

挖掘文化内涵 打造特色旅游

威海市旅游局党委书记、局长于胜涛谈威海旅游发展思路

本报记者 刘洁 本报通讯员 胡军民



威海市旅游局党委书记、局长于胜涛。

“千里海岸线，一幅山水画——走遍四海，还是威海”，伴随着这句威海旅游宣传语叫响全国，2010年威海旅游接待人数、旅游总收入又赢得了双丰收。2010年，威海接待海内外游客2149万人次，旅游总收入220亿元，增长幅度分别达到了14.9%和16.7%；全市18处景区点接待游客551万人次，门票收入4.4亿元，增长幅度更是达到了40.1%和49.9%。

“蓝色休闲之都 世界宜居城市”，随着这一城市品牌口号的确立，威海旅游受到世人的关注。威海旅游，为何能取得如此大的成就？2011年作为“十二五”的开局之年，威海旅游的总思路是什么？17日，记者对威海市旅游局党委书记、局长于胜涛进行了专访。

市长挂帅，48个部门一把手齐参与

“创新的工作机制，形成了威海旅游业发展的合力。”对2010年威海旅游取得的成绩，于胜涛认为这是主要原因之一。2010年初，威海市委、市政府成立了由市长任主任、7个市区和48个部门主要负责同志为成员的旅游发展工作委

员会，专门召开会议，研究、解决旅游业发展中的重大问题，推动了旅游与制造业、农业、海洋经济、文化体育等产业的融合发展。同时，首次将旅游工作列入全市重点工作目标绩效考核，进行了工作责任细化分解，形成了具体工作分

工，采取日常调度、年终自查、重点抽查等方式，对全市旅游重点工作进行了考核，保证了每项工作落到实处，全市旅游业发展氛围空前浓厚。

近年来，威海旅游发展政策环境明显改善。于胜涛表示，2010年1月，在旅游产业发

展大会上，威海制订并出台了《关于进一步加快旅游业发展的意见》和《威海旅游业发展实施方案》，全面部署了今后三至五年旅游工作要求和具体任务，设立了旅游业发展专项资金，旅游产业政策体系逐步形成。

六大重点项目，一年投资近50个亿

“旅游接待人数和旅游收入的双丰收，与威海对旅游的投入是分不开的。2010年，全市提升了一大批传统景区，打造了相当数量的精品项目。”于胜涛介绍，传统景区方面，刘公岛创建5A级景区已通过了国家旅游局评定；嵒山景区聘请浙江远见旅游研究院完成规划，投资7000万元进行了景区基础设施建设；圣经山景区由山西中

赫能化有限公司投资5亿元建设，完成了老子雕塑安装，提升了景区文化品位。同时，华夏城、大乳山滨海度假区、仙姑顶、汤泊温泉、金海游艇俱乐部、好当家滨海旅游度假区六个重点项目总投资125.5亿元，2010年内完成投资48.8亿元。华夏城、仙姑顶、汤泊温泉度假区均对外开放并全部被评为国家4A级景区，华夏集团策划推

出的大型360°山水情景演艺——神游华夏公演成功，被评为“全省品牌山东旅游演艺创新奖”，成为全省高品质旅游文化品牌。

另外，按照五星级标准，全市开工建设了8家酒店，总投资近30亿元，完成投资8.4亿元。其中，由洲际皇冠假日酒店管理运营的市区国际会议中心五星级酒店规划方案

完成，完成投资700万；荣成纹石宝滩、三和影视基地、荣成湾度假村三家酒店全部开工建设，完成投资5.6亿元；乳山泰隆鑫港、长城文华苑酒店总投资7.5亿元，完成投资2亿元；工业新区总投资3.5亿元的金太阳大酒店和总投资1.5亿元的响卓酒店，均开工建设，完成投资7600万元，主体框架均已封顶。

突出特色，叫响“蓝色休闲”品牌

作为“十二五”的开局之年，2011年威海旅游路在何方？对于这个问题，于胜涛的答案非常清晰：“2011年，威海将围绕扎实开展旅游文化产业提升行动，以转变方式、产业提升为主线，以威海文化为引领，突出特色、创新和实效，加速旅游高端化、信息化、产业化、标准化进程，强化市场营销，培育新型业态，保持和扩大旅游业发展的良好形势，力争全年旅游总人数和旅游总

收入均增长15%以上，为‘十二五’期间威海成为全国著名海滨休闲度假旅游目的地奠定基础。”

温泉，在威海旅游中的地位越来越受到人们的重视，于胜涛表示，今后威海将全面提升温泉旅游层次，立足威海“中国温泉之乡”品牌，围绕养生保健主题，推动温泉旅游企业和高端美容、疗养机构合作，策划推出“温泉+中医保健”、“温泉+美容化妆”等高附

加值的旅游产品，吸引高端市场群体。同时，培育海上旅游亮点，扩大高尔夫旅游市场，依托嘉德威号游轮，开发夜游刘公岛、夜游威海湾旅游线路和海岛游项目，利用威海高尔夫设施和良好气候条件，推出以高尔夫运动为主线、各种休闲娱乐和美食购物活动配套的旅游线路。

另外，2011年威海还将深入挖掘文化内涵，打造特色旅游品牌。突出打造威海

菜品牌，以海洋养生为主题，深度挖掘威海菜文化内涵，开展威海菜历史研究，组织专家编写“威海菜谱”。营销方面，以“一首歌（《海滨小城威海卫》）、一个标识（威海旅游标识）、一句口号（走遍四海，还是威海）、一本书（《跟我游威海》）”为重点，整合全市旅游宣传资源，开展旅游形象宣传，对外营销突出俄罗斯、韩国市场，大力开拓入境旅游。



国际海水浴场沙滩。（资料片）