

烟火气中，张店的压力和动力

“难以想象，年都过完了，张店依然有这样人山人海的场面。”

3月9日晚，在淄博会展中心参加淄博糖球萝卜民俗文化节刘雯雯感慨不已，“围着看打铁花，必须提前1小时占地方才能看全。”

“又有夏天的感觉了。”春节假期期间，随着网友的一声感慨，淄博那份烟火气和人情味又浓郁了起来。

作为淄博中心城区的张店，为何人气如此高涨？这座城市面临怎样的压力，又有着怎样的动力？



执法人员检查烧烤店铺。



设置消费维权投诉工作站，及时化解纠纷。

真诚，永远的“必杀技”

“回来了，都回来了。”3月8日晚，张店市民李亦非带着妻子吃顿烧烤，结果到了人民路上的小寒羊烧烤发现，门口有太多人在排队等着叫号。

在李亦非的印象中，去年国庆假期后，路上的外地车牌开始有所减少，“后来哈尔滨火的时候，淄博的室外烧烤进入‘冬眠期’，取而代之的是火锅和铁锅炖。”

尽管室外烧烤“稍息”，但淄博人气不减，荣登2024春节假期热门黑马目的地榜首，春节假期旅游热度同比上涨137%。作为中心城区的张店，更是在旅游资源并不优渥的情况下，吸引了大量游客，八大局市场、钟书阁·海岱楼等景区都在假期前几日成

为热门打卡点，其中八大局市场前四日的客流总量高达23.05万人次。

熙来攘往的人群中，流传着“秤”心如意、建停车场、全民迎客、为城市荣誉而战等充满人情味的故事，让每一个涌入淄博的人都不禁感叹：灿烂星空，谁是英雄？平凡的人给我们太多感动。

感动中也并非没有“杂音”。“曾有网友加上了我的微信，说他买到的炒锅饼不正宗。”“八大局”商户白老三余丸子负责人白冰说。

作为在八大局便民市场最先经营炒锅饼的商户，白老三余丸子见证了“八大局”从菜市场成长为网红打卡地的全过程，而

他家的炒锅饼因为风味纯正，销售量最高峰时一天达到8000盒。而白冰不允许一盒炒锅饼砸了淄博的招牌，于是他为网友亲自挑选邮寄了自家的炒锅饼，得到了网友的认可。

“为了让外地游客和广大网友吃上可口的炒锅饼，我们还在包装上进行了创新，采用氮气锁鲜。”白冰告诉记者，能用小小的炒锅饼赢得游客对淄博的赞誉，他很自豪。

而更贴心的服务，来自于另一商户小晚要淄博烧烤。

“什么味道最适合年轻人，五花肉、牛肉等肉类烤到几分熟口味味道最好，我都亲自烤过吃过验证过。”小晚要区域经理张语说，为了给外地游客提供更好

的就餐体验，他们还专门定制了加长版烧烤炉，配有电动轨道自动旋转烤制。

值得一提的是，包括小晚要在内，备受年轻人追捧的青炉里烤鱼、子曰倒贴烧饼、妙诸葛鲜肉烧饼等时尚餐饮品牌都是源自淄博本土企业山东青炉里餐饮管理有限公司。

“作为土生土长的淄博本土企业，今年我们更得为淄博持续走红添一把火，出一份力。”张语坦言。

“始于烟火，归于诚信”，这是游客对淄博的一致评价。去年，“八大局”最高日接待量达到23万人次，为规范市场秩序、保持价格稳定、宣传引导诚信经营、放心消费，张店区市场监督

管理局转变监管理念、创新监管模式，全力打造新时代网红八大局市场，确保“网红”变“长红”。

“建立业户台账，常态化计量监管，抓好食品安全，我们还在南门设置了放心消费维权服务站，实行一线现场办公，快速处置来淄消费者遇到的消费投诉，让消费者乘兴而来、满意而归。”张店区市场监督管理局体育场市场监管所所长、党支部书记杨光说。

如今的八大局便民市场里，一面面“诚信经营商户”的红旗，既是张店区市场监督管理局对诚信商户的支持，更是今年张店乃至整个淄博对万千游客的邀请函。

每天4万步的工作日常

每天步行4万步是什么概念？

以标准成年人步幅0.8米计算，4万步相当于32公里，是从张店区政府到临淄区政府的地图导航距离，仅比全程马拉松少10公里。

而这惊人的4万步，却是张店区城市管理局火车站广场管理科李超的每天日常。

协调车辆停放、服务游客……3月伊始，春回大地，涌入淄博的游客又渐渐多了起来，而更多的“李超”们开始忙碌了起来。

“自去年3月淄博持续走红，天南海北的游客乘坐高铁动车潮水般涌入淄博，涌入主城区张店，刚启用不久的火车站南广场

压力倍增。”李超告诉记者，而为了确保火车站南广场有序运行，从晨曦微露，到夜朗繁星，他一直在执法巡视和服务游客，去年五一节假日期间，他更是直接睡在了火车站。

客流“从天而降”，淄博这座没有旅游基因的工业城市，去年却因市民、商户与政府的通力合作，用城市温情稳稳接住了机遇，为城市赢得了口碑。这其中，尤其是有温度的城市治理，已成为张店乃至淄博政通人和的底色。

全区123平方公里，人口78万余人，人口密度达6300余人/平方公里，对于人口高度密集型城市张店而言，爆火之后的城市治理挑战和压力非常大，一线执

法人员、一线环卫工一直在拉长服务时间，从每天早上4点一直工作到晚上11点。

“随着人流量的暴增，为及时掌握并解决城市治理中随时出现的问题，我们组织开展全区城管全员额全时段全覆盖考核式徒步走踏勘活动。”张店区城市管理局党组成员、综合行政执法大队大队长王辉介绍，区城市管理局8个踏勘组，从每天早上6点开始，利用早上上班前2个多小时，围绕环境卫生、门前“五包”、市容市貌等13大类、80余项内容，沉浸式查找问题并现场解决问题。

当城市管理遇上火爆出圈的难得机遇，让末端管理升华为主动服务，张店积极推动网红效

应向文旅乃至城市转型升级等方面扩散。

一个很有意思的现象，去年仿若一夜之间，张店大街小巷平添了许多共享助力车，而游客除了吃烧烤，人手一辆共享助力车亦是淄博Citywalk的“标配”。

“面对如此大的人流量，我们与企业多次协调沟通，在张店共投入了25500辆共享助力车，极大地缓解了交通的运输压力。”王辉说。

受淄博旅游热影响，八大局、陶瓷琉璃馆、海岱楼、浅海烧烤城、水晶街成为“新晋”骑行热点区域，与火车站、汽车站、各大商圈周边等一并成为共享出行企业重点运营维护区域。

“2023年我们整体增加了约

六成的运维力量，清明、五一、十一等节假日临时增派的运维力量要比平时多一倍还多。”哈啰骑行淄博城市经理韩大伟介绍，哈啰采取“就近运电、人不停车”的保障策略，从临近城市调取电池以应对淄博骑行高峰，增配换电人员24小时轮岗换电，确保“人不停车”。

哈啰数据显示，淄博2023年骑行量较2022年上涨38.4%。其中，2023年5月为全年骑行高峰，同比上涨67.2%。而去年淄博共享助力车骑行总里程达5500万公里，减少碳排放约2200吨，相当于5.5万棵树一年的碳吸收量。

“牧羊村们”准备好了

爆火一年，至此，再探讨或者纠结淄博是否能够“长红”似乎已经显得并不那么重要。从长期经济发展趋势来看，走红出圈这一正面事件已向外界传达出张店乃至淄博营商环境良好、城市信用度高、宜居宜业等讯息，为提升发展预期、提振消费能级创造了良好的外部环境。

而随着时间的推移，前来淄博的游客数量自然会波动下降，但是淄博已经成名走红，任何一点“出格”，便可以再次出圈并掀波澜。

“毕竟，淄博深知，聚光灯下即使一个微小的事件，也有可能迅速被放大成为声势浩大的舆情事件，而坦诚、赤诚、真诚，一直都是俘获人心的不二法宝。”山东理工大学教授张玉霞表示。

此时此刻，正如张玉霞所说，真心的淄博，正在真心地欢

迎来自春天的游客。

今年2月份，春节临近之时，“网红”牧羊村烧烤总店正忙着装修。对于2024年，负责人杨本新没有什么奢求，仅仅是希望今年他们能以扩大的接待能力，用万全的准备，提高服务质量，继续服务好广大游客，不留遗憾。

“这几天我们正在装修浅海市场的牧羊村烧烤总店，扩大店铺面积，以前是6间店铺并在一起，现在是8间，把隔壁一间闲置的仓库打通并了进来。扩店以前，室内室外加起来，能摆300多张桌子。扩店以后，就有400多张桌子的接待能力。”杨本新说。

3月9日，在八大局便民市场经营熟食已有10个年头的沈振英，正在向游客推荐自家自制的炸肉。

“不买不要紧，尝尝好不好吃。”面对好客的沈振英，不少游

客都难抵她热情，纷纷驻足品尝，“无论是去年还是今年，我对待游客的心是一样的。”沈振英说，她相信今年淄博还会爆火。

当下，一座新的博物馆正在张店拔地而起，“为了让游客能真正地了解淄博，了解‘八大局’，我们用800平方米的空间筹备了一个‘八大局’博物馆，让游客们既能品尝淄博的美食，还能品味到淄博的岁月悠然。”八大局烧烤负责人刘鹏告诉记者，这个博物馆由八大局烧烤自费建设，届时将免费向游客开放。

如此，游客看到的，一片片真心之下，是被待以诚挚的自己，更是谋以向上的淄博。

淄博作为老工矿城市，长期以来工业经济占主导地位。面对经济新常态以及推动城市转型发展，淄博近些年正处于转型的阵痛期，一度面临经济下滑、

人才流失等方面的严峻情况。

“在我们看来，淄博走红是线上流量经济和线下旅游发展的成功结合，淄博烧烤这一区域品牌迅速传播并落地生根，其带来的经济效应不仅极大促进了区域内经济增长、品牌建设、产业转型等，也将辐射带动周边省、市乃至全国的经济。”方塘智库分析。

不少业内人士认为，以热情好客、诚实守信等地域风俗特色作为文化灵魂，以信息流量作为传播渠道，以庞大人口的消费需求作为市场根基，以有为政府和有效市场的高效合作作为制度保障，迅速走红的淄博，正在向着由品牌建设到城市转型升级再到区域经济协调发展的三级跃升。

又是阳春三月，一场“开卷烤”，正在春风中弥漫出诱人

香气。

“我们将持续加强对‘网红店’‘网红街’等重点单位的日常监管……”

“接下来将继续着力服务好市民、游客，保障共享出行需求的同时维护好道路停放秩序……”

“今年的淄博，服务、管理和执法仍是相辅相成……”

“今年的肉肯定管够……”

大众日报淄博融媒体中心记者 孙良栋 通讯员 王业宏 张君 沈象钦



扫描大众新闻客户端二维码查看更多内容