

# 淄博旅游上演

# “黑马奇迹”



△周村古商城



△开元溶洞



△蒲松龄故居



△中国古车馆

□付玉婷

坐拥齐文化发祥地、聊斋故里等多块金字招牌，淄博旅游却长期处于不温不火的尴尬境地。这种局面在今年画上句号了。从春节到五一，乡村旅游、城区旅游、景点旅游无一不呈现出前所未有的亮眼表现，在竞争激烈的全省旅游市场中上演了一场又一场的“黑马奇迹”。

“一到节假日，各景区景点常常人满为患，停车场一位难求，若非亲眼所见，还真叫人难以相信。”这不仅来自淄博当地人的感受，也是淄博旅游发生巨变的真实写照。去年以来，在淄博市委、市政府的高度重视下，一系列制约旅游市场活力的藩篱得以破除，淄博旅游进入全新时期。而要探究背后的秘诀，一切都得从“一个定位，三个着力”说起。

### 政策支持 就得是“真金白银”

全民消费、全社会关注、全世界交流、全产业融合，从覆盖面和关联度考虑，很少有哪个行业能跟旅游匹敌。但过去很长一段时间，工业才是地区经济发展的明星，谈及大力发展旅游，很多地方在思想上一时还转不过弯来，所谓的重视，也就停留在嘴上说说。

2015年，旅游业开始在地区发展中扮演关键角色。这一年，淄博市委、市政府确立了“一个定位，三个着力”的发展思路，其中两项定位“生态淄博”、“文化名城”都跟旅游具有密不可分的关系。淄博市委书记王浩说，建设文化名城，是实现淄博老工业城市“凤凰涅槃”、“浴火重生”、走在前列目标要求的必然选择。要充分发挥淄博文化资源、自然资源丰富的优势，大力发展文化产业和文化旅游产业，助推经济转型发展。

有了这样的定位，旅游经济发展的希望所在——千千万万的市场主体，想要充分激发他们的创造力和活力，还得看政策是否给力。记者了解到，以往指向旅游的支持政策并不少，含金量高的不多。这一回，与“一个定位，三个着力”配套的《关于促进文化旅游产业融合发展的若干政策》，还成立了市委书记、市长任组长，40多个市直部门、单位主要负责人为成员的文化旅游产业融合发展工作领导小组，企业大呼“解渴”！

据介绍，《文旅发展政策》总共23条，可谓条条干货。在一次文化旅游项目投融资高端对话会上，有位企业家很直白地说：旅游产业要实现规模扩张、质量提升，首先就得“为美丽找到资本”。现在在淄博，除了5000万元的市文化旅游发展政府引导基金，市财政还会每年安排4000万元旅游发展专项资金，每个区县另有不低于500万元的配套资金。此外，淄博整合全市国有文化旅游资产组建了淄博市文化旅游产业发展集团公司，搭建了投融资平台。可以说，文化旅游项目只要自身品质过硬，基本无需再为资金犯愁了。

规划是一个地区旅游业发展的战略纲领，但缺乏实际指导意义、动不动就束之高阁的规划普遍存在；淄博许多文化旅游资源品质上乘，这种资源往往不可再生，规划缺乏大手笔、缺乏创意，则面临被破坏或是背上沉重包袱的风险。除了给予“真金白银”，《文旅发展政策》更敢于拿这个问题“开刀”。淄博市市长周连华表示，淄博拥有丰富的人文和自然资源，只要坚持高端策划创意，科学开发建设，完全有基础、有条件把文化旅游这篇大文章做出特色、做出规模、做出水平。要按照国际化、品牌化水准对文化旅游资源进行深度挖掘、系统策划，通过活态展示等方式，最大限度把资源优势转化为产业发展优势。据了解，去年开始，编制高水平的旅游规划成为淄博推进文化旅游发展的头等大事，市旅游局、市文化广电新闻出版局牵头，市发展改革委、市国土资源局、市环保局、市规划局相配合，从提升文化旅游总体规划与经济社会发展总体规划、城市总体规划、土地利用总体规划、环境保护规划的有机衔接入手，一个以齐文化为核心和统领，高标准、高起点的全市文化旅游发展总体规划呼之欲出。

大谋划有了，一系列专项规划操作起来依然面临多重挑战。游客出游体验越来越丰富，对旅游品质的要求越来越高，以往规划团队给完方案到此结束的模式行不通了。为保证规划的科学性、严肃性，除了国内领先、国际知名、有过多项成功案例这些基本条件，淄博对旅游策划规划机构创新提出：不仅能做规划，还要能投资，以确保规划具有产业性、能够落地。

淄博市委、市政府为此专门成立市文化旅游策划规划决策专家咨询委员会，聘请30多位国内一流的文化旅游专家担任专家委员，为全市旅游策划规划把关，做到一任接着一任干、一张蓝图绘到底。与此同时，淄博市要求，市一级的旅游规划和重大文化旅游项目规划必须经市委常委会研究，并由全市人大会议通过。

截至目前，全市文化旅游项目68个，总投资达821亿元，其中不少是国内少见的创新型文化旅游项目。为加快项目建设，淄博对16个重大文化旅游项目实行市领导挂包联系制度，每个项目制定了时间表、路线图，每月一调度、一通报、一排名，积极帮助项目方解决实际问题。

### 抓活乡村旅游 转型“把手”

很长一段时间以来，农村为城市发展提供了巨大的市场和人力物力支撑。现如今，城市如何反哺农村？淄博市委、市政府站在资源禀赋的角度考虑，认为南北跨度大、地域类型丰富的淄博乡村，本身也是不可忽视的旅游发展重要一极。

就在今年五一期间，笔者在淄博看到，踏青、赏花、采摘一并发力带火了小长假乡村旅游，中郝峪、朱南村、乐瞳等知名乡村旅游点是过夜游客爆棚，仅中郝峪一处节日期间就接待了超过两万名游客，成为国内各媒体争相报道的

对象。

而淄博乡村旅游之所以能这么火，并不只在于景美、人好，更火在它的“特别”。笔者了解到，淄博发展乡村旅游十分擅长典型带动，通过抓好省级乡村旅游示范县、旅游强乡镇、旅游特色村、品牌示范户、农业旅游示范点和星级农家乐的创建，挑选基础好、潜力大的单位作为重点扶持对象，来打造一批具有地方特色、民风民俗的乡村旅游典型。这些典型，往往最终形成了在全省乃至全国都具有开创意义的发展模式，为当下旅游扶贫也提供了不少好做法。

得到国家旅游局局长李金早高度认可的博山区池上镇中郝峪村，曾穷得叮当响，在旅游部门的支持下，以本村的村民为主体，合资入股，用公司化的形式来运作，全村搞起了农家乐，短短几年时间，人均收入从2000元提升到了近3万元。村里的“领头雁”赵胜建告诉笔者，通过流转山地，近万名农民在拿到土地流转金后，又变成了自己土地的产业工人，人均年收入成倍增加。现如今，输出管理经验，打造乡村旅游连锁村，已成为中郝峪下一步发展目标。

淄川的牛记庵村由于交通不便，村民迁到山下居住，留下许多明清时期石木结构的老房子。在当地旅游局的支持鼓励下，淄博紫云山旅游有限公司出资5000万元对这些房子进行抢救性修缮保护：古村外，按修旧如旧的理念恢复；内部设施则按照五星级酒店的配置。如今的牛记庵村奇峰叠翠，错落有致，游客们心情舒畅，赞叹不已，开业以来，老房子一直呈现出供不应求的局面。当地村民很感慨：若不是发展乡村旅游，这些房子不是任其破败，就是早早扒了挪作别用，哪想到还能赚钱呢！

还有淄博最北端的蓼衣村，因紧邻黄河，村内原盛产“蓼衣”而得名。现如今，已84岁高龄的司安荣老人家中，游客能看到这项濒临失传的古老工艺的“现场版”。乡村旅游让休闲娱乐同非物质文化遗产传承保护联系了起来。

乡村旅游没有固定模式，适合的就是最好的。有专家表示，发展乡村旅游，还真不能添加太多框架，政府要做的，就是以外指引发挥好内部动力。资料显示，在旅游部门引导激励下，淄博先后已有87个国家级及省级农业旅游示范点、28个省级旅游强乡镇、72个省级旅游特色村、220个星级农家乐，其中五星级11家、四星级88家、三星级及以下121家，精品采摘园36个，连续两年全市完成省级农家乐“改厨改厕工程”68村927家。

乡村旅游也不能只是吃吃农家饭、爬爬山，提升档次很重要，而作为经营主体的村民，其待人接物水平又是直接影响因素。考虑到这点，去年以来，淄博将在乡村旅游中推进文化素质扶贫作为重头戏，先后安排52名乡村旅游示范点、乡村旅游品牌经营户负责人赴台湾参加山东省旅游局组织的“千人赴台”乡村旅游培训；重点区县建起乡村旅游培训点，并聘请专业师资在沂源阳三峪、博山乐瞳、淄川梦泉、桓台马踏

湖、高青蓼衣樊等就住宿卫生标准、服务流程、餐饮菜品经营管理等内容培训了上千名乡村旅游业户和员工。省内交叉观摩、考察更是不胜枚举。由此引发的巨大变化，让许多外地游客竖起了大拇指。

在上瓦泉采摘片区，客户通过网络媒体随时都能看到大棚里草莓的长势和成熟情况，并合理安排自己的采摘时间。据介绍，随着淄博乡村旅游产业整体实力的扩容，旅游部门又引导打造了多个连片发展区域，在这个过程中，是与互联网的结合为淄博乡村旅游再次插上腾飞的翅膀。乡村旅游，已成为淄博帮助农民发家致富、发展社会经济名副其实的引擎。

### 让营销风暴 席卷海内外

2016年伊始，全省圈里，无一不谈淄博旅游！据了解，淄博旅游营销今年动手特别早，未出正月，便在全国率先发力，先是到全省16市举办了高密度巡回创新营销，市内开展“百万市民游淄博”活动，后又成功将淄博旅游纳入到日本、韩国客源市场精准促销，一股强劲的淄博“齐风”推介风暴迅速席卷了海内外。从省内到国内旅游业界，对淄博这种遍地开花的营销做法产生了强烈的共鸣，许多业内专家将其称为“淄博旅游营销现象”。

信息爆炸和产品丰富的当今社会，“酒香不怕巷子深”的思维已经过时了。淄博作为齐文化发祥地，南山北水，东古西商，三千多年齐风古韵延绵；既有鲁山、原山等高品质自然生态观光资源，也有周村古商城、中国古车馆等历史文化资源，一直没能实现大的突破，缺乏外界知名度和影响力是个很主要的原因。

想有知名度，先得有人来。为更好地培育淄博地接市场，吸引国内外游客来淄博走走看看，去年以来，淄博市先后制定发布了《淄博市地接旅游补贴办法》和《淄博市入境旅游补贴办法》。优惠的政策，激发了国内外旅行社向淄博输送游客的积极性。3月份淄博在日韩开展精准旅游营销推广活动，成功与日、韩旅游相关部门、企业签署多项合作协议。今年一季度已有5个批次100多家旅行社来淄博考察资源和线路，淄博三日游经典旅游产品在韩国各旅行社日渐热销，年内输送韩国游客有望突破一万人次。

围绕突破省内主体客源市场，今年淄博市旅游局在青岛、济南分别举行了史无前例的大型旅游推介会，创新营销方式和模式，采用全方位、立体式促销；淄博市旅游局与青岛、济南旅游局分别签订了“十万游客互动游计划”，实现资源共享、线路互推、信息互通、互利共赢、共同发展；推介会后，双方积极推动旅行社开通旅游直通车，支持自驾游俱乐部组织游客赴两地开展旅游活动。笔者了解到，现在仅济南到淄博就有四条直通车线路，每天发车，半小时就有一趟。受政策、宣传叠加效应等因素影响，济南、青岛来淄博游客呈现井喷式增长，有力活跃了市内旅游市场。

