

淄博文化中心

潭溪山

齐风淄博：为文旅市场复苏按下“快进键”

这个春天，淄博烧烤在网络上火爆出圈，成为新晋“网红”。据统计，截至目前，“淄博烧烤”全网各类信息高达298183条，形成网络“现象级传播”。

“淄博烧烤火了，离不开正面宣传的长期积累，更有赖于市委、市政府的全局谋划。”淄博市文化和旅游局党组书记、局长宋爱香介绍，春节前后，淄博全域联动，印发实施《大力提振文化和旅游消费的政策措施》。这11条实招和硬招，由政府搭台、企业唱戏，打出了加快文旅消费复苏回暖的“组合拳”。

精准发力 激活“一池春水”

一系列举措的推出，不仅提前预热了淄博文旅市场，也稳住了本地文旅消费的基本盘，激活了大家渴盼已久的“一池春水”。据不完全统计，2023年一季度，预计全市接待游客1180万人次，同比增长19.4%，实现旅游总收入110亿元，同比增长39.2%，旅游接待人数及旅游总收入分别恢复至2019年的92.9%、82.7%。

政策赋能对文旅消费的拉动效果立竿见影。提振文旅消费的“十一条”政策措施，



海岱楼

统筹市级财政资金2350万元，11个区县分别制定配套措施，全方位推进文旅市场回暖复苏。全市发放元宵节专项文旅惠民消费券、景区专项券、餐饮券、零售券等1374万元，精准拉动消费4600余万元。淄博市9家国有收费A级景区全部免除首道门票，19家A级景区非国有景区首道门票不低于5折优惠，概算减免额度达900余万元，带动景区“二消”2100余万元。全市策划开展了“淄博自在·欢闹元宵”四大主题89项活动，“自在村晚”等文化惠民活动达2000场次，带动消费超2000万元。其间，通过线上平台销售文旅产品近14万件（套），累计带动消费近300万元。



周村古商城

乘势而上 引客入淄

“近者悦，远者来”，这是今年淄博文旅的一大愿景。实现“开门红”后，淄博文旅的发展后劲十足。2月19日，在“自在逍遥·博览齐迹”文旅推介行动暨淄博市文旅惠民消费季启动仪式上，宋爱香向省内外百余商家受邀前来的旅行商介绍了“引客入淄”的3项实招。

强化营销推介。淄博将用好省市两级政策激励，在客源引入上出实招、见实效，重点围绕京津冀、长三角和省内周边客源地，积极实施“走出去”营销推介战略。从2月20日开始，淄博市文化和旅游局组织“自在逍遥·博览齐迹”2023淄博文旅（潍坊、滨州、东营）推介会，全力引客入淄，促成本地20余家景区与市外60家旅行社签订合作协议，达成合作意向219个。在重庆组织举办好客山东·齐风鲁韵“渝”你相约文化旅游推介暨石柱县东西协作文旅考察对接活动，开展精准营销推广。此外，大力推广“齐惠游”服务平台，组织开展“淄博人游



齐长城

淄博”活动，有效提升淄博人对本地景区的消费意愿。

提前谋划节事活动。继续策划举办“黄河大集 品游淄博”文旅主题年活动，围绕重要节假日，重点策划齐文化节、黄河文化旅游季、“齐风乡韵·乡村好时节”、五一“奋进新征程·致敬劳动者”文旅惠民活动、“齐舞·悦动”文化艺术季等20余项重大活动，并围绕一年四季，开展“春来·约会淄博”“夏爽·嗨游淄博”“秋意·寻味淄博”“冬韵·享悦淄博”四季文旅主题活动，让广大市民和游客朋友一起发现新淄博，感受“自在逍遥·博览齐迹”的独特魅力。

将文旅惠民进行到底。2023年，淄博市文化和旅游局惠民消费季以“文旅惠民 自在逍遥”为主题，围绕民宿酒店、景区景点、研学旅游、电影演出、手造文创等八大细分行业，积极谋求创新突破，以行业特色为依托，创新推出文旅惠民专项券；以文旅企业交互互通需求为依托，创新推出“齐惠游”定向券；以地域特点为依托，创新推出文旅惠民专场券，精准激发文旅市场消费活力，引导游客市民出游消费。

提质增效 塑强核心竞争力

市场经过3年时间的演变，在“补偿式”出游驱动下，人们对旅游品质的要求越来越高，这也为文旅产业高质量发展提出新课题。为此，2023年，淄博市文化和旅游局将以“四大新提升”塑强文旅产业核心竞争力。

立足优势，深耕细作，优秀传统文化“两创”实现新提升。今年，淄博将聚力塑造齐文化这个超级IP，打造穿越千年的“传齐”之旅，彰显城市文化特质。同时，重点

开展了20项文物工作，统筹文物保护和经济发展，延展城市文脉。做好黄河文化、长城文化文章，创作20部以上优秀剧目，推进黄河、长城国家文化公园（淄博段）建设，守好城市文化遗产。

培根铸魂，聚合发展，文化旅游产业培育实现新提升。淄博文旅部门将协调推进30个文旅重点项目，全面铺开发展框架。持续落实提振文旅消费“十一条”措施，助推市场全面复苏。实施景区提升增效，优化景区设施、周边配套、管理服务和智慧化水平。打造“齐风乡韵”品牌，实施乡村旅游品质提升三年行动，推动文旅与教育、康养、农业等融合发展，实施研学游、露营游、康养游、农文旅，赋能乡村振兴。

多措并举，解码破题，公共文化服务实现新提升。年内，加快博物馆、美术馆建设，打造城市文化地标。新建公共阅读空间280处，扩大服务覆盖面。每年平均组织惠民活动4.3万场，丰富服务供给。探索建立政府与社会之间的协作关系，吸纳社会资本参与公共文化服务。

培塑品牌，拓展渠道，文旅宣传推广实现新提升。今年，淄博将开展“百千万”活动，邀请“百”名网络达人宣传淄博，把“流量”变“留量”；策划“千”家旅行社走进淄博，让人们读懂淄博、爱上淄博；组织“万”名中小学生体验研学游，打造“研学下官”游学地标品牌。构建宣传矩阵，打造网络自媒体宣传平台，把文旅资源、特色工作、文旅产品推销出去。

为把旅游品质提起来、人气聚上来、名气打出去，政府层面在谋划，文旅企业在行动，民间力量在助力……眼下的淄博，正在为实现“3510”发展目标和“强富美优”城市愿景，一步一个脚印地奋力前进。

谋创新 促消费 赋动能

运河枣庄：“全域慢游”引领文旅融合高质量发展

凝榴红荷香，聚运河风光。

枣庄作为山东省“南大门”，是一座具有深厚人文底蕴的历史古城，是一座具有光荣革命传统的正义之城，是一座具有优良生态环境的山水绿城，是一座

具有广阔发展前景的转型新城。枣庄市抢抓新旧动能转换重大机遇，围绕山东省“消费提振年”工作部署，高举文旅融合高质量发展大旗，高起点规划、高标准布局，始终把培育壮大文旅产业作为推动城市市

新转型发展的重要举措，稳中求进，守正创新，不断推进文旅产业创新融合高质量发展。2023年第一季度，以台儿庄古城为代表的枣庄文旅迅猛复苏，游客盈门、摩肩接踵的可喜局面顺利回归。

一群多链 聚链成群 培育特色文旅康养产业链

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，康养是文旅的拓展。

围绕文旅康养产业融合发展，枣庄市文旅局实施“文化+、旅游+”新业态培育行动，在工业旅游、研学游、医养健康游、乡村旅游方面取得新突破。聚焦“运河明珠 匠心枣庄”品牌，立足“一群多链、聚链成群”发展思路，打造了枣庄全域旅游产业集群和“匠心枣庄”文化创意产业集群，分别入选2021年度全省“十强”产业雁阵形集群名单、2022年度“十强”产业雁阵形集群储备库。力争到2026年底，实施文旅康养重点项目100个、总投资超过500亿元，新增规模以上企业70家以上，力争营业收入过亿元企业突破10家、过10亿元企业2家。充分发挥市文旅集团龙头带动作用，到2026年底，力争实现产业链营业收入达到100亿元。

重点提升以台儿庄古城、红荷湿地、冠世榴园、铁道游击队纪念馆、抱犊崮熊耳山为代表的文化旅游产业链；以尚品本色、鑫迪家居、鲁班天工、善国鲁班等为龙头的鲁班文创产业链；以耀海玻璃、金晶玻璃、元凯实业等为龙头的工艺玻璃产业链；以辣子鸡、羊肉汤、菜煎饼、黄花牛肉面为代表的特色文化美

食产业链；以乾唐轩活瓷、齐村砂陶、枣庄泥塑、伏里土陶、中陈郝陶瓷为代表的艺术陶瓷产业链；以台漫公司、一甲动漫、千水星动漫等为代表的元宇宙数字文创产业链；以森氏吉他、谢氏琴业等为代表的乐器手造产业链；以龙基石业、壕沟万景园、铜工匠等为代表的手工雕刻产业链；以维卓科技、红鸚鵡传媒为代表的文化传媒产业链等。

打造以“全生命周期康养”为中心的文旅康养发展模式，推出一批旅游休闲城市和街区，培育一批城市休闲旅游新地标，构建“一城两带七园”为核心的“全域慢游”发展新格局。

用活“运河资源” 打造山东运河文化“第一窗口”

大运河是活着的历史，是活着的遗产走廊。对于大运河昔日的辉煌，大运河枣庄段的老百姓从祖辈那里口口相传下来。今天的大运河枣庄段正在重现并发扬光大昔日的辉煌。为实现“创新运河”，做好大运河保护、传承和科学开发，枣庄市正在高标准推进大运河国家文化公园（枣庄段）建设，编制完成《大运河国家文化公园（枣庄段）建设保护规划》，出台《大运河国家文化公园（枣庄段）重点项目建设突破行动》，聚力“保护传承、研究发掘、环境配套、文旅融合、数字再现”五大工

程和大运河文化体验廊道建设，推动完成大运河国家文化公园158个项目全市布局，力争把枣庄“活着的运河”打造为历史文化彰显、公共设施健全、自然风景优美、独具韵味的文化长廊，成为山东运河文化展示“第一窗口”和国际知名旅游目的地。

以大运河国家文化公园（枣庄段）兴建为契机，围绕大运河，推进世界遗产经典游、运河古城记忆游、漕运文化体验游、水利文化科普游、美丽乡村民俗游、红色文化追忆游。

让文物“活起来” 让非遗“火起来”

枣庄历史悠久，文化资源具有丰富多样且质量上乘的特点，现拥有世界文化遗产1项，国家级非物质文化遗产项目2项，省级非遗项目42项；全国重点文物保护单位11处，省级文物保护单位123处；省级非物质文化遗产生产性保护示范基地3个，省级非遗工坊2家；全市已备案的博物馆26家，馆藏文物近20万件。下一步，枣庄市将继续统筹保护与利用，在做好保护基础上推动文化遗产活起来、传下去。

让文物活起来。枣庄市全面开展大运河沿线文化遗产资源普查，推进重点文物保护单位申报遴选。深入挖掘革命文物精神内涵，开展革命文物保护利用片区红色遗产线路推介活

动，做好文物活化利用，大力进行博物馆数字化建设，推进博物馆文物“走出去”，讲好“枣庄故事”。

让非遗火起来。枣庄市报送的《榴花正红》《帮忙》《献礼》等在全省小戏小剧大擂台荣获金奖1个、银奖2个、铜奖1个，获奖数量居全省第一。《唱支山歌给党听》《一窝雀》荣获山东省群众合唱展演二等奖。推进“山东手造·匠心枣庄”十项行动，扶持壮大重点手造产业，推动旅游文创发展，围绕鲁班锁、集律斋毛笔等打造一批独具枣庄特色的旅游伴手礼，打造1—2个国内知名的山东手造领军品牌。组织非遗企业参加泰山设计杯文化创意设计大赛、第二届中华传统工艺大会及第二批“山东手造·优选100”遴选活动。进一步完善非物质文化遗产名录和传承体系，整合全市非遗旅游资源，推出一批非遗特色旅游线路。

积极释放文旅消费潜力 全面提高惠民服务水平

枣庄市以争创文化和旅游消费示范城市、文化和旅游消费示范（试点）县、夜间文旅消费集聚区等为抓手，丰富文化旅游消费产品供给，不断激发文化和旅游消费潜力。实施文旅消费提振行动。落实《大力提振文化和旅游消费的政策措施》，全面推进惠民消费券发放、

景区门票减免、主题活动举办、行业“助企暖企”等工作，培育申报1—2家省级旅游休闲街区。贯彻落实全省“黄河大集”品牌战略，打造“黄河大集·福乐枣庄”品牌。

同时，开展文旅行业配套服务设施排查整治专项行动，支持文旅场所硬件改造和技术升级，全面提高惠民服务水平。培育夜间文旅消费集聚区。围绕夜游、夜宿、夜购、夜娱、夜宴、夜秀，打造“一区一品”特色文旅消费项目品牌，培育3—5个市级夜间文旅消费集聚区，积极争创国家级、省级夜间文旅消费集聚区。打造文旅消费节事活动。创新活动形式，丰富载体内容，组织开展枣庄第七届文化和旅游惠民消费季、“鲁风运河”美食节、“好客山东”贺年会等节事活动，激发消费潜力，提振市场信心，促进文旅消费复苏。

百舸争流、奋楫者先，转型跨越、志坚者胜。下一步，枣庄市将锚定“走在前、开新局”，重点在完善营销体系、拓宽宣传渠道、策划重大活动、强化区域交流、提升产品品质等方面持续发力，全力培育枣城有“席”、枣城有“韵”、枣城有“戏”等系列文旅品牌，重点实施枣庄文旅提质赋能“七大提升工程”，做大市场、促进消费，不断增强文旅产业发展潜力和贡献度，奋力开创文化和旅游工作新局面，为全省文旅发展贡献“枣庄智慧”和“枣庄力量”！



京杭大运河台儿庄古城月河夜景



抱犊崮国家森林公园——抱犊秋韵



游人在台儿庄古城乘坐游船观赏夜景