

# 春假期间沂水景区门票全免，底气何来？

## 景区已形成完整的产业链条，不再单纯依赖门票收入

记者 李其峰 临沂报道

### 20小时“极速”响应

“我们在清明假期结束后就开始筹备春假预案了。”沂水县文旅局文旅中心副主任张勇介绍，4月6日清明假期刚收尾，文旅部门就召开了复盘会，其中一项重要议题就是“如何承接可能到来的春假客流”。

这份提前筹备的底气，来自清明假期交出的亮眼成绩单。据悉，沂水县今年清明文旅市场运行实现游客量与收入双增长，增长的核心在于“新场景供给”和“新打法转化”。天上王城推出“王城里的一天”演艺集群，单日演出超百场。“云裳花谷”，十二花神巡游、实景马战等活动轮番上演；萤火虫水洞免费提供热饮鸡汤等惠民服务；雪山彩虹谷的“彩虹花谷”霓虹与仙雾交织，成为踏青赏花的热门打卡地。首部文旅微短剧《与君契》上线当日登顶热搜，“跟着短剧游王城”活动直接带动线上流量转化为线下客流，全网“沂水文旅”相关话题浏览量突破5000万。乡村旅游呈现“井喷式”增长，崮下湖畔、陌上花开等重点乡村旅游片区人气爆棚，客流量同比增长56%。

正是这套经过市场检验的打法，被直接复制到了春假部署中。“我们不是简单地免门票，而是把整个春季的产品储备都拿

4月7日晚，临沂市教育局官网发布中小学春秋假公告，2026年首次春假定档4月16日至20日。仅隔20小时，沂水文旅宣布：春假期间，全县重点A级景区对全市八等级（含）以下学生免首道门票，这其中涵盖了萤火虫水洞·地下大峡谷旅游区在内的核心景点。



今年清明假期，萤火虫水洞·地下大峡谷旅游区游客摩肩接踵。

了出来。”张勇说，免票只是引流的入口，真正留住游客的是不断更新的体验内容。

### 连续七年全国百强

敢率先推出全域免票政策，沂水的底气来自常年领跑的文旅硬实力。

早在2000年，沂水就大力布局文旅产业，坚持“政府主导、科学规划、市场运作、集群发展”。2026年3月16日，沂水县发展和改革委员会公布的《沂水县2025年国民经济和社会发展计划执行情况》披露，2025年沂水县全年接待游客人次、实现旅游总收入分别增

长10.5%、12.4%，连续七年获评全国县域旅游综合实力百强县。

这份成绩单的取得不是靠一时的流量噱头，而是靠核心景区持续焕新、乡村旅游多点开花、营销打法不断迭代，构建起了全链条的产业经济体系。

“我们的景区已经形成了完整的产业链条，不再单纯依赖门票收入。”沂水县天上王城景区负责人告诉记者，经过多年发展，景区的二次消费占比逐年提升，餐饮、住宿、演艺、文创等业态已经能够支撑景区的正常运行。“在我们景区取景拍摄的微短剧《与君契》上线不到24小时，平台热度就破3200万。我们有这

个信心也有这个底气‘请’全市中小學生来瞧一瞧、看一看。”

而支撑起这条全产业链的，是沂水全国罕见的县级文旅资源密度与集群优势：从5A级的萤火虫水洞·地下大峡谷旅游区，到4A级的天上王城、雪山彩虹谷，再到星罗棋布的乡村旅游点，沂水形成了“自然景观+人文历史+乡村休闲”的全方位产品体系，能够满足不同年龄段、不同需求的游客。

“临沂有170余万义务教育阶段学生，即使有十分之一来沂水，也能带来巨大的消费潜力。”临沂大学商学院教授朱建成给算了一笔账，免门票看似损失了一部分文旅项目的收入，但能带

动餐饮、住宿、交通等相关产业的发展，整体收益反而会增加。

### 县域文旅转型样本

事实上，沂水此次推出全域免票政策，也是其破解“门票经济”依赖、推动文旅产业转型升级的一次重要尝试。

“坦诚讲，目前沂水文旅仍存在短板：游客半径受限，省外长途市场开拓乏力；部分传统景区设施陈旧，二次消费产品匮乏；乡村游‘旺丁不旺财’现象突出。”张勇介绍，针对这些问题，沂水县制定了《文旅产业振兴重点项目三年行动计划》，今年将推进43个焕新项目投产达效。

春假免票政策，正是这一转型计划的重要组成部分。通过降低门槛吸引更多游客，尤其是家庭游客，进而带动二次消费，延长游客停留时间。据了解，目前已有不少研学机构提前推出了沂水研学产品，涵盖溶洞探秘、红色教育、古风体验等主题，契合春假实践育人的初衷。

“我们的目标是把春秋假从教育福利变成文旅增长极。”张勇表示，下一步，沂水文旅将继续深化“演艺+”“研学+”“乡村+”等模式，加快推进环跋山水库通航码头、天上王城索道、院东头镇骑行目的地等项目建设，全年策划68场“沂河音乐季·沂水大舞台”系列演艺活动，打造能够留住过夜客的重量级文旅项目。

# 小镇纺织厂凭啥让迪士尼沃尔玛送订单上门？

## 厂长的话一语中的：诚信赢天下

记者 靖亚如 林佩瑶 枣庄报道

在枣庄市市中区税郭镇纺织工业园内，山东天之娇纺织科技有限公司总经理纪东方的会议室白板架上钉着一份生产计划表，上面密密麻麻标着：2026年4月到8月，出货330万件。

税郭镇做纺织，是从2000年开始的。如今，这个鲁南小镇聚集了192家纺织服装企业，年产值近15亿元，产品卖到30多个国家和地区。2017年还挂上了一块牌子——“中国针织服装名镇”。

一个没港口的内陆乡镇，凭什么让迪士尼、沃尔玛、西松屋这些大牌把订单送上门？

### “从没跟客户说过谎”

纪东方的厂子占地20亩，8条流水线，将近400号人，专门做婴儿到6岁儿童的针织服装。主要客户三个：美国的迪士尼、沃尔玛，日本的西松屋。

提到业务，纪东方反复说的一句话，就是“实话实说”。

“我做日本业务十几年，从没跟客户说过谎。”他说，“因为你说了谎，撒一个谎，整个链条就乱了，圆都圆不回来。”

有一次生产出了状况，他让



纺织厂内，工人们在忙碌着赶制服装。

翻译耐心地直接告诉客户，哪个环节卡住了、需要多长时间解决、要不要调整工艺。

“他们特别喜欢这样。”纪东方说，“客户听明白了，会主动帮你去跟老板解释，为什么这件事要交给你做。”

这种信任，不是一天建立起来的。

枣庄世纪针纺有限公司副总经理孙景荣，也有同感。他们厂1999年建厂，专门做婴儿口水巾、抱毯这些小东西，代工的品牌的有美国的迪士尼、Carter's，法国的KIABI，德国的Gerber，还有一些进入国外大型百货商超Macy's、Walmart等。

“我们跟大客户合作了二十

多年，一直没断过。”孙景荣说。

秘诀是啥？

“实事求是。”她跟纪东方说的一模一样。

世纪针纺规模不大，但“五脏俱全”。织布自己做，印花自己做，绣花自己做，唯独染色在园区两公里外搞定。“虽然小，但啥都能干，成本就省下来了。”

他们的订单已经排到了2026年7月。孙景荣说，很多订单每个月都有，只是换换洗水标、贴纸。“面料一次性备半年的，这个月发完，下个月接着发。”

### 厂子“挺人性化”

纪东方现在最头疼的，不是

订单，是人。

厂里将近400人，平均年龄偏大。为了控制成本，他把一部分简单工序外发给“夫妻工厂”，只有几台缝纫机的小作坊。纪东方说，“远的能到河南、安徽，近的就是费县、平邑等地。”

有个规律他摸得清楚，“骑电动车15分钟能到的地方，人家才愿意来。再远了，钱多也不愿来。”

世纪针纺的情况类似。60多个工人，平均年龄40岁以上。业务经理季延红就是其中之一。

季延红1982年出生，初中毕业就进了这家厂。缝纫、裁剪、包装，再到现在的办公室下订单，啥都干过。“那时候每天骑自行车上班，单趟一个小时。中午厂里管顿饭。”

这一干就是20年。在厂里，她认识了现在的老公，结了婚，生了孩子。孩子现在在淄博读大二。“我们厂里绝大多数都是女工。又是老婆又是妈，挣钱都是为了孩子。”季延红说。

两口子月收入一万多，十年前在枣庄市区贷款买了套70多万的房子。

考虑到女工要带孩子，厂里专门辟了个地方做暂托。“有事随时请假，接孩子也行。”季延红说，“挺人性化的。”

### 镇里正在推进三件事

税郭镇副镇长赵奎介绍，税郭镇纺织工业园占地2.1平方公里，2018年专门请山东省纺织设计院编制了十年规划。2021年园区环评获批，又引进了集中供热项目，把原来各家小锅炉冒黑烟的问题解决了。

眼下镇里正在推进三件事。第一件是供水一体化。赵奎说，这个项目前期工作基本收尾，建成后每天污水处理能力能达到3万吨。“不光能把园区环保问题兜住，还能再引进3到5家印染企业。一家印染厂年产值少说两个亿，这几家加起来就是六到八个亿。”第二件是空间拓展。鲁瑞针织南侧有220亩地，镇里打算规划成纺织印染产业园，给想进来的企业腾地方。第三件是供热改造。现在的燃煤供热要换成清洁能源，改完之后能耗降下来，污染减下去，每年还能帮园区企业省下一千多万。“企业省下的就是赚下的。”赵奎说。

采访结束时，纪东方说了一句话，挺实在的。

这个小镇没什么奇迹，就是“实在”。信用是一针一线缝出来的，话是一句一句兑现的。