



强信心 稳经济 促发展



山东630余项惠民措施激发文旅消费潜力

“好客山东”再出圈 旅游供给正创新

擦亮“好客山东”品牌，要从主人的倡导更多走向客人的感知。面向大众旅游，要更深入地研究游客新时代的新需求，推动旅游业提档升级



从旅游线路结构看，海滨游和人文历史游是假期外省游客到山东旅游的两条主线。

◆导报记者 戚晨 济南报道

泰山泥塑、泰山豆腐宴、济南皮影、鲁班锁、周广胜木梳、东营黄河宴……5月19日，2023年“中国旅游日”山东会场活动在泰安举办，活动现场展示的非遗民俗、特色美食、文创产品，让游客近距离感受“好客山东”的魅力。

随着文化和旅游加速融

合、市场不断发展，山东文旅消费需求呈现明显升级趋势，文旅融合正焕发“新活力”。经济导报记者了解到，5月“中国旅游日”主题月，山东各市委文旅部门精心组织策划近1300场丰富多彩的文旅活动，推出630余项利民惠民政策措施，创新旅游服务和产品，满足公众多样化、个性化旅游需求，交出亮丽成绩单。

山东持续加力打造新场景，推动文旅消费“策马奔腾”。山东省文化和旅游厅二级巡视员王春生介绍，从2023山东省旅游发展大会开始，山东持续开展“畅游齐鲁 乐享生活”主题旅游年活动，聚焦各地新近打造的一批文旅融合特色街

区、夜间旅游集聚区、智慧商圈等文旅项目，全省16市创意推出100多项主题活动，围绕春、夏、秋、冬四季，重点推出“山东网红打卡地”，不断解锁“好客山东”新场景、新体验、新玩法，满足新需求，引领新消费。

创新旅游供给正当时

游客如织、一票难求，山东文旅市场已然恢复元气，提供优质的文化旅游供给正当其时。

“五一”过后，济南的多个文旅景区依旧保持着高位客流量。5月21日，济南天气阴沉，还伴有小雨，但山东科技馆的热度不减，山东美术馆、山东博物馆也是如此。随后，经济导报记者来到济南动物园，当天11点，其正门入口，游客们仍在排队等待进入，亲子游、全家出行热度火爆。

位于青岛的小红楼美术馆被很多外地游客看成青岛旅行的最佳拍照打卡地，美术馆院子里，设置了近20个网红打卡点。“五一”假期，小红楼美术馆单日最高客流量达到6000人，单日最高营业额接近10万元，几乎达到同体量商业的“天花板”级别。

“我们的服务流程经过不断优化，饮品和文创的选择上都非常丰富，文创产品高峰期

一天能卖出1000多套，供不应求。门票仅售9.9元，主要是为了优化美术馆的秩序、提升游客的体验感。如果在美术馆买饮品、文创等，都可以抵扣，相当于门票没有花钱。”美术馆主理人孟繁荣接受采访时表示，在新媒体推动下，景区团队持续不断地在不同平台进行推广，吸引着客人到店，完成商业转化。

据了解，为了丰富旅游供给，“中国旅游日”主题月期间，泰安发布研学游、自驾游、生态游三条特色主题文旅线路，让游客感悟泰山文化，亲近绿水青山；烟台发放100万元文旅惠民消费券、100万元“仙境烟台游”平台惠民消费券，开展“烟台十二时辰”旅游嘉年华活动；淄博举办潭溪山荒野行动、马鞍山首届全民登山节等六大特色活动，推出全市重点景区免费开放日等26项旅游惠民举措。

消费新场景受青睐

5月20日晚，九女峰·沉浸式景区开园，夜幕下的山谷“繁星”点点。依托虚实共生技术，泰安市岱岳区全新打造星空邮局、露营帐篷、萤火丛林等场景，策划推出“故乡的月”沉浸式演出，高品质呈现文化氛围浓厚、科技体验十足的九女峰沉浸式景区。

据介绍，山东不断创新消费场景，重点打造“点亮星空”的夜间文旅消费集聚区，推出夜游、夜购、夜娱、夜秀等新产品新业态；策划推出一批节事活动，举办啤酒节、消夏音乐节等，让文旅活动精彩纷呈，为广大游客打造有魅力、有人气的文旅体验场景。同时，持续优化旅游环境，加快推进智慧文旅建设，完善旅游服务体系，净化市场环境，

不断擦亮“好客山东 好品山东”金字招牌。

山东大学新闻传播学院教授臧丽娜表示，文旅市场提振复苏，尤其是“五一”小长假出现小高峰，这样的现象改变了旅游业的产品结构，衍生出旅游者新的信息接触方式和产品消费方式。

经济导报记者走访中了解到，文博看展、文化演艺、国风国潮热成为旅游新风尚，“旅行+演艺”“旅行+看展”“旅行+刷博物馆”受到市场青睐。“中国旅游日”主题月期间，山东各地相继推出看展式社交、国风汉服、围炉煮茶、音乐雅集等活动，演唱会、音乐节所在地周边的酒店预订量同比升高，旅游在周边消费场景的溢出效应愈发明显。

激发文旅潜力增信心

随着文旅市场迅速回暖，旅游消费需求进一步释放，山东抓住机遇丰富产品供给，激发文旅消费潜力。经济导报记者从2023年“中国旅游日”山东会场活动上获悉，山东文旅市场强劲复苏，拉动旅游消费效果明显。据统计，刚刚过去的“五一”假期全省接待游客4612.1万人次，实现旅游收入363.9亿元，分别为2019年同期的120.3%和110%。游客总人数、旅游收入和过夜游客数均创新高。

携程发布的《2023年五一出游数据报告》显示，济南、苏州、天津、郑州、沈阳等城市凭借超强吸引力，荣登“五一”最强周边游“吸金力”前十名榜单。济南此次高居榜首，主要得益于山东全域旅游发展，济南作为省会枢纽，承接了周边城市的旅游需求。

“从旅游线路结构看，海滨游和人文历史游是假期外省游客到山东旅游的两条主线。海滨游的热门目的地主要以青岛、烟台和威海人气最高，相关海滨度假产品、赶海体验等深受游客欢迎；人文历史主要是泰山文化、儒文化等历史人文类为

主，泰山、曲阜三孔等最受欢迎。”山东省启明星旅游咨询有限公司总经理沙子田接受经济导报记者采访时表示，在出游方式方面，小团定制、私家团、家庭团等是比较主流的跟团游方式，旅行社自3月起接待了江苏、河北、河南等临近省份的多个旅行团。

中国旅游研究院院长戴斌是山东文旅的“老朋友”，十分关注“好客山东”的内涵建设。“好客不好客，除了一些具体举措以外，更要通过日常生活的温暖打动人。”他表示，擦亮“好客山东”品牌，要从主人的倡导更多走向客人的感知。面向大众旅游，要更深入地研究游客新时代的新需求，推动旅游业提档升级。

王春生表示，山东文旅资源丰富，正加快建设国家文化公园和“四廊一线”文化体验廊道规划建设，推动文旅深度融合，持续擦亮“好客山东 好品山东”品牌，增强了文旅企业投资山东的信心。



原本静谧的县城开始热闹喧哗

“县域旅游”怎么就火了

在“陇上江南”甘肃文县品西北美食、在西南边陲云南和顺古镇打卡“中国最大乡村咖啡馆”欣赏“小冰岛”的湖光山色……你或许不知道，在热门旅游城市和景点每逢节假日必“人从众”的当下，很多人已经将目光锁定了县城，县域旅游逐渐火热了起来。

这不是社交媒体营造的一种“繁荣”假象，而是有着数据支撑的。《全国县域旅游研究报告2022》显示，2022年全国县域旅游综合实力百强县平均实现旅游总收入145.3亿元，平均接待游客总人数为1326.27万。某机构发布的《2023年五一假期旅游预测报告》中，浙江长兴、云南芒市、福建平潭等地成为“热门黑马地”，旅游订单较2019年增长了157%。

县域旅游的火爆，看似偶然，但其实也自有道理。首先，县城往往自然风光优美，旅游资源丰富且有特色，对于平时紧张忙碌的都市人来说，自带“逃离城市，回归田园”的美好滤镜，吸引力强。二则，没有对比就没有差距，热门景点在节假日的火爆“劝退”了很多出游者，他们转而将兴趣投向了更小众、不用大排长龙、参与度和体验感更好的“小地方”，而且县域旅游在门票、住宿、饮食、购物等方面也更具有性价比优势。三则，社交平台的发达，让那些隐藏在县城的美景、美食等资源得以被更多人看到，线上的流量很容易转化为线下的旅游行动，吸引很多人前往打卡。

不难看出，目前县域旅游的发展，仍以市场为主要推手，依靠县域自身的旅游资源优势和游客的主动发掘“双向奔赴”。这既是县域旅游的一种优势——市场这只“无形之手”的作用，往往比人为力量的作用更持久有效，让真正有特色、受欢迎的县城脱颖而出，且能在动态竞争中实现“良币驱逐劣币”，促使县城

文旅市场不断走向优化升级；但同时，它也有一定的随机性和被动性，比如社交媒体对于网红旅游打卡地的曝光，往往有扎堆、跟风现象，与其本身的文旅价值并不完全匹配，一些县城可能因为网红、大V打卡而“名过其实”，一些低调的“宝藏”县城则可能在一片喧嚣中被埋没。

因此，尊重和顺应市场是一个方面，县城主动而为，有规划、有部署地发展旅游产业，同样必不可少。这既包括在政策布局上，充分挖掘、整合县域旅游资源，研究旅游发展定位和特色，制定旅游发展规划，有意识地走差异化发展道路，打造契合市场潮流的个性化旅游产品和体验；也包括大力发展与旅游业相关的产业和配套服务保障，比如改善交通，在高铁、长途汽车、自驾、县城公共交通等方面做到能有则有、顺畅接驳，完善景区餐饮、停车、卫生间等接待设施，提高景区接待能力和服务水平等。地方可以小，景点可以小，但服务和体验感不能“缩水”“打折”。如此，才能吸引新游客，又能积攒“回头客”。

值得一提的是，近年来，一些地方的旅游市场出现了诸多不和谐画面，比如有村民拦住过往游客的车辆讨要钱财，一些景区周边的商家拒绝游客正常的退房要求，还有些不文明游客在游览时乱扔垃圾、破坏环境等。当然，这些现象不只是发生在县域旅游中，但它们都是关系旅游业健康发展的大事，县域旅游发展对此需要引起重视、有妥善应对之策，这考验地方政府和职能部门、基层执法者的能力和智慧。从更深层次来说，诸如本地群众对于发展县域旅游的认同感和参与度，还涉及如何让全县人民共享旅游业发展成果的成色，以及如何让旅游业反哺其他产业和社会事业发展，这又是实实在在的民生问题。

(汪灿)



马上就评

让山东成为游客向往之地

初夏时节，阳光明媚，正是旅游休闲的好时节。在刚刚过去的“五一”小长假，山东各地迎来了一波又一波旅游而来的“热情”。在2023年“中国旅游日”之际，山东以“好客山东 幸福旅程”为主题，推出系列“文旅大餐”，在整个5月采用线上线下相结合的方式，以“主题月、主题周、主题日”的形式开展一系列宣传推广活动，进一步提振旅游从业者信心，激发旅游市场消费潜力，促进文化和旅游市场快速恢复和发展。

当前，旅游正日渐成为人们美好生活不可或缺

“身心体验”。饱览祖国各地秀美山河，感受各地灿烂文化魅力，放松心情、增长见识、享受生活。从长远来看，消费者对旅游的巨大需求没有变，旅游市场发展的巨大潜力没有变，旅游行业高质量发展的趋势也没有变。随着节假日、暑期的到来，旅游需求得到有效释放，为各地旅游市场的发展提供了良好契机。

山东近年来在推动文旅深度融合发展上也是积极探索、卓有成效，打造了一批很有代表性的文旅融合产品、路线等，让齐鲁文化的名片更好地享誉海内外。在文化资

源上，山东历史悠久、底蕴深厚，各种圣贤名哲不断闪耀，无数遗迹遗址广泛分布；在旅游资源上，以泰山为尊的壮美群山，以黄河、大运河为代表的大河景观等，都非常具有代表性。

新时代文化旅游要满足人民美好生活需要的实践路径，推动新时代旅游业高质量发展，山东更要积极把握文旅消费增长新机遇，结合各地资源优势，推动文旅创新融合发展，推动有效、合理、精细的文旅投资，为游客提供更好的旅游环境与公共服务。从全域旅游出发，强强联合，打造精

品文旅、精品线路，提升山东各地文化旅游吸引力、影响力，让山东成为游客的向往之地。在IP打造上，持续擦亮“好客山东 好品山东”品牌，引领行业高质量发展，山东大力实施质量强省和品牌战略，用服务和口碑展现山东之美，吸引八方来客，树立行业标杆。

在美不胜收的中华文化里，在肆意滚烫的旅行中，不妨选择万里征程。把梦想装入行囊，把文化浸入心扉，更深切地感受“美好中国，幸福旅程”。

(导报记者 戚晨)