



孔茜 济宁报道

文化是城市之根，形象是城市之形。济宁谋篇布局，串珠成链，以“文化济宁”文旅品牌带动夜游、研学等业态群落积厚成势，助推济宁文旅一路朝阳。



夜色蓼河，璀璨灯火。

以“文”聚“旅” 打造文旅品牌矩阵

从《黑神话：悟空》带火山西景点，到钟鼓楼打造“潮玩空间”，IP与文旅项目的梦幻联动已然成为助推“文旅爆款”的新动能。

作为以“文化济宁”为文旅品牌的城市而言，文化IP则显得尤为突出。两千多年前孔子诞生于此，两千多年后孔子所延伸出来的“IP”效能亦在持续释放。

中国国际孔子文化节在此召开，祭孔大典在此举行，今年推出的跟着孔子游济宁、文艺演出等103项形式多样的文旅活动，更是营造了全省参与、全民共享、全域互动的浓厚氛围，实现了以文化盛世繁荣文旅市场，展现好客形象的综合效能。文化盛会引爆效能下，今年国庆假期，济宁24家旅游监测重点景区累计接待游客334.49万人次，相比同期增长18.52%。

探寻孔子足迹，游三孔景区是游客的不二之选。三孔景区内，游客手机扫码即可获得“AI导游”妙趣横生的讲解，让“看景”不再单调。万仞宫墙《大哉孔子》光影秀以墙为幕再现孔子周游列国之景象，让游客实现跨时空“对话”。孔庙内的高浮雕云龙盘柱，其形象演化成曲阜楷木雕、龙柱手杖、龙形存钱罐等文创产品的“三孔IP”走出孔庙，成为文化“两创”新“网红”……

但孔子“IP”效能，在济宁又何止出现在三孔景区。三孔景区5公里外的孔子博物馆，以书墙为投影屏，《论语》瀑布墙、与孔子“微信交流”的“夫子答问”互动展区，数字化《孔子圣迹图》等设计，令游客饱览70万件馆藏文物之余，使用全息投影、裸眼3D等前沿科技，深入了解文物背后故事。印有孔子卡通形象的充电宝、Q版孔子玩偶等文创产品更

是销往世界各地。随着尼山圣境、鲁源小镇、孔子研究院等标志性文化项目的打造、完善，孔子“IP”版图也在持续扩容。

对于文化资源丰富、特色鲜明的济宁而言，其文旅品牌并非一个单独的“总品牌”，而是由多个“品牌”集合，形成矩阵。为此，济宁谋篇布局，串珠成链，突出儒家文化、世界文化遗产、名山、圣人、景区、博物馆等，策划“文旅济宁”国际新媒体矩阵传播活动，精心组织开展“孔孟故里的山灵水秀”等宣推活动，创意推出“孔小礼、荷小妹”文旅IP形象微信表情包。今年以来，已经通过脸书、推特等境外社交媒体推送中英日韩图文资料400余篇，覆盖量达300万人次，有力提升了文旅济宁的知名度和影响力，济宁还入选新京报2024“网红城市”潜力榜50强第36位。

时间延长 让旅游“出圈”更“留客”

从“尔滨冰雪节”到“淄博烧烤”，从簪花惊艳世人到文物AI“唱跳出圈”……面对文旅产品及业态的不断丰富，想要在众多文旅产品中杀出重围、脱颖而出，通过创新避免同质化则显得尤为重要。

立足济宁独特条件及优势资源，跨界融合打造夜游新业态即是先招。

夜幕落下，蓼河河畔灯火璀璨。在“舟游蓼河圣境”的游船码头上，泛舟而行，即可沉浸式体验一场夜游演艺与数字光影交相辉映的“圣境世界”。

“坐在游船上，绚丽的灯光与数字光影交相呼应，让我更加真切地感受到了传统文化的魅力。”来自河南的游客李女士直言，虽然白天游完三孔等景区收获颇丰，但蓼河畔的“灯火蓼河里”夜游项目亦着实给她带来了惊喜。这一晚，打动她的不仅有

游船，还有蓼河古街琳琅满目的店铺、拓片馆、汉服馆、孔府菜博物馆等。漫步其中，她仿佛置身古城，别有一番韵味。

“我们在蓼河下游2.5公里的水面上以桥为引、以船为媒，建设集水上游船、岸上休闲、情景演艺、建筑光影秀、蓼河商业街等于一体的夜游综合体。”曲阜市文化和旅游局项目负责人介绍，“灯火蓼河里”将中华优秀传统文化融入实景科技演艺，以四大水幕秀、12个3D光影秀、15个微演艺，通过文明起源、礼仪之邦、万古明灯、东方圣城4个篇章，展现了“一船入圣境、一河越千年”的文化圣境，打造了“全国首个纪实情景沉浸式文化朝圣夜游”。

“曲阜夜游项目的兴起，互动性强、趣味性强。”曲阜市大成旅行社总经理桂军自1991年起就在曲阜做导游。他说，夜游项目丰富了游客到曲阜的体验感，弥补了传统景区的短板，有效改变了“白天看庙，晚上睡觉”的单一旅游模式。借势夜游项目的网红效应，今年接待的客户数量也更多了。

而曲阜的夜游项目不只“灯火蓼河里”。为将流量变为留量，曲阜初步形成了尼山夜游、明故城夜游、蓼河夜游等新场景，打造“夜经济+文化”品牌新地标，拓宽了夜间文旅消费形式、内容和业态。相关旅游数据显示，游客滞留曲阜的时间从过去的0.9天增长到现在的1.5天，游客们“走马观花式”的轻体验逐渐演变为深体验，更多的“一日游”变成“过夜游”。

精准施策 助力“流量”变“增量”

文旅品牌效能释放，离不开精准推广的助力。济宁结合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。并面向京津冀等3大重点客源市场，开通“文化济宁号”航班、“曲阜尼山号”列车。而为将景区“贯珠成线”，济宁创新开发了多元化、多层次的精品旅游线路。其中，研学游势头最为强劲。

“最开始我们来曲阜的研学频率也就是一周一到两次，现在最多一周要带4个团队，多则上千人，最少也要200人。”从事多年带领研学团队工作的周璐对此深有感触。

位于曲阜孔子大道的中华优秀传统文化国际研学营地，自2023年9月27日开营以来，共计接待来自全国各地及俄罗斯、马来西亚、新加坡等地的研学、商务团队，累计约10万人次，总营收破千万。而鲁源新村的乡村研学游仅今年4月份以来，接待前来研学的学生就超过了1万人次，2023年接待的国内研学团队更是高达10万人次。

不仅如此，济宁培育三孔旅游服务公司等10大研学旅游龙头企业，带动发展研学旅行社180家。推广孔孟文化修身之旅、国学经典研学之旅、拜圣习武体验之旅等九大精品线路。推出东方济宁“儒韵国风游”等“周游济宁·龙行大运”四大新春旅游线路、“研读东方圣地”等“周游济宁·花Young研学”18条研学线路等主题线路。而为进一步丰富游客来济体验，济宁更是持续创新旅游线路产品，“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。

“为进一步宣传推介济宁城市品牌、拉动文旅消费，促进文旅产业增加综合效益，将举办系列活动。”济宁市文化和旅游局相关负责人表示，围绕元旦、春节假期，结合“文化济宁”贺年会，整合冬景、冰雪运动、美食文化、新春庙会、文创非遗，开发国潮国风、年俗体验、新春夜游及“贺年会”系列产品，提升游客旅游体验。

文旅融合新意足，「诗和远方」更出彩

以品牌树形象，助推济宁文旅一路朝阳