

# 旅游的风，吹来了“乡村热”



近年来，乡村旅游成为人们出行消费的热点。越来越多的游客把目光转向乡村，奔赴一场独特的乡土文化之旅。这种文旅行业内的热现象，一方面促成了乡村旅游“火上加热”的态势；另一方面也刺激了旅游目的地，实现不断地自我转型升级。



即墨古城,2024春节山东乡村文化旅游节青岛启动仪式现场。记者 周青先 通讯员 张涛摄

寻根齐长城文脉，助力长城国家文化公园建设，推进村庄景区化为目标，探索出了“一企带多村”共同富裕的乡村振兴模式。

“随着乡村振兴工作向纵深推进，乡村旅游已成为促进乡村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的重要抓手和可行路径。”戴斌说。

## “年味儿”主题乡村游成新选择

人间烟火气，最抚凡人心。春节将至，相比往年，今年的“年味儿”主题乡村游成了过年新选择，多地推出了乡村旅游系列产品和活动，可以让游客在旅途中拾年味，寻年俗，觅乡愁。

比如，1月16日，2024年“游购乡村”系列活动在北京启动，现场推出了乡村旅游线路、民俗节庆活动、特色乡镇大集、乡村文创产品、特色农产品等系列产品 and 活动。

1月18日，2024春节山东乡村文化旅游节拉开帷幕。为了办好这次乡村文化旅游节，山东采取了一系列实实在在的举措，可以让游客的多方面需求得到沉浸式体验和享受。比如，开展2024“好客山东贺年会”，推出韵味山东年、品味山东年、滋味山东年、趣味山东年等主题文旅产品。开展文旅惠民活动，各地景区、酒店等文旅企业推出一系列打折优惠促销活动。在乡村文化旅游节期间，人们不仅可以领略到极具特色的民俗文化，像济南鼓子秧歌、潍坊龙年风等，还可以逛一逛黄河大集，购买特色好品好物，亦或是登上“村晚”舞台，感受浓浓年味儿。

“乡村文化旅游节的推出，让人们走进乡村，体验年俗，能够对乡村旅游起到推动作用，有利于打造乡村旅游品牌，促进乡村经济的发展和文化的传承，助力乡村振兴。”王晨光说。

假”成为许多游客的出行习惯，人们对个性化、独特化、定制化旅游产品的需求与日俱增。“以前乡村旅游处于城市旅游的辅助地位，现在二者同等重要，未来会更加重要。”

“乡村旅游具有鲜明的空间差异感和生活体验性，有不同于城市的自然风光、各具特色的民俗风情、本地食材和传统烹调的农家菜肴，融入日常生活的民居宅院等。”中国旅游研究院院长戴斌表示，如今，城市游客到乡村，除了欣赏田园风光之外，还可以实地感受社会主义新农村建设的成就，亲身体验美丽乡村的蝶变。

## “乡村旅游+”让业态更丰富

乡村旅游的火热，也是旅游目的地和游客的一次“双向奔赴”。近年来，山东提出建设全国乡村旅游目的地，实施乡村旅游“十百千”精品工程。如今的乡村旅游，

已不是简单的看风景、吃农家乐，一些新的消费场景、休闲项目，不仅让乡村旅游变得更有活力与魅力，也助力了乡村振兴，让村民的腰包鼓了起来。

王晨光介绍，山东的乡村旅游在规模和体量上一直处于全国的第一方阵。除了市场运作，也离不开政府的大力支持。有数据显示，到2023年，山东规模化开展乡村旅游的村庄达3500多个，乡村旅游经营业户8.9万户。

“山东各个地区的乡村旅游发展情况相对平衡。”王晨光说。山东各地围绕“乡村旅游+”做活文章，将休闲、体验、研学、康养、文化等元素融合，催生出多种新业态。比如，日照莒县赵家石河村打造“乡村旅游+非遗”，将转秋千、过门笺制作等非遗体验融入乡村旅游，打造沉浸式旅游体验模式，2019年入选第一批全国乡村旅游重点村名录。研学教育等新业态的走红，也为乡村旅游发展带来更多机遇。淄博市博山区红叶柿岩乡村振兴示范区，以

记者 孙远明

## “火上加热”的乡村游

开门见绿，抬头见蓝……现在，不少游客愿意把假期交给一些“小地方”，乡村成为不少人的旅游首选地，多地乡村民宿一房难求。有数据统计显示，我国乡村旅游已经稳稳占据国内旅游总人次的半壁江山。

乡村旅游为何这么火？

山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光表示，乡村旅游的火爆不是偶然。中国的乡村旅游兴起于20世纪80年代，经历了40多年的发展，人们的生活条件、生活观念以及旅游诉求都发生了改变，“以前大家都爱看名山大川，现在倾向于对美好生活的需求。”

王晨光告诉记者，乡村旅游是2023年旅游圈的一个重要亮点。疫情后，“微度

# 一次文旅产业高质量发展的“头脑风暴”

近三十家景区、文旅企业进行行业研讨，共谋产业大局

记者 乔显佳

此次会议受邀参会的景区近30家，与会人员30余人，在孕育新希望的2024年初举行，坚定信心、抢夺产业高质量发展的先机。

参会景区中，有山东旗帜性的泰山景区，山东最大的民营旅游度假区泉城欧乐堡度假世界，全国知名的洞穴旅游专家山东地下大峡谷·萤火虫水洞，古城类景区的代表枣庄台儿庄古城、明水古城等；主题乐园方面还有中国民族品牌的代表华强方特，山东原创主题文化游乐园的泰安东太阳部落；还有几家山岳型景区“新贵”：天蒙山、沂山、红叶柿岩、天上王城、新甫山、蒙山龟蒙……不难发现，上述景区在过去几年的实践发展中，不断向整个业界输出宝贵的经验和可资借鉴的发展模式。

济南部分知名景区也在邀请之列，红叶谷、金象山、灵岩寺……这个冬天，金象山滑雪场迎来开业二十周年，见证了山东省内滑雪产业发展历程，下步滑雪产业如何高质量发展？是已处于领先地位景区运营者必须思考的问题。

温泉景区是文旅高质量发展绝不可忽视的存在，山东温泉著名品牌沂南智圣汤泉度假区受邀参会。另外，还有从工业旅游中走出的阿胶世界。

五年前，我国决定“文旅融合发展”的顶层设计之后，省、市、县三级文旅集团，以及由各类市场主体组织的文旅集团，成为产业发展中的一股重要力量。这次会议，还邀请到山东文旅景区投资集团以及山东文

近日，齐鲁晚报·齐鲁壹点文旅新闻事业中心邀请山东省内二十余家头部、领航性景区，召开“启航2024——山东文旅高质量发展行业研讨会”。会上，各景区董事长、总经理、营销总监积极发言，激扬思想，共同完成一次高质量的文旅产业高质量发展“头脑风暴”。



与会代表参观齐鲁晚报·齐鲁壹点。

旅集团的相关负责人参会。

山东文旅景区投资集团董事长朱爱军表示，旅游业历经三年疫情洗礼、一年时间的市场恢复之后，终于“守得云开见月明”。但很多一线旅游人的发展思想仍存在诸多不确定性，这次景区行业高质量发展研讨会来得非常及时，对今后产业发展将起到思想洗礼的作用。泉城欧乐堡度假区总经理李佳珊表示，旅游高质量发展首先要“服务好”，一年来淄博、哈尔滨接连火爆出圈说明，除了不可或缺的旅游产品，很多旅游者对自己“是否受欢迎”很在意，直接影响

到是否愿意把时间交给景区。灵岩寺景区副总经理石鹏提到，近两年的旅游市场明显被年轻一族所影响，作为新兴“网红寺院”类景区，历史文化和自然风光背后的“疗愈”价值，被很多游客所看重。

临沂市文旅集团营销总监闫强认为，高质量发展为一众文旅景区提供了新的赛道，也将影响未来的市场格局。最近临沂市提出了“激活沂河，点亮蒙山”的新旅游发展目标，景区应摒弃原有保守的发展思路，切实在延长服务产业链，延长游客逗留时间上做文章。

红叶柿岩旅游区总经理李鹏表示，网络通讯技术与高质量发展理念的提出，直接带来旅游消费的“升级”，旅游消费者对产品品质的要求势必越来越高。通观全场，诸如此类由市场一线实践者提出的闪光点不少。

回顾本场历时约三小时的研讨会，可谓内容丰富，精彩迭出，干货满满。与会人员表示，在文旅进入繁荣发展的新阶段，此次会议的召开，将给旅游景区的工作带来借鉴意义，助力大家在高质量发展的道路上行稳致远。