

从“一路红”到“全域红”

——威海精品旅游产业发展的创新实践

“多年未见这么火爆的场面了！”——这是威海旅游从业者与普通市民对暑期旅游市场的共同感受。一组数据足以说明今年夏天威海旅游的井喷式表现：7、8两月，全市接待游客1777.86万人次，实现旅游总收入217.41亿元，同比分别增长30.18%和19.04%，较2019

年同期分别增长10.76%和14.49%。

威海今年暑期旅游人数和旅游收入大幅超出新冠肺炎疫情之前的亮眼表现，无疑是一针强心剂，对全省从业者的信心提振起到了积极作用，威海的经验做法被全省推广。

威海旅游今夏的爆发不是偶然的，千里山海自驾旅游公路无疑是最重要的引爆点。“一路红”带动“全域红”，借助这条路，威海的精品旅游产业迈上了新台阶，今年公布的山东省“十强”产业“雁阵形”集群名单中，威海市全域旅游产业集群成功入选。

这条路为何火起来？

穿珠成链，精品旅游全域发力

10月11日，首批11只天鹅飞抵荣成大天鹅国家级自然保护区。天鹅来游客至，当天就有不少游客驾车沿着千里山海自驾旅游公路来到天鹅湖，迎接这些翩翩起舞的“凌波仙子”。千里山海自驾旅游公路引发的暑期游热度还在持续，以观天鹅为引领的冬季游又拉开了帷幕。

“全域旅游”作为一个概念提出已久，但一个城市的全域旅游资源如何在交通上实现串联，又如何与近年来日益火爆的自驾游、深度游相契合？定位于实现全域精品旅游，威海高标准打造了总长1001公里的千里山海自驾旅游公路，串联起全市90%以上的文旅资源，把整座城市变成一个“没有边界的大景区”。

这条路依托威海千公里海岸线和西部山景线构成的独特自然景观打造而成，延伸至全市境内的景区景点、宾馆酒店、房车营地和特色民宿等。威海用这样一条路，将海、湾、滩、岛等“海”景线，与昆嵛山、马石山等“山”景线串联，实现了“山海融合”。同时，这条路还实现了威海全域旅游资源的“四季融合”，以“爱在威海”四季文旅品牌产品的开发，构建起全周期、无淡季的旅游新格局，即便是在冬季，“观天鹅、泡温泉、吃海鲜、赏雪景、住渔家”，也能带给游客与众不同的独特体验。

这条路还实现了文旅融合、“软硬融合”。在文旅融合上，威海深入挖掘红色文化、海权文化、民俗文化、秦汉文化等独特资源，打造充满文化底蕴的旅游精品，并以旅游公路将它们穿珠成链，让游客在观山望海的同时，也可以品味人文魅力。在“软硬融合”上，威海全领域全要素全环节推进精致城市建设，常态化推进全国文明城市创建，在基础设施硬环境和服务软环境上打造出主客共享的美好空间。

威海千里山海自驾旅游公路一经问世，体验更好、品质更高、消费能力更强的自驾游就成为威海旅游的主要形式，今年暑期刘公岛、西霞口等多个景区自驾游游客占八成，比2019年增加近三成。该项目荣获山东省政府文化创新奖，入选文旅部《地方交流》典型案例，以全省第一名的成绩入选山东省旅游宣传推广十大优秀案例。今年以来，威海先后入选马蜂窝长线旅游目的地地瞬时访问量热度涨幅最高的全国十座城市之一，成为全国暑期租车自驾热门目的地前十名中唯一的东部城市，马蜂窝中秋小长假全国热门城市前十名，跻身全国知名旅游目的地。



这条路怎样火下去？

“+旅游”，推动产业融合发展

山东泰山文化和旅游规划院院长常德军认为，威海打造千里山海自驾旅游公路恰逢其时，“立足威海打造国际滨海休闲度假旅游目的地城市的发展目标，大众对户外、康养、周边、近郊游的市场需求，这条公路的启动，立足山东，面向全国，既顺应了全国旅游市场的发展趋势，又无限放大了威海的山海优势，通过整合、创意、提升，真正实现激活文旅产业的乘数效应。”

占尽了天时地利人和，但要想让这条路持续火下去，还要在增加内涵、提升品质、创新营销模式上不断下功夫，在“+旅游”推动产业融合发展上下功夫。

为让千里山海自驾旅游公路成为激活文旅消费的爆点，威海实施了四大营销“引爆”行动，构筑起以自驾游为核心的

品牌流量提升，策划了“千里山海”威海海鲜美食啤酒节、那香海第十届旅游文化节音乐嘉年华等十大重点文旅活动，推出品牌节庆活动40余场，以“音乐”“美食”“夜游”等元素提升目的地吸引力。围绕“爱在威海”四季文旅品牌产品，前三季度创意策划“千里山海 自在威海”“蓝色热恋 激情威海”“金秋重逢 相知威海”等精品旅游攻略等，共发布30条线路产品和100多个打卡点，全方位、多角度地满足市民和游客的高品质度假需求。

在营销模式上，线上线下齐发力，不断提升自驾公路的影响力。今年以来，通过发布旅游攻略短视频，开通景区慢直播，邀请主播、达人以自驾打卡直播等多种形式，营造持续不断的流量热度，持续



品牌形象、品牌产品、品牌服务三大体系。在树立品牌形象上，威海形成以“千里山海·自在威海”为主题的LOGO、口号、宣传片、组歌等体系；在打造品牌产品上，围绕“爱在威海”主题，推出“春游·初见”“夏游·热恋”“秋游·重逢”“冬游·表白”四季文旅品牌产品；在品牌服务上，为游客量身打造“自在威海”智慧旅游平台，游客通过平台就可以实现私人定制、“一部手机游威海”，进入平台的文旅经营主体可共享品牌价值、平台流量和平台红利。

自驾公路搭台，各种文旅活动唱戏，威海赋予这条路更为丰富多元的内涵。今年，威海在全省率先举办2022年“中国旅游日”（威海）宣传月暨第六届文化和旅游惠民消费季活动，推出12项主题活动和151项微度假产品，创意策划“听见山海·云创音乐荟”直播活动，推出11场，累计观看量突破500万，赋能自驾游

积累的“网红”势能，带动威海旅游市场从“小热”到“爆红”。在新华网推出“暑期网红打卡地”系列直播，《打卡精致威海 奔赴自在山海》全网浏览量超千万；在各大新媒体平台开展“遇见威海的海”景区慢直播活动，累计观看量超850万。以韩博会为契机，创意策划“千里山海 自在威海”手绘地图，推出“跟着韩博会游威海”专题攻略短视频。主动走出去，增强交流互访，借势合作平台，推介威海优质文旅资源，在澳门推广周举办“好客山东 精致威海”文化和旅游推介交流会，取得良好的宣传推介效果。

一业兴带动百业兴，借助千里山海自驾旅游公路，秉承开放与共享的经营理念，威海精品旅游产业为一二三产业相关领域发展提供“+旅游”平台，实现旅游与乡村振兴、红色教育、体育赛事、夜间经济、海洋文化等结合，农业、渔业、工业、文化和旅游等产业集聚、融合发展。

“一路红”如何带动“全域红”？

旅游产业强势复苏聚人气蓄底气



一条路的红火，怎样带动整个文旅产业的红火？怎样深度挖掘旅游市场消费潜力？如何推动“十强”产业之一的精品旅游产业提档升级？威海趁热打铁，完善顶层设计，提升服务水平，优化市场环境，紧抓招商引资，从“一路红”迈向“全链红”“全域红”，用旅游产业的强势复苏聚起人气，蓄足发展底气。

威海先后出台了《威海市全域旅游发展规划》《威海市文化和旅游十四五发展规划》等重要文件，顶层设计进一步完善。围绕“一条主线、十大板块”，每年统筹推进特色街区、特色小镇、自驾露营地、特色民宿、高品质酒店等旅游新业态项目建设。

一批文旅大项目好项目相继落地。深圳宝能集团一期总投资355亿元的中国威海·逍遥海旅游度假项目、上海复星集团投资16亿元的ClubMed国际旅游度假村项目成功落户威海；韩乐坊、欧乐坊、十二属相街、海螺湾休闲驿站、蓝海御大酒店、香海豪生酒店、威海海洋馆等一批高品质度假项目正式运营。举办威海文旅产业招商推介大会系列活动，5个重点项目在会上签约，总投资超100亿元。在今年6月份召开的2022山东省旅游发展大会上，威海文旅集团和山东土地乡村振兴集团签约威海马栏湾文旅康养项目，荣成市、文登区分别荣获山东省文旅康养强县、第三批省级全域旅游示范区荣誉称号。

“吃住行游购娱”六要素中，“住”是旅游体验的重要一环。为满足游客的多元化、个性化需求，威海提出“酒店+”创新融合的发展思路，加快推进体验型、品质型酒店度假产品升级，丰富内在休闲属性，强化外部延展服务，培育“酒店+

酒庄”“酒店+外卖”“酒店+亲子”“酒店+酒吧”“酒店+自驾”等新消费模式。抓住民宿消费热点，威海积极推进六大旅游民宿集聚区建设，不断引领精品民宿标准化建设和特色化发展，民宿已成为来威海游客体验多元文化的新场景之一，成功推动里口山民宿集聚区、天鹅海岸海草民宿集聚区入选省级旅游民宿集聚区。

围绕推动新兴产业加速崛起、扩容倍增，紧盯旅游、康养优势资源，威海市聚焦打造康养旅游产业集群，出台了《威海市康养旅游产业集群三年行动计划》，高标准谋划康养旅游产业发展布局。荣成市依托海洋资源优势，将文旅康养产业作为全市七大重点发展产业之一，聚焦交通、游览、住宿、餐饮、康养、购物六大文旅要素，确定30个重点发展板块，将全市2处省级旅游度假区、13家A级旅游景区、20多处文博展馆、60多个乡村旅游点、300多家民宿客栈、500多家宾馆酒店串联，构建起覆盖全季、全域、全龄的文旅康养产业体系。

借力发力，威海通过密集出台优惠政策，激发旅游市场消费潜力。结合第六届文化和旅游惠民消费季活动，威海推出文旅消费券有效刺激旅游市场消费热情，直接带动消费1344.53万元，间接带动消费837.1万元。支持104个文旅项目加快建设，打造文旅消费集聚区，出台支持文旅企业融资的一揽子金融政策，促进文旅企业快速“恢复元气”。

以“精致城市”建设为引领，以精品旅游为主线，威海市正以全域旅游发展为核心，在产品供给、业态创新、品牌建设、消费提振等方面积极发力，强化“+旅游”产业联动，全力推进国际滨海休闲度假旅游目的地城市建设。

撰文：黎晓倩 王诗雯 赛序浩

- ① 北部环海路
- ② 东浦湾房车驿站
- ③ 爱伦湾海洋牧场
- ④ 哈雷摩托车队自驾游威海
- ⑤ 冬季到威海看天鹅
- ⑥ 蓝天白云下的威海城区

