想到”的旅游目的地,而且一些现场手工表演、非遗作品展示、特色演出和旅游商品都“很有意思”。

本届山东(济南)旅交会的一个亮点,就是“智慧文旅”、房车露营、研学游等新业态的汇聚,吸引大量关注。展会现场的一处VR体验机前聚集了好多人,“刺激,过瘾。就是时间太短了没玩够!”一位参与体验的市民说。游客带上VR眼睛,坐在体验机上,在短短两分钟的时间里可以看到济南的古街与各种风貌,可将坐落于长清区的华谊兄弟国际影城整体风貌一览无余。除了这台VR体验机,在其他展区也可看到其他科技元素的亮相。在济南市中区展区,冷湖实验室的一位工作人员,将手伸入“水”池底部,捧起一团泡沫,打火机一点,手上捧起一团火焰,却毫发无损,原来是液态氮在其中起了作用。这让许多带着孩子来玩的游客萌生了好奇。诸如此类引人入胜的体验项目在山东(济南)旅交会现场俯拾皆是。

借着本次山东(济南)旅交会搭建的台,很多文创企业的戏也越唱越响。“我们就是想把济南的泉山湖河城等传统文化元素进行提取整合,让城市的文化符号转化成一种高端的IP,推陈出新做文创产品。”展商北极鸥文化创意(山东)有限公司总经理李爱民说,通过参展确定了很多的合作意向,“除了济南本地,像高速公路的服务站和一些省内其他景区也希望引入我们的产品。”在他看来,在这样一个大平台上,可以聆听到更多文旅业

界的声音,交流碰撞,从而根据这些市场实际反馈进行改进研制。“我们希望通过这些具有济南特色的产品,让外地游客喜欢济南,更多的宣传济南。”而对于明年的山东(济南)旅交会,李爱民表示“铁定还会参加”。

### 旅交会上“卖房车” 省内房车成气候

实现了“新突破”的还有不少房车及露营装备企业。据了解,房车露营展区交易今年实现了现场达成10辆房车、约350万元的销售额,房车成交单价从7.98万到59.8万元不等。

“昨天刚刚卖出一辆房车!”展会现场,记者在采访山东巨威汽车制造有限公司销售总监王玉霞时,她面带喜色的说道。最近两年,随着人们对房车旅行认知提高,以及生活休闲观念的提升,广大私车群体中开始冒出一批房车旅行的爱好者。尽管数量仍少,但潜力巨大。这也是吸引巨威房车等参加像山东(济南)旅交会这样省内旅游业界盛会的动因。

6月1日下午2点,参会另一房车企业、来自青岛黄岛区的春田房车,其中一辆房车车窗上挂出“此车已售”的启示。现场负责人青岛春田科技车辆有限公司营销总经理牟喜伦说,能够实现山东(济南)旅交会卖车,他本人感到很意外。售出的是一辆价值28万元左右后C型房车,此次开张预示今后山东(济南)旅交会“市场可期”。在本次旅交会现场,记者与几家房车销售负责人交流得悉,连续数年,其每年的房车销售量,均出现“倍增”,可谓形势一片大好。

济南市文化和旅游局副局长闫险峰表示,举办山东(济南)旅交会的目的不仅仅是交易,更重要的任务是引导文化旅游消费的潮流。希望通过山东(济南)旅交会的持续举办和房车等新业态的推广,能够引领济南房车市场和营地建设,进而促进济南打造国际旅游目的地城市目标的实现。



文化体验、产品展销、特色演出等贯穿全程,吸睛不断。

### “朋友圈”落地旅交会 巡馆“拔不动腿”

山东(济南)旅交会现场,新老朋友齐聚,今年的国际“朋友圈”显然又壮大了。俄罗斯、法国、拉脱维亚、捷克、丹麦、新加坡、马来西亚、韩国、伊朗……33个国家和地区、1000多家旅游机构和企业参展通过主题展览、文旅推介会、精准对接大会、旅游风情演出等形式,展示各自国家的异域风光、风土和人情。

为了消除距离感,鼓励游客来旅游,不少境外旅游局也是“蛮拼的”。韩国旅游发展局组织了5个省道的代表团参展,现场魔术表演、人脸1分钟素描等互动体验项目前排起了长队,通过生动的展示推动鲁韩文化旅游交流合作。法国雷恩市推介会上介绍的“丽丝大集”、布列塔尼当代艺术博物馆等特色旅游项目让与会的观众和旅行商心向往之。记者现场看到,除了生动有趣的视频、图片介绍,拉脱维亚驻华大使馆商务参赞艾思洁女士、捷克旅游局北京办事处局长博智洋先生还特别用中文进行推介,不仅中文说得溜,还时不时抖个包袱“博君一笑”。博智洋相信,今年会有更多的山东游客前往捷克,同时也会有更长的时间留在捷克,在这个“满是故事”的国度,每个山东人都可以寻找属于自己的故事。

在“一带一路”国际化展示区,各种各样的“网红尖货”异域风情浓郁,国际范儿十足,全是“买买买”的场景。巴基斯坦原产地宝石、玉器以及当地民间特色的手工木器,越南本土著名的猫屎咖啡、榴莲饼、鳄鱼皮包、名贵沉香等,土耳其、波兰、伊朗等国家手工制作的陶瓷艺术展盘、茶壶、铜线织成的挂毯等,颜色靓丽炫目,令人爱不释

手。

湖北、湖南、安徽、西藏、重庆等15个兄弟省市,也都纷纷拿出王牌项目,完全是“大好河山任性玩”的节奏。湖北省文化和旅游厅通过《神农架榔鼓舞》、《蓝桥戏水》等精彩文化演出向泉城市民生动展现了神农架秀丽的自然风光和厚重的人文历史;西藏自治区旅游发展厅展台推出的“智游时代·西藏天旅”等高端定制旅游产品受到现场观众的喜爱;山西吕梁展台上精彩的木偶剧表演吸引现场观众争相观看。

山东自然不会错过在家门口举行的此次盛会上一展风采的契机。山东十大文化旅游目的地品牌展区突出文旅元素,开展一系列宣传展示、专业洽谈、产品特卖、文化演出、传统手工艺表演等活动“倾巢而出”。滨州市展台一人高的非遗“布老虎”虎虎生威,吸引众多观众;菏泽市展台的工笔牡丹画、五谷牡丹画、牡丹剪纸、牡丹瓷盘等做工精美,惟妙惟肖。

“无体验,不现场”。泉城济南的各个区县,更是不甘示弱,亲子互动、秧歌展演、现场版熊出没舞台剧、传统猪蹄儿、老式糕点等现场制作演示轮番上演。在莱芜区展厅,一位负责人告诉记者,这次的参展体验与以往略有不同。作为莱芜区这是一次参加,前前后后准备了大概一个月。”该负责人介绍道,“莱芜的特色我们都带来了,比如‘三黑一花’,就是黑猪、黑山羊、黑鸡和花脸长毛兔,还有大家熟悉的莱芜香肠、山楂、玻璃制品、打铁制品等都亮相了本次旅交会。我们希望能把特色呈现给大家。”谈到对于本届山东(济南)旅交会的感受,该名负责人表示这次展会规模很大,客流量也相当大,期待着能为莱芜区的文旅事业带来提升。

### 销售额破百万 旅行社乐开花

山东(济南)旅交会现场,展馆二层旅游线路产品特卖区域交易火爆。山东旅游有限公司、嘉华国际旅行社、途牛旅游、携程百事通旅游等重点旅行社和旅游电商推出上千条特色旅游线路产品,同时开展买赠优惠、限额抽奖等活动。“性价比还是不错的,我们一家暑期打算去俄罗斯玩,原价是5000多元,现在是3000多元。”游客马先生说。参展的各家旅行社,也是“乐开了花”。嘉华国际推出的济南直飞朝鲜、柬埔寨包机旅游产品销售火爆,三天收客600余人,销售额240万元;携程旅游现场达成14人马尔代夫包岛旅游产品大单,销售额258万元;尊享新之航签下2人“醉美南极”15万元的大单。

据济南市文化和旅游局处长刘荣耀介绍,本届展会共设置1000个国际标准展位,展位规模比去年扩大一倍。来自33个国家和地区的1057家旅游机构、3000多名参展商和买家团前来参展,展会期间举办了120多场旅游推介会、旅行商业洽谈会和旅游风情演出。三天时间,展会共吸引6万余人次入馆参观,发放各类宣传资料120多万份,其中参与现场售卖的济南市7家重点旅行社和旅游电商收单8997人次,共销售旅游产品4731.6万元,销售额同比增长43.9%。“本届山东(济南)旅交会有效提升了好客山东和泉城济南的文化旅游形象,深化了国内文旅业界合作,展会取得丰硕成果。”山东省文化和旅游厅副厅长张明池表示。

更多山东(济南)旅交会精彩回顾

