



让千年泉城“出圈”更“出彩”

济南文旅集团多赛道协同创新，塑造发展新优势

在消费结构升级、内需潜力持续释放的时代背景下，文旅产业作为促进经济内循环的重要引擎，迎来前所未有的发展机遇。

作为城市文旅发展的“主力军”，济南文旅集团立足济南、放眼全国，以多元赛道的创新实践打通“文体旅商”融合通道，在响应国家战略、服务区域发展、满足民生需求的进程中，不仅让济南文旅拥有“出圈”热度，更铸就“出彩”深度。

记者 王贝艺 济南报道

文化赋能文旅 千年底蕴成出圈流量密码

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。济南文旅集团深谙此道，立足济南丰厚的泉水文化、名士文化、红色文化等资源禀赋，以“文化赋能文旅”为核心策略，通过创意策划、IP打造、沉浸式体验等方式，让传统文化焕发新时代光彩。

“湖畔雨荷”IP的培育与壮大是文化创新的典范。迁至新址后，集团对其进行全方位活化利用，打造沉浸式文化空间——雨荷馆，使其从一个静态的文化符号，转变为可感知、可互动、可带走的“城市礼物”，成为连接历史与当下、深化游客文化体验的重要载体。

旗下各景区纷纷在文化内涵挖掘与体验升级上持续发力。

济南野生动物世界不断创新产品供给，推出“一路生花”花车巡游、“萌趣动物运动会”、“民宿奇妙夜”等昼夜特色活动，并增设车行区萌宠投喂、步行区动物互动、新生萌兽见面会以及熊猫套圈、快问快答等趣味环节，国庆期间推出的尊享礼宾级私人定制服务，更是满足了游客个性化、高品质的需求。

在水杉林区域增设亲水步道，打造“杉林水乐园”，这里不仅是孩子的戏水天堂，更是成年人的解压乐园；“杉林鹿园”更是直接成了济南“小奈良”，游客可近距离跟梅花鹿互动……除了季节限定版“花海”，今年，济南鲜花港景区进一步整合资源，焕新升级，成为集亲水娱乐、生态休闲、网红打卡于一体的城市近郊微度假胜地。

集团旗下百合园林集团花卉展销市场则积极拥抱数字化，布局直播经济，推出“静待花开”昙花绽放直播等活动，打破时空限制，让花卉之美通过云端触达更广泛的受众，有效拓展了营销新渠道。

这些举措，正是集团推动文化创意转化、创新性发展的生动实



济南文旅集团以赛事演艺撬动消费新增长极。

践，不仅让静态的文化资源“活”起来，让文旅项目“潮”起来，进一步丰富优质文旅产品供给，激发消费新潜能。数据是最好的证明——携程发布的《2025年暑期出游市场报告》显示，济南凭借“泉文化+周边游”独特优势，成功跻身“国内周边游目的地TOP8”。报告显示，从济南本地亲子游场景来看，趵突泉景区、大明湖景区等是亲子家庭的主要选择，大明湖景区的游船体验、荷花观赏等项目，也成为亲子家庭消暑休闲的热门选择，让济南再“出圈”。

赛事演艺“出彩” 撬动消费新增长极

当前，我国正处于消费结构升级的关键阶段，文化和旅游消费作为高品质生活的重要组成部分，已成为拉动内需、促进经济内循环的核心动力之一。济南文旅集团深刻把握国家战略导向，立足济南“国家历史文化名城”“全国首批文旅消费试点城市”的定位，将赛演经济作为撬动消费升级的核心支点，构建起“文体引流、消费跟进、产业联动”的发展格局。

今年以来，集团以济南奥体中心等核心场馆为平台，密集引进头部演艺与体育资源：年初，刀郎演唱会为泉城演出市场点燃“第一把火”；随后，单依纯、李健、李宗盛、许嵩、陶喆、刘若英等实力唱将接连登陆——周杰伦演唱会更是将氛围推向高潮，

三场演出场场爆满。体育赛道同样精彩纷呈，2025年中国花样滑冰俱乐部联赛首站赛事、2025李宁·谌龙羽毛球单打公开赛济南站等赛事活动，营造了浓厚的全民健身与体育消费氛围。

这种“高密度、高质量”的赛演布局，绝非简单的资源堆砌，而是济南文旅集团对“文体旅商”深度融合的系统性谋划。通过顶级赛演IP吸引跨区域客流，激活吃、住、行、游、购、娱等全链条消费场景，最终实现“流量”向“留量”、“热度”向“效益”的高效转化。

据官方最终统计，9月19日至21日，场场爆满的周杰伦演唱会吸引游客30万人次，“刷新”城市流量，外地歌迷占比达到87%，其中省外歌迷占比达59%。同时，这场音乐盛宴为济南带动10亿元的文旅收入，“引爆”济南金秋消费市场。

金秋十月，一场跨越14天的体育盛宴即将在泉城启幕——10月5日至18日，2025济南国际网球公开赛将如期而至。

济南国际网球公开赛的特别之处在于“双赛联动”模式：10月5日至12日举行ATP国际男子网球挑战赛(CH125)，10月12日至18日举行WTA国际女子网球系列赛(WTA125)。两项赛事“无缝”上演，不仅延长了赛事周期，更放大了赛事影响力。作为国内唯一能同时承办双“125”级别赛事的城市，不难看出济南在体育赛事承办领域的硬实力。

回看2024年济南国际网球

公开赛，赛事期间，济南奥体中心周边酒店整体预订量环比上涨30%—45%，酒店直接营收是平日的两倍多，餐厅、咖啡馆等餐饮场所营业额比平时高出50%—100%。亮眼的数据，也让人对即将于10月启幕的2025济南国际网球公开赛充满期待。

多业态协同发力 让产业发展生态“出彩”

面对消费升级与产业变革新趋势，济南文旅集团坚持多赛道协同发力，推动“文旅+”深度融合，拓展产业发展边界，构建协同共进的文旅产业发展新业态。

重点项目是产业发展的硬支撑。集团紧扣济南市“项目提升年”要求，扎实推进一批引领性项目。瞄准冰雪经济蓝海，以打造“江北第一休闲度假目的地”为目标的济南埠村综合休闲度假区项目正稳步推进，未来将融合冰雪、演艺、度假、康养等多元业态，成为济南文旅版图上的新地标。

在体育产业领域，集团旗下板块成绩亮眼。足球领域，作为中国足球青训标杆的泰山青训体系成果丰硕，已收获10个全国赛事冠军，为各级国字号队伍输送了大量人才，在U20亚洲杯等国际赛事中展现了“济南力量”的培养水准。更令人振奋的是，在韩鹏、范学伟等领衔的新教练组带领下，山东泰山队焕发新生：6:0大胜北京国安改写“京鲁德比”剧本、客场3:3逼平上海申花……球队屡创佳绩，用实力赢得球迷信任，重塑球队气质。

集团旗下山东莱芜城市建设投资控股有限公司则在多个领域协同发展：联合成立山东大创无人机培训中心，开拓低空经济人才培养新路径；乒乓球俱乐部开展集训与研学，践行产教融合；大创酒店通过精准营销实现经营业绩提升。这些实践展现了集团在拓展新业态、促进产业协同方面的积极探索。

多维度产业在不同赛道“出彩”，形成共振，彰显了济南文旅集

团在产业发展上的深度，更汇聚起集团在“文旅”主赛道上形成的差异化竞争优势和持续创新能力。

民生底色彰显“出彩”内涵 提升城市软实力

在文旅竞争进入“留量时代”的今天，优质的服务和体验已成为决定性的竞争要素。济南文旅集团深刻认识到，文旅的竞争力不仅在于硬件的产品，更在于软件的温度——这种温度体现在精细化、人性化的服务中，体现在与城市发展、民生需求的同频共振里。

面对周杰伦演唱会的大客流挑战，文旅积余公司提前部署，三天内累计调配800余次保障人员，实行“白加黑”全天候值守，构建立体化的保障体系，确保活动安全有序。许嵩演唱会期间的2元水供应、刀郎演唱会时“用一送一”开放体育场跑道等举措，让游客感受到多样文旅体验的同时，更能体会到济南的人文关怀与城市温度。

“人性化服务”，是集团持续开展“内强素质，外树形象”服务质量暨合规管理双提升行动的常态化成果。通过构建“服务+合规”双引擎驱动模式，集团将“以人民为中心”的发展思想落到实处，不仅提升了游客满意度、忠诚度，更增强了城市的软实力和美誉度。

同时，作为市属国有企业，济南文旅集团始终将“党建引领”作为发展的“根”与“魂”，深入贯彻落实“坚持党对国有企业的全面领导”的要求，将党建工作与经营发展深度融合，以“红色引擎”驱动文旅事业高质量发展，彰显国企的責任与担当。

站在新的历史起点上，济南文旅集团将继续以国家“扩大内需”“文旅融合”战略为指引，紧抓发展机遇，以多业态创新融合为路径，以温度服务为基础保障，以党建引领为根本保证，持续深耕“文体旅商”融合大文章，让千年泉城不仅以“热度”出圈，更以“深度”出彩，成为一座令人“记住、留恋、传颂”的现代化文旅名城。