

# 新消费 新趋势 新体验

## 山东烟台：让旅游目的地更具消费动能

3月17日，烟台市政府新闻办公室举行新闻发布会，烟台市文化和旅游局党组成员、副局长任建平介绍了2023“烟台·蓬莱”中外旅游渠道商采购大会相关情况，蓬莱区文化和旅游局党组书记、局长王丽丽介绍了蓬莱区2023年培育发展文旅新业态、提升旅游新场景的工作举措。

任建平表示：“赶在旅游旺季到来之前，邀请中外旅游渠道商来烟台品鉴微度假、新旅居等新业态产品，争取更多的时间，凝聚旅游业界同仁的力量，共同创新线路、开发产品，让烟台旅游目的地更具消费动能，为‘山东消费提振年’贡献文旅力量。”

王丽丽介绍：“与走马观花式的旅游线路不同，此次蓬莱精心策划的‘仙·海’微度假品鉴系列，既是蓬莱产品化营销策略的重要举措，也是本次中外旅游渠道商大会推介亮点之一，为游客呈现出独一无二的‘蓬莱阁’和‘阁外蓬莱’。它是蓬莱旅游人自己作为游客亲身体验后做出的‘亲情’攻略，也是蓬莱旅游从业者用脚步细细丈量后设计的‘温馨’导航。”



### 新消费：产业链新思维 “三双”联动

烟台市文化和旅游局以“文旅产业链引领发展为导向、大项目突破带动为引擎”的新思维，深入调研、强力推进“补链、延链、强链、壮链”的项目突破。烟台市文化和旅游局党组书记、局长刘学祥介绍：“我们聚焦文旅项目‘在建、签约、在谈、建成’四张清单，建设招引文旅旗舰项目，‘优先育珠造点、逐步串珠成链’，锚定培育千亿级文旅项目集群，其中，黄渤海新区高星级酒店集群、丘山谷葡萄酒文化休闲度假区等已颇具规模。”

2022年，烟台在建文旅项目147个，计划总投资1630亿元，完成投资突破200亿元。芝罘全域旅游项目在2022山东省旅游发展大会开幕式上签约，龙口“英雄故里·百果之乡”乡村旅游项目在山东省文化和旅游投融资项目洽谈会上签约。目前，在谈文旅项目51个，总投资512亿元。建成文旅项目8个，总投资86.4亿元，其中，福山冰上运动综合体、烟台八角湾国际会展中心等项目运营已初见成效。在烟台市147个重点文旅项目中，“仙境海岸度假旅游带”项目占63个。“清泉海洋”“耕海一号”等成为烟台海洋渔业与海洋文旅产业链协调发展的新标杆。

烟台统筹空间与项目均衡发展，形成仙境海岸度假旅游带、鲜美田园休闲旅游带、芝罘湾区、八角湾区、蓬长湾区“两带三湾”的突破崛起、融合发展。“烟台市文化和旅游局党组成员、副局长张博说。

在八角湾区，金沙滩旅游度假区列入国家级旅游度假区，万豪、喜来登、希尔顿、威斯汀等多家国际知名酒店品牌项目相继落户，高品质滨海度假酒店集群态势已成。在蓬长湾区，以蓬莱开元度假、丘山谷葡萄酒文化休闲度假区、长岛“黑山印迹”高端民宿、小钦岛“院子·慢生活”民宿等重点项目为支撑，打造“蓬长生态大景区”；蓬莱丘山谷休闲度假区项目规划面积56平方公里，法国拉菲瑞德、英国苏各兰、加拿大盛葡萄酒、香港逸牛岭、弘辰百诺、安诺、仙岛七大国内外高端葡萄酒集聚于此；长岛加快建设海洋生态文明综合试验区，积极创建海洋类国家公园、5A级景区。

烟台着眼消费新趋势、新业态、新环境，不断探索“一链协同三双联动”的文化和旅游消费实践路径，入选2022中国城市旅游发展论坛“非凡十年·魅力二十城”。“三双联动”即“线上、线下双阵地”“供给、需求双引擎”“公共服

务、市场消费双渠道”的统筹协调。

把握消费新趋势。线上突破，“烟台文旅云”用户达162万，访问量超7000万次，入选文化和旅游部2021年智慧旅游典型案例，入选山东省“好客山东 云游齐鲁”智慧文旅试点城市，“基于大数据的新一代智慧文旅公共服务（烟台文旅云）”被山东省大数据局评为“省级大数据创新应用典型场景”。线下实践，统筹旅游度假区、A级景区、影院剧院、文化街区、文博场馆、餐饮饭店、商圈综合体等“链主”集群联动发展，构建文化和旅游消费的多元化载体体系。烟台市朝阳街烟台山特色街区入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区，朝阳街获评山东省省级示范步行街，获得国家级旅游景区称号；近日，芝罘烟台烟台山—朝阳街、所城里历史文化街区入选2023年度山东省现代服务业集聚区；蓬莱八仙过海旅游区、长岛南海岸文旅休闲区、龙湖葡萄酒文化街区获评第二批省级夜间文旅消费集聚区，烟台“虹口1920”微度假街区入选城市旅游优秀案例。

着眼消费新体验。以主题性节庆活动引领消费时尚，烟台国际海岸生活节、烟台国际葡萄酒节、“烟台人游烟台”等活动既是烟台文化和旅游市场的有效供给，也是对游客和市民消费需求的有效满足。以地域性特色产业拓宽消费空间，依托海洋、葡萄酒、黄金等众多优势产业资源，培育城市微度假、海岸自驾、文化演艺等消费新业态、新产品，以特色供给满足个性化、差异化的消费需求；仅文化演艺方面，新创复排50多部优秀舞台艺术作品，《烟台



所城里历史文化街区夜景

解放》《戚继光》通过保利院线全国巡演，京剧《戚继光》入选2022年首届黄河流域戏曲演出季。以艺术性文化创作引发消费热点，活化“烟台剪纸”等非遗传承，打造“烟台手造”精品文创产品。目前已有莱州毛笔、哈福玩具等7项产品入选“山东手造·优选100”名录；烟台市胶东民间艺术博物馆等7家实践基地入选“山东省非物质文化遗产传承教育实践基地”。

致力消费新环境。营造文化和旅游高质量发展的“鲜美”消费环境。在文化和旅游公共服务方面，强化消费领域中的公共服务和惠民供给，持续开展烟台文旅惠民消费季活动，以国家公共文化服务体系示范区建设为引领，自2019年起创新举办烟台市民文化节，推出贯穿全年、覆盖全球的万场以上主题活动，打造“文化的盛宴、市民的节日、群众的舞台”；打造“家门口的艺术课堂”“我们的节日·4+N”等十大特色服务品牌；烟台美术馆5个美术类项目入选2022年度国家艺术基金资助项目；龙口市吕剧团入选第九届全国服务农民、服务基层文化建设先进集体。在文化和旅游市场消费方面，培育海岸海岛度假、美食美酒品鉴、滨海田园康养、海洋度假休闲、民宿乡情体验等一批核心产品，在“仙境海岸 鲜美烟台”城市品牌的引领之下，放大“东方葡萄酒海岸”“鲁菜之都”“苹果之都”“中国金都”“京剧码头”“书法之乡”等城市名片的聚合之力，让烟台旅游目的地的消费更具市场活力、承载力和吸引力。



2023“烟台·蓬莱”中外旅游渠道商采购大会

### 新体验：新场景微度假 带客引流

位于烟台市芝罘区北大街72号、有着百年历史的协增昌绸缎百货店旧址，如今成为抖音、小红书上的“网红打卡地”，手造市集、研学教室、非遗工坊、文创商店、互动体验、直播带货、沉浸式剧场……在这里，“传统与现代链接、非遗与手造融合、守正与创新并蓄”，新场景引来了大批市民和游客的好奇和探访。来自北京的张女士在“神与物游 美在民间”的展览区域流连忘返，“高手在民间，我经常会在抖音上刷到烟台剪纸，惊叹于飞舞的小剪刀下梅兰竹菊形状的鲜妍窗花，惊喜于八仙过海故事人物的活灵活现，如今看到剪纸大师们的现场出品，真是被惊艳到了。”

今年春节期间，山东手造烟台综合展示中心在这里开幕，常年面向市民和游客免费开放，并与所城里、朝阳街历史文化街区等热门打卡地形成了区域集成新地标。烟台市文化馆馆长张硕表示：“我们凭借烟台文化资源优势，构建‘文化企业、文化业态、文化消费’相融合的手造产业发展新模式，这样的项目自带流量和网红气质，让老建筑焕发新活力、老技艺变身‘新国潮’。”

2023年烟台市政府工作报告提出，要加快培育新型消费，繁荣发展首店经济、夜间经济、直播经济。每当烟台所城里、朝阳街历史文化街区华灯初上时，灯火斑斓中的街区不仅能吸引到年轻人前来打卡、寻觅美食，也有很多中老年人吃饭、遛弯、老友相聚，街区也逐渐成为承载烟台夜间消费的新载体。烟台蓝天文旅总经理刘会杰介绍：“非遗文创的新场景、街区综合体的新消费、次第展开的新活动，不论是所城街区日渐聚集的文创街市，还是朝阳街的‘翱翔鲲鹏’元宇宙AR体验，都能带给市民和游客奇妙、奇特、奇遇的体验，这就是我们街区消费动能所在。”



山东手造烟台综合展示中心

长岛从过去的日落而息，到如今《梦寻仙山》、夏日沙滩音乐节等活动，引发了游客夜间消费热情，“朝看黄海日出、暮观渤海日落、夜赏灯光意境，赋予景区新场景下的消费新动能。”长岛综合试验区工委宣传文化和旅游部部长范延学介绍，具有烟火气息的夜间经济，为游客开启了“昼看景，夜出游”的新模式。如今，“夜游”慢慢成为旅游经济增长点，在吸引游客聚集、收获旅游口碑、推动经济发展等方面发挥着平台和载体功能，同时也激发了海岛夜间经济的新活力。

为激发蓬莱旅游目的地的消费新动能，蓬莱通过景区产品“再造”，推动老景区焕新颜。王丽丽介绍，蓬莱阁创新排开城开门仪式、东边访八仙、七仙女下凡等小场景演艺项目，将临时演出固化为多频次、常态化演出节目，以沉浸式文化演出增强游客文化体验，拉长游览消费时间。戚继光故里鼓楼街区打造“八仙非遗一条街”，推动非遗发展进程，创造更多文旅消费新场景。同时，以滨海沿线核心区域为主体，自西向东串联蓬莱阁水城、宝来海上仙街、沙滩休闲、三仙山·八仙过海景区、欢乐堡景区大马戏，瞄准夜间旅游产品的开发立项与市场运营，通过夜间消费将“流量”转化为“留量”。王丽丽说：“我们要让海内外游客在蓬莱有更好的在地体验，推动‘人间仙境’蓬莱向着世界级滨海目的地迈进。”

(孙君 吕轩/文 申震、烟台市文化和旅游局/图)



中外旅游渠道商现场看蓬莱阁小场景演艺项目



朝阳街历史文化街区

### 新趋势：三大营销策略 提振市场

烟台市文化和旅游局深入贯彻落实山东省委、省政府“消费提振年”和烟台市委、市政府促消费工作的决策部署，在文旅市场营销推广方面统筹谋划，积极应对旅游市场的新趋势、新变化，研判文旅市场需求信心和产品供给能力，实施本地化、精准化、产品化三大营销策略。

实施本地化营销策略。通过开展“山东人游烟台”“烟台人游烟台”等主题活动，有效形成行业的“内生能力、内生动力和创新活力”。3月11日，2023文旅消费提振年“烟台人游烟台”暨“城乡互动游”启动，现场发布“2023烟台春季促消费活动”，由烟台市委、市政府、烟台市委、文化和旅游局、商务局、体育局等部门和行业联手推出“文旅嘉年华·城市微度假”“赏花踏青·周边游”和“仙境海岸·马拉松赛”三大主题活动。现场发布了2023“城乡互动游”“乘着公交游烟台”系列线路产品，并举行首发体验团发车仪式。3月，分批次发放500万元文旅惠民消费券，以实际行动激发市民和游客春季出游热情，加速旅游市场复苏。

实施精准化营销策略。在烟台市委、市政府“重点突破，统筹发展”的旅游布局下，烟台市文化和旅游局采取联合推介、龙头旅行社合作等精准营销策略，在客源地市场主打海岸、海岛、海上和葡萄酒等差异化、特色牌。2月28日，30名来自我国香港和澳门的游客，组成2023年首个烟台入境旅游团，“品美酒、游仙境、看美景”，拉开了烟台春季入境旅游的序幕。山东和易国旅总经理隋娟说：“烟台的仙境资源魅力独具，还有百年积淀的葡萄酒博物馆和享有盛誉的知名酒庄；烟台新鲜的空气和鲜美的果蔬海鲜，非常适合养生旅居和亲子旅行，是时下的流行时尚，很有市场推广价值。”

实施产品化营销策略。3月是旅游产品更新研发、抢抓营销先机的“播种期”，3月21日至22日，以“新趋势、新

体验、新消费”为主题，在蓬莱区举办2023“烟台·蓬莱”中外旅游渠道商采购大会。大会发布2023“仙境春潮 鸥遇海岸 品鉴鲜美”烟台“城市微度假 仙境新旅居”产品体系，12条“仙·海”蓬莱微度假品鉴系列两大系列产品。

“以新体验让‘老景区焕发新活力、老线路重装新场景’，让烟台旅游目的地更具消费价值和消费动能。”中国旅游协会副会长、山东省旅游行业协会会长王德刚表示，“产品的生产和创新是营销的基础，烟台统筹使用三大营销策略，把握了旅游产品生产和营销之间的关系。本地化策略是把本地消费作为旅游业发展的基础，把基础做牢；精准化营销实际上就是把市场消费人群进行分层，让每一类旅游产品都能够精准对应特定的目标市场；产品化策略，就是要在产品生产的基础上进行营销创新，特别是烟台能够把一些老的资源，通过策划活动、借助现代科技手段进行业态升级和产品创新，实现老资源新场景的转型、升级，以适应新市场、新需求和新消费。”

山东旅游职业学院院长闫向军表示：“本地化营销策略实际上就是要构建一个主客共享的优质旅游环境，形成本地市民消费带动外来游客消费的良性循环；精准化营销策略简而言之就是营销渠道的精准，找到适合的渠道精准投放产品和传播信息，直接吸引流量，渠道是关键词；产品化营销策略实际上更关注内容的产出，要有深度体验，要从有意义中获得有趣味。应该说，烟台通过三大营销策略激活市场消费动能，需要‘以绣花功夫、下水磨的力气’。”

烟台始终致力于实施产品化、精准营销策略，围绕“仙境烟台 红酒海岸”策划的系列国际休闲旅游主题活动三月破题，借助中外旅游渠道商采购大会的契机，通过线上线下对话，畅谈“世界七大葡萄酒海岸”的合作愿景。此次大会组委会邀请了中拉联盟(A-Chilac)执行会长胡安·德·迪奥斯·巴拉和联盟发起人夏千晴，二人在视频对话中不仅表达了对合作的期待，并计划今年4月到烟台寻求关于葡萄酒和旅游的合作。



渔人码头景区夜景