



高铁时代

山东拟打造三大旅游高地



高铁时代到来，对山东旅游将产生广泛而深远的影响，为应对高铁旅游，山东省旅游局近日，委托省旅游规划院编制《山东高铁旅游规划》，以打造“高铁旅游带”为契机，努力挖掘沿线旅游资源，重点打造中华文化核心区、鲁南旅游集聚区、鲁北旅游集聚区三个旅游高地。

本报记者 蒋波

三大旅游高地呼之欲出

中华文化核心区

重点打造济南、泰安、曲阜等高铁沿线城市品牌形象，实施精品化战略，以发展文化体验、商务会展、高端休闲为重点目标，倾力打造“中华文化核心区”。充分挖掘儒家文化、泰山文化和泉水文化旅游资源，打造旅游精品，力争把山水圣人旅游区打造成高铁沿线最具竞争力的首选旅游目的地。

鲁南旅游集聚区

深度开发高铁沿线运河文化、水浒文化、红色文化等山东特色旅游资源，打造“鲁南旅游集聚区”。整合济宁、临沂、菏泽、枣庄等高铁沿线及周边地区资源，以发展观光度假、文化体验、红色旅游为重点目标，形成一批代表山东特色、反映齐鲁文化的旅游产品，促进鲁南地区旅游格局的升级，形成“水陆两栖、并行发展”的旅游观光带，将鲁南打造成为高铁沿线山东新的旅游增长极。

鲁北旅游集聚区

加大德州、聊城、滨州及东营等沿边地区旅游资源开发，建设“鲁北旅游集聚区”。重点发展休闲度假、工业旅游、乡村

旅游、景观湿地和黄河口旅游，形成较为完善的产品体系，通过创新、提高、整合等手段打造精品，进行梯度开发、有序发展，形成与鲁中、鲁南相匹配的旅游发展格局。

构建“H型”高铁旅游网络

京沪高铁纵贯山东西部，将济南、德州、泰安、济宁、枣庄等城市连成一线。京沪高铁开通后，原青岛至北京、青岛至上海的动车组，途径济南后将跨线至京沪高铁运行。这意味着胶东半岛到北京的距离将缩短至3.5小时，至上海的距离缩短至4.5小时以内。同时，已开工建设的半岛城际铁路专线将贯穿青烟威三市，构建起山东“H型”高铁旅游网络。山东旅游将以“板块联合”思路打造城市旅游，加强旅游板块间联动，改变旅游城市分散、独立的传统局面，实现山东旅游发展的“双轮驱动”。

首先以构建“高铁旅游网络”为契机，以济南—淄博—潍坊—青岛为主干道，着力打造山东省内首个“旅游黄金通道”，以烟台、威海、日照、莱芜等城市为辐射节点，充分发挥节点城市和目的地城市客流吸纳与输出作用，大力提升旅游集散枢纽功能。“旅游黄金通道”途经城市和半岛旅游城市要抓住机遇，充分挖掘旅游、民俗、文化、自然、商务等各方面资源，实施“风情道逍遥”和“黄金海岸游”旅游产品升级与重点突破，打造代表山东特色、全国知

名的高端旅游品牌。同时，紧密结合山东半岛蓝色经济区开发步伐，重点发展国家级和省级旅游度假区、度假酒店群，开发民俗旅游、滨海旅游、疗养度假、海岛观光、邮轮游艇、商务会议等高端产品，构筑形象鲜明、特色突出、功能完善的海上旅游体系，打造山东“半岛休闲度假连绵带”。

打造“度假仓”旅游目的地

高铁开通，游客有充足时间对城市“内涵”进行全方位“消费式”游览，城市休闲旅游需求将大量增加，高速铁路连接的主要城市，将会迎来环城市游憩带的空间扩张。这就要求山东旅游在区域板块旅游构建中形成以观光为轴，体验、休闲、娱乐为目的目的地建设格局，提供功能多元化的服务，发展新型“度假仓”目的地模式。

山东将建设一批集合住宿、旅行社、景区、购物、交通、餐饮、娱乐在内的区域旅游集群，优化小区域内部旅游要素，在单元景区组合功能多样的空间产品，使景区、旅行社、旅游交通、娱乐场所、餐饮业等相互间“搭配合作”，形成“景区+旅行社”、“景区+旅行社+旅游交通+购物”、“景区+旅行社+旅游交通+娱乐场所+餐饮+购物”的发展模式，满足游客长时间滞留的旅游消费，为游客提供全方位的快捷、便利服务。

游情快递

赴日游遇重创 出境游热推欧美东南亚

每年3月到4月，被称为日本旅游业的黄金期。今年，在这个樱花依旧烂漫的时候，一场世纪强震以及随之而来的核泄漏阴霾，使日本旅游业遭受重创。记者近日采访山东多家旅行社获悉，各大旅行社均取消了近期赴日本旅游线路的发团计划，业内人士预测，赴日游短期内很难复苏，而其他出境线路则普遍升温。

地震加上核泄漏，让正值樱花赏花旺季的日本旅游基本处于停滞状态。据《北京青年报》统计数字显示，国内旅行社损失的最大部分来源于赴日游客数量急剧下降造成的利润下滑，其次是游客退团所产生的成本消耗。山东嘉华国旅、中旅总社、彩虹等旅行社有关负责人介绍说，本次受灾的仙台等地虽然不是旅游热门地，但为确保游客安全，旅行社已经取消了近期赴日本旅游的团。山东中青旅黄瑞文总经理说，日本发生9级大地震后，中青旅立即中止了青少年赴日培训项目，这也给旅行社带来了很大损失。彩虹国旅出境部魏经理表示，去年3月份彩虹国旅发送赴日游游客400多人，今年则全部叫停。

“日本游全面恢复可能短期内无法实现，要保持出境游业务持续增长，只能通过加大其他线路的增长来弥补因地震带来的损失。目前看来，以马尔代夫、泰国为代表的东南亚团，以及进入赏花旺季的欧美游将会有较大增长。”嘉华国旅相关负责人表示，日本游遭受重创后，由于许多游客已预留了假期，因此纷纷转往其他地区，比如欧洲、美国、澳大利亚、东南亚等地，吸纳了绝大部分的日本团客人。

(本刊记者 朱亚东 实习生 解雯昕)

泰山区旅游 大篷车满载而归

为进一步开拓泰山区主要国内旅游客源市场，加强泰山区与其他省、市、区之间的旅游合作与交流，近日，泰山区组织开展了首次旅游大篷车外出旅游宣传促销活动，并取得了圆满成功。

泰山区旅游大篷车宣传促销活动由区旅游局局长李自昌带队，泰山花样年华景区、泰山啤酒生肖园、泰安老县街3大景区及其他旅游企业参加。此次大篷车宣传区域主要是聊城、德州以及天津、河北等地，在聊城、天津召开2次推介会，共签订协议1700余份，发放宣传资料5万余份，联系交流旅行社300多家。

“大篷车”之旅尚未结束，就不断接到天津、沧州等多家旅行社进一步商谈合作事宜的来电……为期8天的泰山区旅游大篷车宣传促销活动，搭起了泰山区与省内外旅游企业合作的桥梁。

(张秀明)

我省旅游企业探索合作新模式

亲情沂蒙旅游集团和云驼景区签署团队外包协议

春意盎然，生机勃勃。3月中旬，山东亲情沂蒙旅游集团和青州云驼风景区管委会举行战略合作签约仪式，由亲情沂蒙旅游集团承包云驼景区的团队业务，一种山东乃至全国首创的合作模式仪式诞生。

云驼风景区党委书记刘允泉在签约仪式上提到，这次两大旅游企业的强强联手，做到了优势互补、资源共享，符合当前全省旅游发展大格局调整和变革的需求，必然对云驼风景区的未来发展带来深远影响，对于提升“云驼”的产品知名度美誉度，助推云

驼风景区实现跨越式发展，起到巨大推动作用。

沂水县政府顾问范春生认为，云驼风景区拥有丰富的旅游资源和深厚的文化底蕴，市场基础较好，具有强大的发展后劲和市场潜力。通过战略合作，让“云驼”的品牌和市场“走出去”。依托强大的市场网络平台和先进的深度营销模式，进行市场的全区域占位布局，有效地提升云驼风景区的市场知名度和品牌影响力，打造省内黄金旅游线路，实现合作共赢的良好局面。

此次战略合作的主要内容是景区市场营销管理。山东亲情沂蒙旅游集团承接青州云驼风景区管委会的团队市场外包业务，利用庞大的网络体系将云门山、驼山、非物质文化遗产博物馆等青州市数个景区点的团队进行市场开发和维护。

山东亲情沂蒙旅游集团以创建省内独有的景区企业市场运作商业模式为目标，全力打造集休闲、观光、娱乐、服务、地产等要素组合的高端旅游产业园。

(耿立杰)

山东蒙山国家森林公园

沐天然氧吧 浴林海花雨 观飞瀑流水 享森林激情

天然氧吧 激情飞扬

沂蒙山区好风光的典型代表

服务热线: 400-6700025