



魯港文化，同根同源，一脈相承；魯港經濟，互惠共贏，攜手發展；魯港旅遊，各具特色，互為補充。

「小河彎彎向南流，流到香江去看一看」，每一個山東人心中都有一個難忘的東方之珠夢，「路見不平一聲吼啊，該出手時就出手啊」，每一個香港人心中都有一份難捨的梁山好漢情。隨着「好客山東」旅遊產品的日益豐富，香港人來山東登泰山祈福平安、遊孔孟詩書傳家、到青煙威海濱休閒度假、品嚐魯菜美食、賞葡萄美酒夜光杯的遊客越來越多。借2013香港山東周的東風，「好客山東」品牌全球首個海外營銷中心將於5月28日正式落戶香港。

■香港文匯報記者 孫吉成 山東報道



「好客山東」香港營銷中心的首個門店，將與香港中國旅行社共同建設運營。營銷中心主要擔負着宣傳「好客山東」品牌形象、推介山東豐富多彩的旅游資源、營銷山東特色旅遊產品等職責；主要分體驗區、展示區、銷售區三大區域。在銷售區，除常規旅遊線路推介之外，將重點推介賀年會、休閒會、山東100、六大名片等「好客山東」品牌旗下的系列經典產品。

2007年始，山東省旅遊局就與香港中旅集團旗下的香港中國旅行社開展實質合作，開啟了與香港地區大旅行社合作的序幕，在港中旅的帶領下，香港永安、康泰、新華、美麗華、東瀛遊等居於香港旅遊業界前六位的旅行社近年來一直與山東省旅遊局保持良好的合作關係，大力推廣「好客山東」品牌形象，策劃新推出葡萄酒之旅、祭孔大典、水滸之旅、中華成人禮等專項產品線路，組織招徠港澳遊客來山東旅遊。

「好客山東」旅遊品牌運營以來，香港和澳門旅遊市場呈現不斷增長的發展態勢。2012年，山東省接待香港同胞56.4萬人次，增長13.23%，佔全省入境遊客總量的12%，成為第二大客源地；澳門同胞15.3萬人次，增長17.85%；佔全省入境遊客總量的3.25%。

以「好客山東」品牌為支撐，山東旅遊業正以驚人的速度急速發展。2012年山東省旅遊總收入突破4000億元大關，達到4519.7億元，增長21%，相當於GDP的9%，佔服務業增加值的22.6%，對地方財稅的貢獻率超過8%。旅遊業成為國民經濟的戰略性支柱產業。其中，旅遊總人數4.92億人次，增長16.83%。內地旅遊4.87億人次，增長16.89%；入境旅遊469.91萬人次，增長10.77%。內地旅遊收入4335億元人民幣，增長21.3%；入境旅遊29.23億美元，增長14.62%。

山東旅遊業在融合發展的過程中，產業規模不斷擴大、產業結構進一步優化、產業地位大幅提升。在發展地位上，實現了由推動經濟社會發展的生力軍向主力軍轉變；在發展角色上，實現了由促進產業融合的

配角向主角轉變；在發展依托上，實現了由資源優勢向品牌優勢轉變；在發展方式上，實現了由自我累積向內外結合轉變；在消費群體上，實現了由少數群體消費向大眾化消費轉變。旅遊總收入在全國的排名由原來的第六位上升到如今的第四位。

強化品牌建設，是山東旅遊業飛速發展的重要原因之一。以「好客山東」為統領，全力推進城市品牌、節事品牌、產品品牌、服務品牌建設，基本形成了以「好客山東」為龍頭，以城市旅遊目的地旅遊形象品牌為支撐，以企業旅遊品牌為基礎的「好客山東」文化旅遊品牌體系，引領旅遊產業快速健康發展。山東省政府出台《國民休閒發展綱要》，已成功舉辦了兩屆國民休閒匯活動，舉辦了三屆「好客山東賀年會」活動。創新推出「孔子在這裡誕生——遊三孔知天下」等六張旅遊新名片、「山東100」、「山東三珍」特色品牌旅遊產品和「淘寶之旅」購物旅遊專線。

加大市場營銷力度，使「好客山東」品牌在韓國、日本、港澳台、東南亞、歐美等山東省重點客源市場的知名度和美譽度大大提升。按市場經濟規律辦事，「好客山東」品牌着力培育國民經濟的戰略性支柱產業。積極培育市場主體，實施引進一批、重組一批、轉型一批旅遊大企業發展戰略，銀座旅遊、煙台南山、山東黃金、青島城投等一批旅遊企業集團相繼掛牌並迅速發展。成功引進深圳華強、港中旅、無錫靈山等一批內地著名旅遊企業，成為帶動山東旅遊產業發展的骨幹力量。五年累計完成旅遊投資超過4000億元，相繼建成一大批適應不同遊客需求的觀光、文化、生態、休閒、度假旅遊項目。

目前，山東省有A級景區595家，其中，5A級景區7家，4A級景區145家，3A級景區249家。全省國家級、省級旅遊度假區達到35處。全省星級飯店914家，其中，五星級30家，四星級166家，三星級505家。全省旅行社2050家，其中，具有出境組團資格的110家。

好客山東

——有朋自遠方來

山東，是一個永遠不會讓人感到乏味和厭倦的地方。這裡，古代文化與現代文明激情碰撞；人文資源與自然美景相得益彰；靜態風光與動態競技水乳交融……濟南的泉、棗莊的水、青島的海、煙台的仙、威海的島、泰安的山，無不彰顯着獨特而又神秘的魅力。沒有一個詞語或者一句話能完全概括出山東的旅遊特色，唯有一句「好客山東」，才能完美的闡釋出山東人最質樸最真誠的旅遊觀。

「好客山東」(Friendly Shandong)，是對山東旅遊最生動、最直接的信息傳遞。「好客山東」不僅是一個文化旅遊品牌，還是一種有內涵的禮儀象徵，以五嶽之首、大海之濱、孔孟之鄉、禮儀之邦的整體形象，結合「山東、山東人」的「好客之道」，以「誠實、尚義、豪放」的鮮明個性，傳遞特色化、國際化的現代形象與文化意



識。一個飽含「山東人」熱情的充滿感召力的新形象，構成強烈的視覺記憶。這一形象標識通過多角度、多層面的立體化推廣和應用，形成豐富的信息傳遞，增強山東旅遊形象的社會認知度，也將呼喚起更多更強烈的對山東和中國文化的嚮往、求知與探索慾望。

好客山東謀發展

——大鵬一日同風起



山東省旅遊局長于衡指，在今後幾年中，山東旅遊要以「好客山東」旅遊品牌建設為龍頭，統籌各類要素和資源，突出齊魯文化和好客服務特色，提升旅遊產業的綜合競爭力。

「好客」是山東旅遊的靈魂，不僅要重視品牌宣傳，更要重視品牌的內涵建設。要將「好客」文化全面融入到旅遊產業建設管理和服務的各個方面，通過豐富的產品、完善的旅遊基礎設施配套和熱情周到的服務，全方位向國內外遊客詮釋「好客」文化、展示「好客」形象，提升山東旅遊的文化魅力和市場競爭力，努力實現新的跨越。

具體來說，要深入推進品牌資產的市場化運作。組建好客山東品牌管理公司及專營公司，抓好「山東三珍」、「山東100」、魯菜館、山東客棧等產

業要素品牌資產的市場化運作，重點推進「魯菜館」連鎖經營，力爭今年發展到200家左右，在未來兩三年發展到2000家。打造一批「山東客棧」、「山東100」、「山東三珍」實體店、專賣店和旗艦店。

同時，深入推進「好客山東」服務環境建設。廣泛組織開展「好客」文化宣傳教育活動，積極納入全省精神文明建設範疇，努力形成人人都是「好客」使者、人人代表「好客」形象、處處都有「好客」服務的社會氛圍。繼續開展城市遊客滿意度調查，着力完善政府主導、部門負責的整改機制，切實把遊客的要求變成提升服務的實際行動。深入推進「微笑迎賓、有問必答、有求必應」基本服務規範。

