

淄博乡村振兴游，“双节”最大黑马

为期8天的中秋、国庆“超级黄金周”火爆落幕，假期国内旅游出游8.26亿人次，较2019年增长4.1%；实现国内旅游收入7534.3亿元，较2019年增长1.5%。淄博旅游市场同样在持续升温，抖音生活服务联合巨量引擎城市研究院近日发布的《2023中秋国庆出游报告》显示，淄博烧烤出圈半年后，国庆假期酒旅消费订单量与高峰期的“五一”期间基本持平，环比国庆节前一周增长更是近14倍，高于全国平均7.7倍的涨幅。

淄博烧烤出圈以来，游客对这座“宝藏城市”的挖掘可谓“不遗余力”：尽管“八大局便民市场”和热门烧烤打卡地与热门景区的“较量”中落了下风，但这并不意味着游客对淄博的好奇心在消退。数据显示，游客在这个“超级黄金周”将目光由市区转向有些偏远的乡村。

从田间地头到山间溪旁，从淄博“北大门”高青一路向南，至博山的红叶柿岩，游客一再发出如获至宝的感叹。卡上了乡村振兴节拍的淄博，在这个秋高气爽的时节，交上的是一份怎样的答卷？



红叶柿岩景区内的古老街道。



2023高青黄河文化旅游季暨黄河万里情·乡村那达慕音乐节现场



马踏湖国家湿地公园的不倒翁表演。

小红叶，红似火

白天，水花四溅穿梭在茂密的山林中，温暖的阳光将玻璃滑道照射得通透明亮，疾风而下，奇遇美景，穿梭绿林山间，飞瀑尽收眼底，绝对的360度全景视野；入夜，它又华丽变身，用灯光和云雾，给700年神秘古村一个诉说的出口，光影斑驳，万花齐舞，朦胧中透着古韵清风，慢生活的浪漫肆意渲染，成为游客口中家门口的“诗和远方”。

这就是“双节”期间淄博频频“出圈”的红叶柿岩。

“这里的网红景点有玻璃漂流、齐长城、网红桥还有玻璃栈道，这些旅游景点都很棒。”上海游客祁斌礼畅玩了景区的各种项目，乐在其中，“一路走来，这里环境很干净，管理也很好，我们都很

开心，相关的工作人员也都很好，淄博确实好。”

“双节”期间，受济潍高速利好和旺盛市场需求拉动，红叶柿岩累计接待游客11.76万人次，日均客流量1.47万人次。

“整个假期，红叶柿岩美景吸睛、亮点纷呈，先后登上CCTV13央视新闻等央媒矩阵，人气、口碑获得双丰收，成为‘双节’期间国内热门旅游打卡地，带动博山大小宾馆、酒店、餐馆全满，拉动片区综合性旅游收入快速增长，通过全域发展让乡村真正实现振兴。”山东文旅景区投资集团运营管理中心总经理、山东红叶柿岩旅游发展有限公司总经理李鹏介绍。

而游客不知道的是，此前的

红叶柿岩还是一个几乎无人问津的落魄山区。其后作为重点打造的乡村振兴齐鲁样板，经过几年的华丽嬗变，如今的红叶柿岩已经蜕变为长城脚下古村落、现代北方小丽江。

时间回到2018年，彼时山东要打造“乡村振兴的齐鲁样板”。五年时间，淄博不辱使命，坚定扛起“打造乡村振兴的齐鲁样板”重要任务，聚焦聚力推动产业、人才、生态、文化、组织“五个振兴”，让农业强、农村美、农民富的乡村振兴美好画卷在齐鲁大地徐徐展开。

乡村振兴不仅关乎经济利益，还关乎农民的生活质量和幸福感。

开发前的红叶柿岩生态旅游

资源丰富，村庄依山而建、屋舍俨然，但交通不便、产业不兴，村民每人只有几分薄梯田，月收入不足百元，几乎所有的壮劳力都外出打工，人口流失严重。面对发展困境，博山立足现有基础优势，和尚房、姚家峪、岭西等9个村联合山东华旅旅游有限公司，成立“村企合作型”联村党委，培育壮大村集体经济。

疫情期间，淄博的乡村振兴并没有按下“暂停键”，反而是“抽点空”就加速奔跑。当其他景区还在自怨自艾，红叶柿岩却静下心来，分秒必争，细致打磨景区，成为多部影视剧的取景地，“关门造车”然后厚积薄发，造就了如今的红叶柿岩乡村振兴示范片区。

“现在红叶柿岩变化非常大，

跟我小时候完全不一样了，简直是天壤之别，这可比以前幸福多了。”红叶柿岩原舍清芷民宿店长薛忠豪作为博山人，亲眼见证了这里的变化。

在发展过程中，红叶柿岩联村党委充分发挥企业在管理、资金、资源等多方面的优势，以农文旅融合为主导，充分盘活闲置的土地、山林以及沉睡的古村落、古建筑，进一步激发乡村发展的内生动力，持续增加农民收入，成功探索出一条农文旅融合助力乡村振兴的新路子。随着景区的开放，红叶柿岩年平均接待游客100余万人次，今年春节期间单日客流量达到1.5万人次。

慢慢走，欣赏啊

回顾2019年，当时国内国庆旅游的热门路线，是井冈山、延安等红色景区，主要的消费群体是有一定情怀的中老年人，带着他们的孩子们重温历史。而2023年的国庆国内旅游的热门路线，变成了以中青年为主，越来越多的小众特色，特种兵式旅游，特别是乡村路线成为热点，年轻人喜欢的民宿、21点之后的深夜消费迎来了大爆发。

而乡村路线，在这里不得不提高青。

高青蓑衣樊村北依母亲河黄河，南靠万亩大芦湖湿地，东接国际温泉慢城，西至天鹅栖息地艾李湖，集自然风光、田园野趣、优美生态于一体。作为第三批全国

乡村旅游重点村，蓑衣樊村以“慢”为题，推动生态农业与生态旅游融合发展，既给游客营造了乡村旅游好去处，又让老百姓的日子越过越红火。

“走在这里的小路上，整个人感觉心旷神怡，原本浮躁的心也感觉慢慢地静了下来。”远眺金黄的稻田，仰望湛蓝的天空，刚踏入蓑衣樊村的游客就被眼前的恬静闲适牢牢“吸粉”，“慢慢走，欣赏啊”成了“标配”。

“我们在大芦湖农庄中举办了‘庆双节、贺丰收、享团圆’活动，游客可以钓蟹、钓龙虾，所钓螃蟹、龙虾可由人民公社食堂免费代为烹调，自由享用，还可以乘船进行黄河湿地观赏游览、体验

陶艺等。”淄博大芦湖文化传播有限公司总经理刘树海说，好看又好玩的蓑衣樊村，“双节”期间初步估算村集体收入也有几十万元。

刘树海认为，现在的乡村旅游已经进入新的发展时代。不光是吃住行游购娱，现在吃要吃得好，住要住得舒坦，玩要玩出心情，由此产生的诸多消费点都是增收点，因此，搞好乡村旅游是促进乡村振兴的一个重要手段。

产业振兴是乡村振兴的重中之重，也是实际工作的切入点。没有产业的农村，难聚人气，更谈不上留住人才，农民增收路子拓不宽，文化活动很难开展起来。

司方华是高青县常家镇蓑衣

樊村村民，“双节”期间，他正在忙着打理自己经营的农家院。

“我的第一个农家院于2017年国庆节开张，当时村子紧邻的黄河湿地正在搞生态开发，看到有外地游客专程开车来湿地观光，我敏锐地抓住了这个商机。”司方华告诉记者，由于生意不错，两年后他又开了第二个农家院。两个农家院共有十几个房间，现在基本客满，每年为他带来近10万元收入。

2014年，高青对黄河沉沙池形成的湿地进行保护性开发，蓑衣樊村抓住这个机遇，在原来荒芜的土地上，造林绿化、治理河道、工程固沙，并成立乡村旅游专业合作社，美化村居环境，发展乡

村旅游。2019年6月，高青天鹅湖温泉国际慢城被国际慢城联盟接受为正式成员，蓑衣樊村的乡村旅游也搞得有声有色。目前，全村621人中近400人直接从事旅游餐饮住宿服务，发展起农家乐80余户。

“双节”期间，高青接连举办那达慕音乐节、“武文大舞台”高青站海选等活动，摔跤、射箭、骑马、音乐节、烤全牛、烤全羊、篝火晚会……每天吸引数千名游客驻足，成为黄河岸边一道亮丽的风景线。高青共接待游客42.5万人次，实现旅游综合收入2850万元，接待游客较2019年增长275.5%。

搭好台，唱好戏

“双节”期间，淄博通过丰富产品供给，提升旅游品质，满足游客多元化、个性化消费需求，实现来淄游客数量、营业收入大幅增长，全市文旅市场品牌影响力显著提升。

数据显示，非旅游城市淄博的旅游人次实现新突破，重点旅游景区热度高，累计接待游客总数排名前5位的景区是：周村古商城累计接待游客30.06万人次，日均客流量3.75万人次；聊斋城景区累计接待游客18.77万人次，日均客流量2.35万人次；中国陶瓷琉璃馆累计接待游客15.1万人

次，日均客流量1.89万人次；红叶柿岩旅游区累计接待游客11.76万人次，日均客流量1.47万人次；马踏湖国家湿地公园累计接待游客11.27万人次，日均客流量1.41万人次。

从红叶柿岩、蓑衣樊出发，纵观全省，2023年“双节”，全省文化和旅游系统积极组织节日气氛营造，丰富文旅产品供给，文旅消费持续升温，行业复苏势头强劲。全省14家5A级旅游景区共计接待游客702.7万人次，日均接待游客87.84万人次，较2019年日均接待增长31.5%。

乡村振兴的画卷，在“超级黄金周”绚丽展开。如今，乡村振兴的战略意义重大，它不仅能够提高农民的生活水平，还可以为农村经济发展注入新的活力和动力。

“双节”之前，瓜果飘香，鱼虾满仓的中国农民丰收节已在齐鲁大地上为中秋、国庆预热，山东同时开展了“村村有好戏”主题活动，不仅仅局限于文化领域的“好戏”，而是立体式展现山东产业兴旺“有好戏”、生态宜居“有好戏”、乡风文明“有好戏”、乡村治理“有好戏”、生活富裕“有好戏”，凝聚

推动乡村振兴的强大合力。

这些，同样在淄博上演。

值得注意的是，10月份，乡村振兴齐鲁论坛2023将在淄博举行，届时一台精彩纷呈的淄博乡村振兴戏码将鸣锣开唱。

党的二十大报告对全面推进乡村振兴作出重要部署，《山东省全面推进乡村振兴规划（2023—2027年）》铺就了乡村振兴的新征程，实施乡村振兴战略该如何发力，乡村振兴齐鲁样板该如何长立不倒，更是淄博需要继续深入研究的课题。

“50个人种的地现在3个人

就能种”“聚力打造4个乡村振兴精品片区、5个全域美丽乡村”“一村一品”“乡村治理数字化”……这是淄博的实力，也是底气。

弦歌不辍，“淄”孜向前。站在淄博乡村振兴的土地上，我们仿佛能够看到，更多的游客正走向淄博的乡村，一个个振兴故事在麦浪声中播撒远方，那些曾经衰败落寞的村落，如今灯火辉煌、人影绰绰……

大众日报淄博融媒体中心记者 孙良栋