

淄博文旅顶流又有何新期许?

“上次淄博这么热闹,还是在齐国。”去年,火出圈的淄博,俨然重演了“天下商贾归齐若流水”的盛况。

3月12日上午,淄博市人民政府新闻办公室组织召开了淄博文旅高质量发展新闻发布会,淄博市文化和旅游局局长宋爱香公布2024年淄博文旅的发展路径,推动淄博文旅高质量发展,让越来越多的游客汇集到此,探寻“不知道的淄博”、感受“不一样的淄博”、牵手“不一般的淄博”。

今年的淄博,将以怎样的姿态迎接来自天南地北的游客?“三个不”背后有着怎样的深意?



▲2023年10月14日,在张店的发车点,市民、游客搭乘定制公交旅游专线去景区过周末。

▲今年春节期间,周村古商城景区人流密集。

探寻“不知道”的宝藏城市

2024春节假期尾声,惊艳一个冬天的哈尔滨冰雪大世界,因天气回暖闭园,紧接着淄博游客又开始激增,再次成为黑马,两个城市的“无缝衔接”,一度霸屏网络,成为今年首个文旅热门话题。紧接着,今年政府工作报告提出“促进消费稳定增长”,其中谈到要积极培育文娱旅游等新的消费增长点。

而3月12日淄博文旅高质量发展新闻发布会将“感恩遇见·品游淄博”定为2024年主题,意在未雨绸缪,经过一年的爆火,又在寒冬中“稍息”,接下来的淄博,在“旅游体验、产业发展、产品供给、服务保障”等四个方面怎么干,将

直接关系到新一年文旅能否实现高质量发展。

对此,宋爱香表示:“2024年,淄博将利用之前难得的美誉度,深入开展‘淄博文旅产业发展年’,打造更具标志性的文旅项目、更富冲击力的营销活动、更有吸引力的文旅业态,培育淄博文旅领域新质生产力,扎扎实实做好烧烤的‘后半篇文章’。”

主线任务已定,淄博文旅高质量发展的进度条,从这个春天开始。

“没来淄博之前,就只打算逛个八大局、吃个烧烤,来了之后发现,淄博逛不完,根本逛不完。”3月12日,跟去年其他没来过淄博

的游客一样,当赵娇艳驱车从烟台“进淄赶烤”,被宝藏城市淄博彻底“惊艳”到,这里历史久远、文脉悠长,这里产业基础雄厚、产业完备,塑造了淄博“齐国故都”“地下博物馆”“江北瓷都”“琉璃之乡”“丝绸之乡”之美誉。

当淄博主城区人头攒动时,赵娇艳却又一头扎进淄博的大山中,“因为在绿水青山间,还有一个大家不知道的淄博。”赵娇艳说。

眼下,春花竞相开放,很多游客纷纷走出家门,开启赏花之旅。数据显示,今年3月赏花游的热度较去年同期上涨超过3倍,成为春季旅游市场亮点。

无论是原山的迎春花,还是文昌湖的樱花、玉兰花,又或是鲁山的山花,都在春风拂面中次第开放,“赏一场春花,尝一顿烧烤”,来上一场春天里的淄博全域旅游,正在成为游客们的共识。

踏青赏花,出行、住宿、餐饮缺一不可。由此,在今年春天伊始,淄博就要破解去年“一房难求”“一车难停”“一餐难就”等困境。

“借春势,我们将开展健全完善‘快旅慢游’交通网络、打造游客集散服务体系、扩容提质星级饭店民宿、提升旅游厕所品质、更新完善景区旅游标识、加快发展智慧旅游等6大建设任务。”宋爱

香介绍,接下来,淄博要构建“道路通畅、标识明晰、停车便捷、住宿舒心、如厕方便、服务周到”的旅游基础设施服务网络,加快补齐旅游旺季接待短板,全力提升游客旅游体验,让游客在淄博住得安心、住得放心、住得舒心。

没有后顾之忧,才能更好地探寻不知道的淄博。接下来的淄博,闲庭信步抑或是骑车漫游,游客还可以去安静的文昌湖,去惬意生活的孝妇河湿地公园,更可以去休闲有趣的淄川西河古村落……走在春天的前面,宝藏淄博别有一番风味。

感受“不一样”的烟火气

即便是早已习惯“意外”的淄博,初春还是被“惊”到了:大年初一、初二还略显平静的八大局、蒲松龄纪念馆、淄博陶瓷琉璃博物馆等,从初三开始就迎来了流量高峰。八大局人山人海,春节前四天就达到了23.05万人次;蒲松龄纪念馆不得不限流,预约的门票秒光,陶瓷琉璃博物馆大年初三的客流量爆棚,大年初四更是创下单日2.48万次的客流量,刷新了2023年以来场馆客流量纪录。

纷至沓来的游客,寻觅的是回味无穷的美食,着迷的是淄博“不一样”的人间烟火。烧烤,一

种热络的烹调方式,不仅炉子里热,吃东西的心也热火朝天,“进淄赶烤”的火热人群充分证明了这一点。守着烤炉,无论吃什么都可呼朋唤友、其乐融融:不一样的淄博,让烧烤成为一种社交方式。

而“舌尖”上的社交,它的载体和平台,便是淄博整座城市。

新的一年,淄博压力仍在。疏解压力,变压力为动力,宋爱香说:“2024年,淄博文旅还将在丰富文旅产品供给和推动文旅产业发展上持续发力。”

今年的淄博,有些“不一样”。从“兵来将挡水来土掩”改为问需

于客、主客共享,今年淄博将主动把握微旅行、慢休闲、深度假旅游市场趋势,深入开展“文旅+”,策划推出“文化淄博、风光淄博、美食淄博、潮玩淄博、好品淄博、美宿淄博”系列文旅产品,积极培育城市漫游、工业旅游、乡村旅游、研学旅游、博物馆旅游等新业态,进一步提升网红打卡地品质,引入旅游演艺、沉浸体验等新场景,塑造五彩缤纷印象,拓展悦享淄博体验。

5大类60余个重点文旅项目,这是淄博文旅在春天送给游客的第一份“见面礼”。

“接下来,淄博还将高水平办

好齐文化节、黄河文化旅游节等地域节庆活动,创新策划音乐节、啤酒节、露营季、非遗展等特色节事活动,丰富文旅活动供给,加强宣传推广营销,激发文旅市场消费活力,举办淄博市市民文化节,开展‘唱淄博、舞淄博、诵淄博、书淄博、画淄博、拍淄博’等万场文化活动,不断提升群众文化生活满意度。”宋爱香介绍。

文化和旅游部部长孙业礼在十四届全国人大二次会议第三场“部长通道”接受记者采访时说:“去年文化和旅游事业强劲复苏、蓬勃发展。从消费需求来看,全面建成小康社会以后,人民群众

对于美好生活的向往正在发生变化,内涵更丰富,要求更高了。过去吃不愁、穿不愁,就觉得不错了。现在要吃不愁、穿不愁,还得有闲钱去旅游。文化和旅游、诗和远方已经成为人民群众对于美好生活向往的重要内容。”

在基础设施提升、服务质量优化、管理能力提升、旅游业态创新和宣传营销赋能等方面顺应旅游发展新变化、新趋势,可以预见,“精准化、差异化、智慧化”的淄博,正在大家心中塑造全新的诗和远方。

牵手“不一般”的“流量+”

千言万语,游客最在乎、最看重的还是淄博本身,还是那个质朴、善良、诚信、纯粹的淄博。

但今年的淄博文旅向上突围、奋楫前行的路途不再平庸,从全国文旅和经济新形势的角度出发,或将出现文旅“百花斗艳”的现象,新鲜业态、文旅爆款和网红城市将层出不穷。

毕竟,2023年底到现在,从黑龙江哈尔滨冰雪大世界、湖南浏阳烟花到甘肃天水麻辣烫,国内文旅圈就没消停过。

“从另一角度,我们也能看到,2024年全国旅游业有着充足的消费潜能和巨大的有效投资需求,仍待释放和挖掘,新一年的市

场发展前景十分值得期待。”宋爱香分析。

拼流量、争客源,各地文旅竞争越来越激烈,城市之间越来越内卷。谁更迅速、更灵活,谁方向更准确,服务更精细,谁就能在“抢人大战”中占得先机,拔得头筹。

社交媒体普及的时代,过去默默无闻的“小”城市也增加了“被看见”的可能,而本身自带“网红气质”的淄博,任何一个动作,都会引发一定的蝴蝶效应。淄博要想再次出圈,必须顺势而为、趁势而上。

全国政协委员、山东省青联副主席魏新认为:“‘网红城市’要

‘长红’,也不能拘泥于简单‘流量’模仿,要让城市在游客心目中树立丰富的品牌形象,达成有层次感的‘长红’。既要游客吃好,更要挖掘底蕴让游客‘回味无穷’。”

公开数据显示,2023年,淄博市实现国内旅游收入约630亿元,同比增长68.42%,淄博文旅工作也荣获国家级荣誉18项、省级荣誉97项。无疑,这非凡的成就就是淄博全市人民、政府、商户和来淄游客共同铸就的勋章。

“正因如此,我们更要着力打造‘服务淄博、诚信淄博、志愿淄博、劳动淄博、文化淄博’城市品牌,让游客看到更深层次的淄博,

让淄博牵手‘不一般’的‘流量+’。”宋爱香介绍,加密重点区域、重点时段巡逻防控,维护良好社会治安秩序,开展周末及节假日“1元公交游景点”活动,因地制宜解决停车难题,保障游客“舌尖上的安全”,提高便民服务……接下来的淄博,全市一盘棋,在社会治安、市场秩序、交通保障、食品安全、便民服务等方面重点发力,才能共同营造安全稳定、规范有序、热情好客的旅游市场环境。

作为传统制造业大市,过去走红的一年,是对淄博政府“放管服”改革和城市营商环境的一次大考,淄博经受住了考验。而未来的一年,存在感很强,但资源和

要素禀赋并不独特的淄博,如何在经济发展新形势下找到城市发展的新增量,又是当下淄博面临的重要课题。

对此,宋爱香表示:“2024年,淄博文旅仍将积极稳妥做好‘流量+’文章,提升城市美誉度、知名度、影响力,继续开创‘人好、物美、心齐’的生动局面,让‘好美淄博’成为‘好客山东·好品山东’的精彩篇章。”

2024,淄博文旅,让我们拭目以待。

大众日报淄博融媒体中心记者 孙良栋