



关注旅发大会 抓住文旅风口



张明池

大会日程虽短,含金量却高。将着力解决当下和今后文旅产业发展中面临的实际问题,公布文化旅游融合发展规划。同时召开的中国文化旅游博览会,成为推广山东文旅品牌一大契机。多年来矢志打造的“好客山东”品牌也将得以擦亮。山东省省长亲自对山东文旅资源进行推介,济南市委书记也将对该市文旅资源进行推介。

作为普通的旅游消费者,可借助各类媒介追踪大会情况,同步观看黄河入海大型交响音乐会、文旅嘉年华演出等,感受文旅产业发展脉搏;已经或正准备进军文旅的各界翘楚,也可通过大会找到答案。

总之,旅发大会对方兴未艾的文旅产业来说是一次继续发展的重要契机,将指明发展的方向,坚定投资者的信心。

齐鲁晚报·齐鲁壹点一向关注文旅产业发展,与山东各级文旅部门以及涉旅产业链保持着密切关系。欣闻近日由贵报组织,山东16家实力旅游机构、企业集团赴浙江参加2020中国文化和旅游总评榜,并获佳绩。媒体和美景携手“媒美与共”,必将给文旅产业带来更多创新因子。希望主流媒体继续搭建桥梁,为山东文旅与省外、境外同业或客源地交流提供更多机会。

(作者系山东省文化和旅游厅党组成员、副厅长)

以旅发大会为机 推动文旅产业高质量发展



王德刚

在山东省旅游业发展关键的升级转型期,省委省政府决定召开全省旅游发展大会,是一次具有重要的时代意义的大会,将对我省文旅产业转型升级和高质量发展产生极大的推动作用。

中国现代旅游业的发展经过四十年连续、快速的发展,走过了西方近两个世纪的旅游发展历程,在各方面都取得了巨大成就,但同时也积累了许多问题,目前正处于集中爆发期,特别是旅游企业在走过了旅游业发展初期的“低垂果实时代”之后,正处于转型过程的“茫然期”;而旅游目的地的发展在经历了文旅消费升级和新冠疫情双重影响之后,如何向健康方向转型、开发怎样的产品、组织怎样的业态、构建怎样的政策推进体系等,都需要进行一次深层次的思想碰撞。

另一方面,互联网、物联网、大数据、智能制造等现代信息技术的发展,引致文旅产业的发展路径和文旅企业的成长逻辑发生嬗变。

在任何一个目的地层级上,“旅发大会”都是一次集中的产业动员会、政策宣讲会、招商说明会、项目推进会、形象展示会、产品推介会、经验观摩会和发展促进会,通过“旅发大会”的召开,形成对文旅产业未来发展的“一揽子”政策体系。因此,我们要充分利用好这次在关键时机召开的关键会议,用大会的政策红利,去推动全省文旅产业新一轮的快速和高质量发展。

(作者为山东大学旅游产业研究院院长、中国旅游协会副会长、山东省旅游行业协会会长)

多措并举 倾力打造“文化济南”



邱良

4月28日,省委书记刘家义到济南调研时,提出打造“文化济南”的工作要求,预示省会迎来文化产业大发展的机遇期、窗口期。

近年来,济南市文化产业有了一定发展,但与杭州、深圳等相比,还存在产业规模不大、结构不优、保障要素不完备等问题,亟须迎头赶上。为此将重点做好七项工作:做强新媒体产业、做精数字创意设计产业、做火时尚文化产业、做好影视动漫产业、做大文化会展产业、做优演艺娱乐业、做活文化旅游业。同时,还要创优载体,培育发展新引擎,打造百个文化产业园区,做强千家重点文化企业,培育万名文化创意骨干人才。

以“文化济南”建设为引领,济南确立起打造黄河文化名城的目标,讲好黄河文化故事。既要与省内其他沿黄8市加强交流合作,也要与沿黄各省加强交流合作;要夯实“齐鲁文化新高地”地位,加快省会都市圈文旅资源整合,与泰安、济宁共建世界级中华文化枢轴;落实济南、淄博文旅同城化战略合作协议,推动互联互通、融合发展;着力建设“济南戏曲大码头”。另外积极创建“东亚文化之都”,将济南打造成世界知名旅游目的地。眼下,要高水平承办好2020山东省旅游发展大会暨首届中国国际文化旅游博览会、第六届中国非遗博览会。

我们希望与齐鲁晚报等主流媒体携手,一起推进“文化济南”建设。

(作者系济南市文化和旅游局党组书记、局长)

文旅大咖谈

现代旅游业40年发展,地位不断提高。特别是文旅融合两年来,文旅产业迎来更大风口。

山东省旅游发展大会定于9月16日-17日举行,这次会议规格高,影响大,牵涉面广,受到方方面面关注。文化和旅游部领导,省委、省政府主要领导,以及十六市党、政主要负责人将参会。这对于快速发展中的山东文旅产业,再一次提振,必将产生深远的影响力,成为现代旅游发展史上具有标志意义的一次盛会。

值此盛会召开之际,我们特邀6位文旅领域有影响力的大咖分享他们的体会,帮助读者了解今日的旅游产业。

风起青萍 旅游营销已经改变

闫向军



“我们过去所了解的旅游业完蛋了。这不意味着旅行终结了,只是我们过去熟知的旅游结束了,而且一去不复返。”

以上是英国《每日邮报》网站上,刊登的爱彼迎公司联合创始人布赖恩·赫斯基的话。他在接受美国消费者新闻与商业频道(CNBC)专访时说了以上言论。

眼下进入后疫情时期。放眼望去,蝴蝶翅膀扇动和黑云压城的雷声并起,风起青萍,旅游业的变化已经开始。具体到旅游的宣传营销方面,也亟须跟进形势或开始改变。

发现并记录这一变化,从来并将始终是齐鲁晚报·齐鲁壹点这样主流媒体记者的天职。行业的期待从未减少,期待老伙计们有更大的作为。也在此番文旅融合大发展中有更大的斩获。

(作者系山东旅游职业学院院长、壹点智库文旅全媒体策划与传播研究中心特聘专家)

期待更多游客 走进博物馆

郑同修



保护和传承中华民族优秀传统文化、加强文化遗产保护工作,得到了高度重视,已成为全社会的共识。要系统梳理传统文化资源,让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。同时,随着国民素质的提高,更多民众走进博物馆,领略我国优秀历史文化的博大精深,博物馆热已成事实。

时下,文化和旅游的融合更为博物馆事业的发展带来了无限广阔的发展前景。旅游业无不将参观游览各类博物馆纳入旅游线路产品,而博物馆也因旅游业的发展收获更多观众,从而彰显国家公共场馆的社会效益。

未来对博物馆来讲,要真正做到“让文物活起来”,就必须在科研支撑下,讲好中国故事,传播好中国声音。不仅要把馆藏文物展示出来,办好各类展览,更要挖掘文物背后的故事,最终达到增强全民文化自信的目的。

因为一个馆走进一座城、通过一个馆了解一个城。文旅的融合形如给文化和旅游事业的发展插上了两只翅膀,必定会实现双赢,这是社会发展的大势所趋。

期盼山东省旅发大会胜利召开!祝贺《齐鲁晚报》推出“文旅盛典”特刊!

(作者为山东博物馆党委书记、馆长,壹点智库文旅全媒体策划与传播研究中心特聘专家)

做好持久战准备 迎接产业转型升级

王晨光



今年以来,新冠肺炎疫情给全球旅游业带来了沉重打击。当下我省旅游业界正确应对疫情影响,需要面对旅游市场出现的三大变化。

一是消费降级。疫情长期化已对旅游业的外部发展环境造成恶劣影响。国民压缩非必需品的消费支出,加之各地为抗疫采取各种限制人员流动措施,以及国际旅游市场的全面停滞,冲击巨大。故此判断,我国旅游总体消费水平很难继续维持持续增长势头。

二是需求升级。从旅游市场需求看,近期仍可维持乐观预期。2019年我国人均GDP首次超过一万美元,标志着已进入中高收入国家序列,国民对生活品质的要求不断提升。尤其是,中产收入群体把旅游休闲当成刚性需求;加之疫情之下,国民更加注重生命安全和生活品质,都为旅游业构筑了更为坚实的市场基础。

三是市场分级。疫情新常态下,旅游消费群体的分化趋势更加明显。因此建议旅游企业,找准市场定位,盯紧目标游客,采取更高效的商业模式,为游客创造更大价值,才能活下去,才能活得好。

总之,旅游企业要做好打持久战的思想准备,迎接产业转型升级,高质量发展时代到来。

(作者系山东大学经济学院教授,山东大学文化和旅游研究中心主任,壹点智库文旅全媒体策划与传播研究中心特聘专家)