共建 共荣 共享 打造鲁风运河文化旅游目的地品牌

开启鲁风运河品牌营销新篇章

第一篇章

“鲁风运河”品牌联盟在枣庄正式成立

12月9日，“鲁风运河”品牌联盟成立大会在枣庄市台儿庄古城成功召开。会议由山东省旅游发展委员会、枣庄市人民政府、济宁市人民政府、泰安市人民政府、聊城市人民政府、德州市人民政府联合主办，枣庄市旅游和服务业发展委员会、台儿庄区人民政府负责承办。山东省旅游发展委员会主任于凤贵、山东省旅游发展委员会副主任孙树娥、山东旅游职业学院党委书记陈国忠、枣庄市人民政府副市长霍媛媛、德州市人民政府副市长杨玖庆及泰安、济宁、聊城市政府代表出席会议；泰安、聊城、德州、济宁、枣庄市等山东境内运河沿线5个市旅游发展委主要负责人；运河沿线县（市区）政府、旅游部门、重点旅游企业、周边重点客源市场旅游代理商及媒体代表约130余人参加会议。

会上，山东省旅游发展委员会主任于凤贵作重要讲话。从打造旅游环境、丰富产品体系、整合营销、基础设施建设、扶持政策等方面对联盟品牌的下一步发展提出具体指导意见。于凤贵说，旅游目的地建设要处理好大众化旅游产品与高端旅游产品之间的关系、处理好目的地景区的标准化与个性化的关系，持续做好旅游目的地基础设施一体化建设。他指出，各市要高度重视文化旅游目的地品牌建设，积极争取资源与支持。

枣庄市人民政府副市长霍媛媛致欢迎辞。省内运河沿线的枣庄、济宁、泰安、聊城、德州等5个城市政府代表共同宣布“鲁风运河”品牌联盟成立。经推举，霍媛媛担任“鲁风运河”品牌联盟首届主席。枣庄市、济宁市、泰安市、聊城市、德州市；枣庄滕州市、薛城区、山亭区、市中区、峄城区、台儿庄区；济宁市任城区、微山县、汶上县；泰安市东平县；聊城临清市、阳谷县；德州市德城区、武城县、德州市运河开发区管委会等沿线城市（县、市、区）成为“鲁风运河”品牌联盟成员单位。会上，“鲁风运河”品牌联盟单位代表依次作了精彩的旅游推介，发布了“鲁风运河”品牌联盟章程、枣庄共识以和多条“鲁风运河”旅游精品线路。

山东旅游职业学院党委书记陈国忠作题为《共建共荣共享，打造鲁风运河文化旅游目的地品牌》的主旨演讲，从品牌联盟构建、产品一体化建设、联盟机制运营和共享等方面对“鲁风运河”品牌的发展提出具体指导意见。

“鲁风运河”是京杭大运河的重要组成部分，也是山东省重点打造的十大文化旅游目的地品牌之一。“鲁风运河”品牌联盟的成立，将进一步深化运河沿线城市间的交流和合作，成为沿线城市对外展示、优势互补、互惠互利的全新区域合作平台。

第二篇章

“鲁风运河”品牌联盟枣庄共识

为提升山东运河城市旅游整体形象，推动区域旅游经济发展，我们共同发起并成立“鲁风运河”品牌联盟，旨在整合山东运河沿线城市旅游资源优势，加快沿线城市区域旅游协同发展，共推整体旅游品牌，积极探讨山东运河城市旅游新的合作方式和途径，推进城市之间旅游交流与合作。“鲁风运河”产品作为山东省十大文化旅游目的地品牌产品之一，该产品依托山东运河历史文化廊道，推出世界遗产之旅系列，不断提高“鲁风运河”品牌国际知名度和竞争力。

我们的目标是：

1、整合山东运河沿线城市历史文化等资源，共同构建“鲁风运河”整体旅游品牌形象，打造世界级旅游产品；

2、按照资源共享、品牌共创、市场共拓的原则，共同打造山东运河旅游带，使之成为国内外最具知名度和美誉度的区域旅游目的地；

3、强化联盟城市项目合作，区域优势互补，促进区域旅游经济协调发展，实现共赢。

我们将努力：

在未来3-5年分阶段实施区域市场联合推广工程。具体内容如下：

1、成立联盟：共同打造“鲁风运河”品牌形象，每年召开一次年会，统筹市场推广等各项工作；

2、制作宣传品：将联盟城市最具代表性的运河旅游资源整合策划，制作成旅游专题画册、光盘等一系列宣传品，进一步扩大“鲁风运河”国内外影响力；

3、打造旅游线路产品：整合联盟城市特色运河资源，开发一批精品运河专题线路产品，吸引国内外游客体验山东运河产品；

4、推出运河美食： 挖掘联盟城市特色美食资源，开发运河美食系列，打造“鲁风运河”美食品牌；

5、拍摄宣传片：拍摄一部“鲁风运河”形象片或纪录片，用于山东运河旅游产品的整体宣传推广；

6、旅游宣传推广活动：以“鲁风运河”整体形象，开展国内外重点客源市场的宣传推介活动，进一步提升“鲁风运河”产品知名度；

7、打造旅游节庆：结合沿运各城市特色和实际，重点举办和打造好最具特色的运河节事活动；

8、发行旅游护照：各沿运城市积极推出惠民利民政策，借助旅游护照的形式，实现沿运城市市民的旅游互动互通；

9、研发特色旅游纪念品：整合联盟城市的纪念品资源，开发具有特色的运河旅游纪念品；

10、推出旅游形象：设计推出“鲁风运河”标识、LOGO、吉祥物和运河形象代言人的甄选，进一步扩大“鲁风运河”国内外的知名度。

联盟城市：德州、聊城、泰安、济宁、枣庄

第三篇章 “鲁风运河”精品旅游线路

1、“鲁风运河”之运河全景游

线路特色：以京杭大运河山东段为主体形成“诚信、仁义、包容”为内涵的鲁风运河文化旅游目的地。

抵达“活着的运河”台儿庄，观古城“百馆、百艺、百庙、百业”，泛舟大运河航道，赏微山湖万顷红荷，走进与都江堰齐名的“运河之心”东平，观“世界第一坝”戴村，探寻“水浒之源，聊城寻踪”体验“三碗不过冈”的齐鲁豪情，赏中华古水城、游魅力东昌湖；抵达童子文化园”学习读经“三年不窥园”精神，在苏禄王墓运河旅游区结束此次行程。

2、“鲁风运河”之红色记忆游

线路特色：传承千年文明，领略运河风情；追忆光辉历史，弘扬革命精神。

在台儿庄大战纪念馆探寻抗日的激情、缅怀先烈，在遗址公园疮痍满目的弹孔墙下，紧握烈士鲜血铸就的国旗一角，在53处二战遗迹的见证中，让我们聆听那些战争的故事，感悟现实生活的来之不易。后船游微山岛，观运河航道、领略铁道游击队的雄风；遥想当年芦荡飞舟，巧设鱼钩阵，扒火车，炸桥梁等英雄事迹，在微山湖优美的歌声结束此次行程。

3、“鲁风运河”之古岸觅踪游

京杭大运河流经省份中贯穿城市最多的山东段，历史古迹、景点丰富，盘点运河遗迹，探寻历史文化，未来山东旅游看什么？运河沿线深度游将是旅游品牌中的一大特色。

抵临清观目前仅存的一处运河钞关；元代运河与明代运河的结合处—鳌头矶，清代聊城商业繁荣的缩影和见证—山陕会馆，泛舟东昌湖，览古水城特色，亲身感受江北水城之秀美，探索历史文化名城之幽邃。抵达德州观武城老船闸，观运河故道，探寻运河历史痕迹、董子文化园游读书台学习董子读书精神。

4、“鲁风运河”之休闲生态游

山东兼具秀丽山水，依青山秀水怡养自然精神，借自然之道颐养自然之身，打造休闲生态游品牌。

在东平湖上徜徉，畅谈运河风情；在梁山上驻足，回忆水浒聚义风采；后以船代步赏最美古镇—南阳古镇，叶叶小舟飘摇在清澈的运河，穿过运河边错落有致的民居，感受古朴的民风。谈古论今，品美食，论英雄，赏美景，悦身心。

5、“鲁风运河”之高铁自由风主题

历史上京杭大运河是南北的黄金水道，而如今穿梭在齐鲁大地上的京沪高铁是最繁忙的现代文明缩影，高铁自由风产品也将是未来极力打造的现代自由行旅游品牌。

盈盈踏桥，漫步台儿庄古城，感悟兖州兴隆佛教文化，探究水浒文化发祥地梁山，抵达武松打虎故地-景阳冈，观聊城中华水上古城、光岳楼水上景观，览济南大明湖、趵突泉，品德州扒鸡，六天五晚体验运河文化带给我们无限魅力！

第四篇章 立足全域理念 推动融合发展

打造“鲁风运河”文化旅游目的地品牌

鲁风运河作为山东省十大旅游文化旅游目的地品牌之一，枣庄发展鲁风运河旅游优势得天独厚。枣庄是京杭大运河由江苏进入山东的第一个城市，自开凿通航400多年来，河道保持通畅，枣庄段运河自东向西全长达到99.1公里。

为打造成为鲁风运河文化旅游目的地，近年来，枣庄市委、市政府在加快城市转型过程中，坚持把文化旅游作为战略性支柱产业来维护，充分利用京杭大运河的丰富资源，发挥文化和旅游方面的双重优势，做足特色文章，推动文旅融合，放大品牌效应。目前全市A级景区达到47家，居全省第六位；其中国家5A级景区1家、4A级景区13家。今年1至9月，全市接待国内游客1482万人次，同比增长10.8%；实现国内游客消费113亿元，同比增长13.1%。

科学规划 打造品牌

在打造鲁风运河文化旅游目的地工作中，枣庄以建设“鲁风运河”文化旅游目的地品牌为统领，深度整合历史文化及生态资源优势，促进文化旅游行业全区域、全要素、全产业链发展。启动编制了《枣庄市全域旅游发展五年行动计划》，制定出台了《枣庄市关于加快旅游业改革发展建设旅游强市的实施意见》一系列政策措施，为文化旅游目的地品牌建设注入强劲动力。

按照错位发展的原则，科学布局了“鲁风运河”品牌的核心项目和配套项目。位于京杭大运河畔的台儿庄古城历史上是重要的漕运枢纽、水旱码头，不同的文化在此汇集，使台儿庄成为运河文化的典型代表。再遵循“留古、复古、扬古、用古”理念的基础上，枣庄历时三年多时间重建台儿庄古城，融八大建筑风格为一体、七十二座庙宇汇于一城，让古城在原有面貌、形态、规制等历史的基因上复活起来，再现了南北交融、开放包容的运河文化，被誉为“运河文化的活化石”、“中国民居建筑博物馆”。

目前，台儿庄古城完成建筑面积40多万平方米，拥有400多座院落、60多座展馆庙宇、10条主街、72条小巷、30华里水街、108座桥梁、2.7公里城墙，实现了传统文化与现代功能、物质文化遗产与非物质文化遗产、文化景观与文化空间的有机结合，已成为全国首个海峡两岸交流基地、首个国家文化遗产公园、国家级文化产业试验园、国家版权贸易基地、山东省第七家5A级旅游景区。台儿庄古城自2010年5月试运营到今年“五一”，六年来累计接待游客已达2000余万人次，近几年游客接待量、营业收入年均以30至40%的幅度递增。今年“十一”国庆假期，共接待游客43.6万人次，游客总人数居全省景区第三位，荣登国家旅游局“全国旅游市场秩序最佳景区”红榜。

整合资源 配置齐全

在鲁风运河文化旅游目的地打造工作中，枣庄重点加强对滕州微山湖湿地红荷风景区的提升改造，总规划面积90平方公里、总投资100亿元的微山湖古镇一期建成开放，湿地已建成荷花精品园、水生植物园、湿地漂流园、湿地博物馆、水泊林海等50余处景点，拥有十万多亩的野生红荷、数十平方公里的芦苇荡及国内罕见的水上森林，是我国最大的国家级内陆型湖泊类湿地，成功入选山东省十大品牌建设骨干项目。让游客在品味运河文化的同时，融入大自然、感受大自然。

为充分整合运河沿线优质旅游资源，枣庄重点推进了台儿庄运河湿地、涛沟河湿地、双龙湖湿地、南水北调水利风景区、万年闸水利风景区、南闸渔村等建设，做好近水亲水戏水文章，积极开发运河特色旅游产品；同时，辐射沿运周边乡村旅游景点，围绕“运河人家”“湿地渔家”“榴园人家”“山乡人家”“森林人家”乡村旅游品牌的培育和打造，推动柴胡店梨园乡村公园、翼云湖片区、永安南部山区等11个乡村旅游集聚区连片发展，打造了一批生态宜居型、历史文化型、特色景观型、产业集聚型的旅游小镇和旅游特色村，带动乡村旅游全面提质升级。枣庄全市已培育形成省级旅游强乡镇29个、特色村60个、工农业旅游示范点61个、星级农家乐275家。

配合建设环城市游憩带，立足构建“一园三镇五点”乡村旅游发展格局，规划建设了总长200多公里的中心城区环城绿道，将沿线景点串珠成链，科学布局休闲健身、农家乐、采摘园、游步道等要素，加强12处旅游驿站的业态配套和服务管理，增强人性化、舒适度，打造“慢游枣庄”旅游新概念。

场化手段打造了“到最有年味的古城过大年”、“运河开河大典”、“运河大庙会”、“运河龙舟赛”及年博会、红荷节等品牌节事活动，组织举办了中国运河产业枣庄峰会、京杭大运河城市旅游推广联盟年会、“福乐枣庄”贺年会等系列主题活动，在带动会展交易和社会消费的同时，有力提升了“鲁风运河”目的地品牌的影响力。

提升服务 重在细节

旅游经济是体验经济，在打造鲁风运河文化旅游目的地的进程中，不仅要有一流的产品，更要有一流的配套、一流的服务。枣庄不断完善交通服务体系，发挥枣庄地处京沪中间节点的区位交通优势，在现有京沪高铁、京沪铁路、京台高速、枣临高速，以及运河穿境而过的基础上，加强重大交通基础设施建设，着力构建高效便捷、舒适安全、水陆空交织的立体交通网络，缩短游客消耗在路上的精力，延长景区滞留和购物消费时间，打造具有枣庄特色的“快旅慢游”模式。在中心城区周边，加快构建京台、枣临、新台、枣木及东延高速公路大回环，枣庄即将成为山东省第二个高速绕城的城市；把城市快速公交与京沪高铁枣庄站、京沪铁路枣庄西站直接对接，建成了全国通车里程最长的快速公交线网，实现市辖区全面覆盖、重点景区快速直达，让外地游客真正体验到枣庄交通的“零换乘、高效率、优服务”。围绕重点旅游景区和线路，规划建设一批公共停车场、自驾车和房车营地，发展城市、景区慢行绿道，健全住宿、餐饮、娱乐、购物、加油、车辆维护、安全救援、自行车租赁等服务功能，完善“最后一公里”旅游交通标识，推动自驾游健康发展。

打造鲁风运河文化旅游目的地，枣庄在提升旅游公共服务水平下功夫，坚持以游客为中心，以游客满意为标准，从细节和小事入手，注重旅游设施配套，着力把人性化、个性化、精致化和信息化服务，贯穿于游客吃住行游购娱全环节和全过程。规划建设了建筑面积3000平方米的高铁站枣庄旅游集散中心，同时在五区一市配套建设了6个游客集散中心，形成广覆盖、网络化的游客服务体系。推动星级酒店、快捷酒店、家庭旅馆、休闲美食街建设，全市特色名吃店近千家，辣子鸡等6种地方特色美食入选“山东100道美食”。以“智慧城市”建设为引领，利用云计算、物联网等新技术，大力发展“智慧旅游”，启动包括电子政务、智能交通、食品安全、环保等在内的云工程建设，为游客出游提供即时、准确的参考信息。作为山东省唯一的全域旅游厕所革命示范市，枣庄把旅游厕所革命与农村改厕工作合并推进，按照卫生、简约、实用、环保的标准实施1259座旅游厕所新建、改建，确保今年底圆满完成任务。把诚信建设作为“鲁风运河”品牌打造的基础性工作来抓，建立诚信档案，定期不定期发布旅游诚信“红黑榜”，强化市场秩序监管，努力营造诚信公平的旅游环境。

全面营销 推广品牌

在宣传营销上，枣庄主动出击，围绕塑造“鲁风运河”目的地品牌形象，细分市场，完善营销方案，创新营销手段，拓展市场渠道。借助“好客山东”品牌联合推介、捆绑营销优势，在央视媒体、海外媒体、网络媒体等开展全方位、立体化的品牌宣传，不断拓展旅游市场的广度和深度。积极发展“互联网+旅游”，推动在线旅游平台整合线下资源，实现传统宣传促销和新媒体营销的有机结合。打造枣庄旅游“联合营销”模式，主动融入区域旅游发展大格局，与济宁、聊城、徐州等区域旅游深度对接，围绕“鲁风运河”品牌，策划推出一批运河文化、度假休闲等精品串线旅游产品，建立宣传互动、市场互换机制。持续推进淮海经济区城、京杭大运河城市联盟和京沪高铁旅游联盟的区域旅游合作，拓宽市场营销渠道，实现互惠共赢、共同发展。

近年来，枣庄立足运河文化资源，通过市