



文化中国行

孔茜 济宁报道

据国内OTA平台统计显示,前三季度,济宁市在线旅游消费金额进入全省前五,并保持高增长水平,其增速水平在前五名中名列第一。而如此稳步向好的趋势,背后是济宁立足城市资源禀赋,让文化活化,上接市场、下接资源,文旅产业落地生花的驱动力。如今,从自然风光到人文景观,从历史文化到现代创意,济宁文旅产业持续扩容提质、业态出新,已呈百花绽放之势。



游客参加晨钟暮鼓,体验开城仪式。

引客入济 在线消费增速迅猛

从“天水麻辣烫”到“跟着悟空游山西”,炙手可热的网络热门词条成为不少游客趋之若鹜的选择。每逢节假日,诸多人文景区更是人山人海。

在如此颇具机遇的文旅“黄金时代”下,“引客人城”即显得格外重要。

碧海蓝天之下,一架身绘“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”等logo字样的客机翱翔于天际。以“文化济宁”为主题的客机可执行国内40个城市和曼谷、新加坡、河内、暹粒、大阪、东京等国际城市航班,流动性地宣传、推广济宁文化品牌和对外形象。

“‘文化济宁号’客机就像一张移动名片,让我们外地人更加了解济宁。”重庆市民王云峰直言,自己去过很多地方,却很少关注当地文化,坐着这个航班,对儒家文化、运河文化有了一定的了解,颇有收获。

这种以天空为“媒”,引客人济的城市邀约仅是开始。今年3月,济宁文旅走进泉州参与“‘泉’新出发‘晋’情飞翔”2024年泉州市民航与经济发展交流会。4月开通济宁至泉州航班,牵起城市间旅游“红线”。9月25日,济宁迎来首个落地大安机场的衢州旅行团,标志着济宁与衢州航线正式通航,两座城市间交流发展也迈入新阶段。11月6日,大安机场、济宁市文化和旅游局联合同程旅行网平台及南方航空、北部湾航空等6家航空公司,开展“济享儒意焕新启航”2024-2025冬春季航班直播推介活动。从推介孔庙立体书、《流淌的文明》明信片到曲阜三孔、大运河、峰山等旅游资源,直播观看次数达到100万以上。

“通过结合OTA客源分析画像,重点圈定重点客源地、成长性客源地十个主要城市,举办了‘十城百企千里’巡回旅游推介会。”济宁市文化和旅游局相关负责人介绍,为强化“引客人济”效能,济宁与携程集团共同策划“周游济宁”旅游线路(产品)创新设计大赛,综合曝光量突破2.5亿次,策划“周游济宁 沪来互往”2024济宁文旅长三角招商暨上海旅游推广周,并在携程集团设立“济宁旅游长三角国际推广中心”。此外,还举办“周游济宁 万里相渝”济宁一万州东西部协作旅游暨招商推介会、周游济宁“疆”来有约2024文化济宁(喀什)旅游推介会“沿着黄河遇见海”夏季文旅推介——西宁、银川、太原、呼和浩特、西安、成都站。

在持续有力的推介下,引客人济的城市邀约也收到良好回响。据国内OTA平台统计显示,前三季度,济宁市在线旅游消费金额进入全省TOP5,并保持高增长水平,其增速水平在TOP5中名列第一。

文旅突围 景区客流增量明显

从过去单纯旅游、景观取胜,到如今的文化旅游,深挖文化内核,是在群雄混战的文旅市场中突出重围的路径。

济宁历史悠久、文化深厚,是儒家文化发源地,亦是运河文化聚集区,独特的历史文化为济宁“以文塑旅,以旅彰文”提供了得天独厚的条件。

在这里,文化与旅游的激情碰撞,使得文化从历史中缓缓走出,可探孔子故里,寻亚圣足迹,觅好汉踪迹。就连运河文化,都有多种解读方法、了解路径。

清晨沿运河而行,赏微山县博物馆,踏入展厅,绿色的地板

贯穿始终,如同站立在运河之上。一件件展品更犹如鲜活的史书,记录着运河贸易繁荣流通,倾诉着大运河的往昔故事。集成沙盘模型、高清投影和触控界面等数字技术的加持应用,更使大运河的自然风光、历史文化更加具象化。

“观众点击触摸屏上的内容,沙盘相应的点位将会被点亮,可供观众直观了解坐标方位。精确互动投影则以微山湖区域地形为素模,投影内容以镜头动画的形式展示南四湖的形成历史与周边水系变迁过程。”微山县博物馆工作人员姜娜说。

午后,漫步于大运河文化遗产保护工程——河道总督署遗址公园,从展示馆、文化广场到遗址保护,从仿古建筑到3D影片,旅客置身其中令人置身其中,元明清三代河道管理的历史即在眼前,运河之都变迁也在光影下回放。

夜幕降临,乘船游览大运河畔,霓虹灯下,“运河记忆”历史文化街区格外闪耀,“一河两岸、三街六巷、四馆五点”在这一刻愈发生动,两岸知名景观古迹巧妙串联,也使得这条重获新生的运河文化主题街区充满人间烟火,再现昔日繁华。

而这种让文化物态化、活态化、业态化的例子并非仅限于此。除三孔等传统观光型景区外,济宁“以文塑旅,以旅彰文”供给持续增强。如今,尼山圣境、孔子博物馆、“运河记忆”历史文化街区已成为热门网红打卡地,中华优秀传统文化国际研学实践教育基地、大运河微山湖博物馆、梁山公明坊文旅综合体等文旅项目也先后建成运营,鲁源小镇等28个在建文旅项目正加快推进。

在文化引领、赋能旅游的加持下,吸引了越来越多的消费群体集聚。1-8月份,济宁重点监测的34家景区,共接待游

客2965.54万人次,同比增长67.02%。

文旅惠民 带动消费释放效能

文旅产业不仅要文化活化,更要上接市场、下接资源。历史文化之城也可奏响“时代之歌”。

随着一首首动人的歌曲响起,演唱会、音乐节也已成为旅客来济的一大选择。1-9月,济宁共组织“2024青春之城 魅力济宁 群星演唱会”,运河巅峰音乐节、尼山圣境有朋音乐节、等闲谷艺术小镇“乡村理想生活节”等文旅促消费活动2970余场次,发放文旅惠民消费券620余万元,带动消费7000余万元。

围绕“吃住行游购娱”等环节,济宁更是深度挖掘文化旅游资源,创新文旅消费产品供给。推出孔府宴、运河宴、全鱼宴、水浒宴等4类特色美食,出台促进全市旅游住宿业高质量发展20条措施,举办8届“创意济宁”文旅商品设计大赛,累计培育旅游商品企业100余家。丰富场景促消费,提升曲阜明故城、运河记忆街区等夜游场景,莱河不夜城等4地入选首批“好客山东”文旅市集,数量居全省第一;曲阜市“尼山圣境文化夜游智慧旅游沉浸式体验新空间”项目入选第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目名单。

“我们将聚焦‘文旅兴’促‘百业旺’的倍增效应,着力培育文旅高质量发展‘新引擎’。”济宁市文化和旅游局相关负责人表示,将进一步强化招商引资,策划包装一批业态新、投资小、见效快的文旅项目,盘活提升存量低效项目。强化统计调查,对旅游住宿业和旅游游览业重点调查,建立居民出游和涉旅大数据旅游统计体系,持续释放文旅产业效能。

『文化+科技+』 济宁文旅新业态带来新增量 文旅乘风起 引客人济来