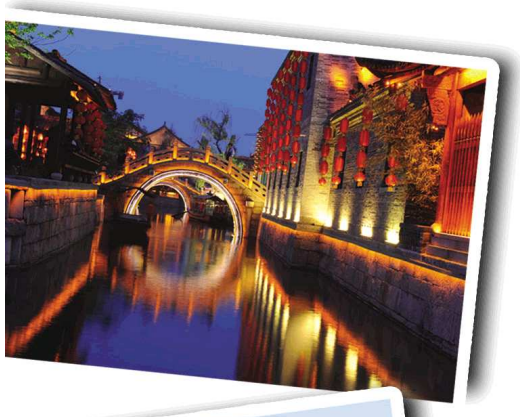
枣庄——古运河畔崛起的旅游名城



枣庄因煤而兴，也因煤而不得不转型。枣庄为实现城市转型确立了“三大战役”，文化旅游作为已成功打响的“三大战役”之一，独特的“枣庄二日游”模式被称为“枣庄神话”。事实证明，红红火火的“枣庄二日游”已成为发展旅游和服务产业的突破口，成为转方式、调节构的支撑点，成为促进城市转型的催化剂。现在的枣庄已在二日游激活旅游业的基础上，带动服务产业发展迈入了一个新的历史阶段。

◎一座资源枯竭型城市的被迫转型

枣庄因煤而兴，是全国典型的煤炭工业资源型城市，采煤历史可以追溯到1500年前的宋朝。建国以来，枣庄市是全国重点煤炭基地、全国重要的能源和建材工业基地，素有鲁南“煤城”之称。但是，随着长时期高强度、大规模开采，枣庄市煤炭资源日渐衰竭，枣庄城市发展进入矿产资源衰退期，经济发展滞后，其经济总量几乎到了全省倒数的尴尬境地，随之引发的民生保障、结构调整、生态环保、可持续发展等方面的压力日趋增大。2009年，枣庄市被列入国家第二批资源枯竭城市名单。

面临煤炭资源枯竭的危险，枣庄市清醒地认识到，调整产业结构、转变发展方式，是实现更快更好发展的迫切要求，依托旅游资源发展旅游业为主的第三产业，是调整产业结构、转变发展方式的明智选择。在这种背景下，枣庄市在如何发展旅游产业，并快速成为后起之秀上进行思考，更准确地说“如何从全国旅游业发展激烈竞争中突出重围”成为他们思考的重点。在这种背景下，2009年枣庄二日游活动应运而生。此项活动突出“建立渠道、完善功能、规范市场”三大重点，围绕“提高游客过夜率、拉动综合消费”关键点，坚持“全方位宣传、全社会参与、全领域监督、全过程管理”的原则，把台儿庄古城、微山湖湿地公园、冠世榴园、台儿庄大战纪念馆等市内的13个景区打包销售，推向全国市场，同时组织全市36个责任单位，对口承包全国36个城市，宣传推介枣庄旅游资源，引进客源市场游客。

◎一次旅游资源的深入挖掘

枣庄二日游活动之前，许多普通枣庄市民认为，枣庄没有多少特色旅游资源，并且周边有泰山、曲阜等多个知名旅游品牌，不具备发展旅游产业的条件。就在二日游活动之初，仍有一些市民在网上刊发枣庄没有搞旅游的基础的质疑帖，对“不具备”旅游资源的枣庄市通过二日游活动推进旅游产业发展，推出“江北水乡·运河古城”的城市品牌提出疑问。

枣庄究竟缺不缺少旅游资源，只有“实践才是检验真理的唯一标准”。枣庄市市长陈伟就是这个“实践”的重要践行者，一段时间内，他利用一切休息时间开展调研、挖掘、整理、归纳等工作，处处找旅游、处处讲旅游。在他的带领下，许多网民开始发布身边的历史遗迹、传奇故事等旅游资源信息。经过一段时间的挖掘整理之后，枣庄人民才发现，原来枣庄不缺资源，只是一直拥有却没有善加利用。枣庄历史悠久，拥有7300年的始祖文化，境内的北辛文化是迄今为止黄淮地区考古发现最古老的文化；4300年的城邦文化，是我国古都城分布最密集的两个地区之一，境内的偪阳古城是我国北方唯一的古水城；2700年的运河文化，境内最早的运河开凿于春秋时期，拥有运河文化最典型的代表——台儿庄古城；130年的工业文化，我国历史上第一家股份制企业——中兴公司在这里诞生，并发行了我国历史上第一张股票；枣庄先贤辈出，孕育了中华科圣墨子、造车鼻祖奚仲、善国之君滕文公、招贤纳士的孟尝君、自荐脱颖的毛遂、凿壁引光的匡衡、《金瓶梅》作者贾三近等众多历史名人；枣庄旅游资源丰富，拥有我国最大最美的国家级湖泊类湿地——微山湖湿地，华夏最长的地震大裂谷--熊耳山国家地质公园，最负盛名的天下第一崮——抱犊崮国家森林公园，世界上最大的石榴园——十五万亩“冠世榴园”；枣庄还有台儿庄大战纪念地、铁道游击队纪念园等红色精品景区……一个“不具备”旅游资源的城市，突然迸发出如此多的精品旅游资源，用枣庄人自己的话说：我们挖到“宝藏”了，这比发现几个煤矿更有意义！

◎一场创新、创意的生动实践

新形势下旅游产业的发展，仅仅依靠旅游资源是不够的，只有把旅游产业做成创新产业、创意产业，做强做大旅游营销，才能实现旅游产业的快速发展。

基于这一认识，枣庄市在政府的强力推动下，精心运作，谋划旅游市场营销新模式，在提出“建立渠道、完善功能、规范市场”三大重点和“提高游客过夜率、拉动综合消费”的设想下，根据城市距离、交通方式、人口、经济总量、出行习惯和“二日游”自身的特点，在全国选择了66个重点城市，并划分为三级客源市场，分别安排枣庄各区市、部门打出“微山湖畔又见千年古城台儿庄”、“天下第一庄”等旗号，分头宣传推介“枣庄二日游”活动，同时配套政策措施，最大程度地吸引客源市场游客。枣庄市委、市政府明白，在发展服务业四篇文章：人流、物流、资金流、信息流之中，枣庄只能选择“人流”，有了人气，自然的就会产生巨大的需求市场，市场就会推动旅游产业链的延伸，就会带动城市建设和城市环境的提升以及相关产业的发展，形成一种鲶鱼效应。

为了吸引客源市场游客，枣庄二日游各责任单位强化旅游宣传，突出旅游策划，全面开展“地毯式”落地宣传，截至目前，枣庄市共赴各客源城市宣传促销1000余次，举办各类宣传推介活动2000余场次，枣庄二日游宣传材料抢占了客源城市各大媒体，枣庄二日游唱响了大江南北；以旅游大活动为载体，招揽更多游客，二日游活动开展以来，枣庄市先后举办了央视明星足球友谊赛；全国汽车场地越野赛薛城站赛事；南京电台主持人与市民相约枣庄；走红色革命路·扬英雄儿女情；红色旅游自驾行等众多活动。目前，枣庄二日游活动取得了可喜的成绩，2009年，枣庄市共接待国内外游客1036万人次，旅游综合收入达到59亿元，其中接待过夜市外游客15.3万人，旅游专列、包机、组团自驾游实现了零的突破，住宿餐饮、旅游业税收增长38%。今年以来，枣庄已经迎来了北京、上海、杭州、南京等5市旅游专列，连云港、临沂、青岛、北京等30座城市开通了“枣庄二日游”直通车。

◎一座千年古城的破茧成蝶

一座旅游城市的兴起，需要树立起自己的旅游名片。枣庄选择了台儿庄古城建设。

历史上的台儿庄曾是一座商贾云集、建筑风格独特、文化底蕴深厚的秀美古城，是明清时期运河最繁荣的一座运河古城之一，当时每年漕运粮食约400万石，过往船只7700余艘，“商贾迤逦，入夜，一河渔火，歌声十里，夜不罢市”，乾隆皇帝巡游台儿庄时，亲自御笔写下“天下第一庄”；是京杭大运河上唯一一座古码头、古驳岸等水工遗存完整的运河古城，城内留存有3公里明清时期的古运河，被世界旅游专家称为“活着的运河”；是中西文化、南北文化的汇聚地，城内集八种建筑风格于一体、七十二庙宇于一城。二战前台儿庄古城曾完整存在，1938年台儿庄大战在这里发生，炮火摧毁了这座古城，目前现存建筑上，还留有当年激战时的累累弹孔。

为传承灿烂的古运河文明，加快繁荣发展文化旅游产业，枣庄市委、市政府借京杭大运河申报世界非物质文化遗产之机，按照“大战故地、运河古城、江北水乡、时尚生活”的定位，遵循“存古、复古、创古”的原则，以“运河文化、鲁南文化、大战文化”为核心，于2008年4月，正式启动了台儿庄古城重建工作。关于重建历程，陈伟曾有过这样的感言：“台儿庄古城是在浴火中重生的城市，而这座古城的重现却来之不易。可以说，这座古城是抢出来的，挖出来的，创出来的，换出来的。”台儿庄古城恢复重建，使得千年运河上多了一处最完整的运河文化遗产体系，以及京杭大运河上唯一一处明清风貌保存完好的古河道、古码头，还有一处最能体现明清运河沿岸居民生活特点的古村庄--纤夫村。今年5月1日，台儿庄古城一期“繁荣街”建成对外开放，台湾国民党荣誉主席连战为古城“泰和楼”景点奠基，台儿庄古城被定为全国首个海峡两岸交流基地，必将吸引众多的旅游投资，成为国内外知名的旅游目的地。

（撰文:李永平　倪泽）