

文旅融合,惠民到家。

2020年,是极不寻常的一年,但是淄博市文化和旅游惠民消费季却多点开花,亮点频现,硕果累累,交出了一份亮眼的成绩单。

突如其来的新冠肺炎疫情影响了各项工作的进展,为积极应对疫情影响,充分发挥文化和旅游消费对市场的引导带动作用,激发消费潜力,提振市场信心,淄博市文化和旅游局超前谋划、及早部署、积极筹备,将原定于7月份举办的2020年淄博市文化和旅游惠民消费季提前至5月份启动,市县两级财政联合保障,列支专项引导资金超过800万元,让政府补贴切实到位,老百姓得到更多实惠。

文旅消费券:政府真补贴 百姓得实惠

2020淄博市文化和旅游惠民消费季硕果累累



与会领导共同启动2020年淄博市文化和旅游惠民消费季暨“夏爽淄博”文旅活动季。



2020“冬游齐鲁·齐风冬韵”淄博文化旅游惠民季启动仪式。



首届淄博青岛啤酒节开幕式当晚,市民热情高涨,共同举杯。



市民正在扫码领取图书报刊券。

本版图片均为资料照片

政府引导 拓展领域拉动消费

“注重顶层设计,采取政府主导,市场化运作,社会力量共同参与的工作机制,区县形成立体联动。”这是2020年淄博市文化和旅游惠民消费季的显著特点,再加上采用多种形式发放多种面额的文旅消费券,引发了蝴蝶效应,保证各项指标稳步增长的同时,也进一步扩大和活跃了文旅消费市场。

淄博市文化和旅游局与中国银联股份有限公司山东分公司合作,通过银联“云闪付”APP发放文旅消费券,采用线上和线下相结合的方式,开展多项活动,集中发放了12期30多个批次的文旅惠民通用券和定向券。截至目前,全市核销文旅消费券523.47万元,拉动消费2271.07万元。

在优化文旅消费结构的同时,今年文旅惠民消费季补贴范围进一步扩大,积极推动了文化惠民消费向旅游领域拓展。在原有图书报刊、文创产品、文艺演出、文体培训等补贴领域的基础上,文旅惠民消费季将旅游景区、特色旅游路线、研学游、旅行社等旅游产业相关项目纳入惠民补贴范围。本届文旅惠民消费季,共审核通过文旅企业120家,其中旅游景区24家,旅行社9家。

康辉旅行社淄博分公司就是这次惠民补贴的受益者,总经理苏磊告诉记者,疫情让很多市民取消或缩减了旅游计划,但很多人的旅游欲望仍然存在。文旅消费券的使用,降低了出行成本,再度激起了市民的出行欲望。

苏磊介绍,在使用文旅消费券的群体中,中老年人是主力,“尤其是一些退休的老人,有钱又有时间,是旅游消费的潜力人群,加上可以使用文旅消费券,更是激发了他们的出游热情。”文旅惠民消费季过后,苏磊统计了一下,全市7个营业部,共计核销文旅消费券2万余元,极大地刺激了旅游市场的复苏。

对于备受冲击的旅行社来说,这无疑是一针强心剂,注入了希望和活力。

企业参与 文旅定向券“精准滴灌”

文旅惠民消费,最重要的主体就是企业。只有充分调动企业的主动性,才能让市民享受到更多的优惠。

参与惠民消费季活动的文旅企业,也充分利用活动平台,撬动多方共同开展促销和优惠

活动,更大力度让利于市民,进一步释放消费潜能、提振消费信心、保障民生需求,促进淄博文旅经济的循环畅通。

6月份,“万名小记者齐文化研学游”活动正式启动。此次活动一直持续到10月份,既是号召莘莘学子走出家门、亲近自然、触摸文化、增长知识的一次示范,也是助推文旅消费的一次动员。活动营造出了文化旅游消费氛围,参与的企业和市民都为此次活动纷纷点赞。参与活动的刘女士表示:“参与这样的活动既能享受到优惠,还能让孩子触摸文化、增长知识,可谓一举多得。”

暑期是学生们看书买书的高峰期,为此,淄博市文化和旅游局联合淄博市新华书店等20多家图书报刊企业,多次发放图书报刊定向券,既激发了企业的参与热情,同时也真正让每个家庭得到了实惠。“今年发放的图书报刊定向券额度非常合理,例如满60元减20元,满10.01元减10元两种券额。孩子们需要的大部分书的价格都在这个范围之内,满减后最高不超过7折,最低能到1折。孩子们乐了,书店也有收益,一举两得。”淄博市新华书店中心书城的王丽贞介绍,“书店每年都积极参与文旅消费季活动,不仅能给企业创造效益,也能为更多的孩子加强阅读、增长知识助力。”

10月份,文旅惠民消费季活动发放了广电定向券。“电视机顶盒几乎家家都有,市民抢到的文旅消费券,在机顶盒业务办理、续费、换购时均可使用,消费精准,群体覆盖范围广泛,市民用券热情高。”山东广电网络有限公司淄博分公司市场营销部副主任张春华坦言,文旅消费券的使用,让市民在办理业务时享受到了实实在在的实惠。自5月份推出文旅消费券以来,仅10月份的核销数额,就达到了29万余元。

除去研学游定向券、图书报刊定向券、广电定向券,文旅惠民消费季活动还发放了文创产品定向券、景区定向券等,政府发放的补贴,实现了由面到点“精准滴灌”,大大增加了众多企业参与的积极性,也让惠民的成果实现了最大化。

惠民活动 文旅消费稳步增长

活动是拉动消费的载体,特别是公益性、有活力的主题惠民活动。充满个性的活动设置,带动了众多年轻人参与进来,充分展现了大美淄博的活力与时尚。

自5月份启动以来,本届文旅惠民消费季历时6个月。在活动伊始,淄博市文化和旅游局就以“文旅消费·乐游淄博”为主题,精心设计了“乐游淄博”“乐赏淄博”“乐购淄博”“乐享淄博”“乐活淄博”“乐智淄博”六大文化旅游消费板块,确保了文旅市场消费稳步增长。

6月,2020年淄博市文化和旅游惠民消费季暨“夏爽淄博”文旅活动季启动仪式在淄川潭溪山景区举行,同时也举行了潭溪山“星洞传说”惠民游活动。当天,近万人到景区游览观光。

“举行活动时,正好是疫情刚刚趋于稳定,旅游市场亟待刺激之时,再加上潭溪山的新项目‘星洞传说’试营业,借助文旅惠民消费季这艘快艇,点燃了初夏的潭溪山,同时也为旅游市场的进一步复苏注入了一针强心剂。”潭溪山营销总监陈廷忠谈及文旅惠民消费季活动对景区的影响,言语之间透露出了喜悦之情。

此后,文旅惠民消费季每周有活动,月月有主题。各区县共同推出“玉黛湖水上乐园嘉年华”、首届博山区“域城水晶樱桃”旅游采摘节、聂家峪“山谷里的歌声”篝火晚会、周村古商城“消夏音乐节”、835水世界音乐节、天鹅湖国际慢城“‘荷’你相约”主题摄影展、“魅力鲁山·深呼吸”文化艺术系列活动、2020年淄博市“热土欢歌”暨“六艺秀淄博”大型广场文化系列活动等包含音乐、美食、研学、光影、采摘、休闲六大主题在内的67项文旅活动和惠民措施,带动了全市公益性主题活动的蓬勃发展。

另外,首届淄博青岛啤酒节的火爆,麦田音乐节的激情开唱,给淄博增添了时尚元素,展开了文旅惠民消费的新画卷,成为了文旅深度融合的榜样产品。

“在今后的工作中,淄博市文化和旅游局将更加注重文旅消费的经济效益。在市场资源整合上下功夫,用市场化方式拓宽文旅传播消费渠道,努力形成文旅消费的市场氛围。我们将进一步完善线上平台功能,对不同群体的文化消费需求进行分析研判,引导企业生产和提供针对性更强、市场空间更广的文旅消费产品和服务,释放群众的文旅消费潜力。”谈及未来文旅消费季活动的开展,淄博市文化和旅游局相关负责人如是说。

2020年淄博文旅惠民消费季圆满结束;2021年,向新再出发。

大众日报淄博融媒体中心记者 杨超 徐晓会