

“跟着孔子游山东”推介活动走进清华校园 用青春力量为好客山东“景”上添花



记者 孙远明 济南报道

在2024中国国际孔子文化节即将开幕之际，山东文旅有了新动作。9月20日，由山东省文化和旅游厅主办的“跟着孔子游山东”2024山东文旅主题推介活动走进清华大学校园。这是山东面向高校师生的一次诚挚邀约，将吸引更多年轻客群来到山东，感受好客山东的热情与魅力。

从此次文旅推介的一系列活动中来看，山东不仅为广大师生带来了丰厚福利，还把真诚服务做在前、做到细，体现出好客山东的满满热情、体贴周到。活动发布了“跟着孔子游山东”主题产品，展示山东的自然美景和文化

底蕴，解锁山东旅行新玩法；现场进行“好客山东青春体验官”证书颁发仪式，并为学子开设近200个文旅社会实践目的地，针对北京高校在校生提供景点门票免费、折扣等专属优惠，权益清单覆盖山东16市近200个景点和文旅项目；还为高校学子推出专属权益“好客山东周游卡”，汇集了山东交通出行、景区门票、酒店住宿等权益，一卡在手即可畅游齐鲁……

山东文旅这次走出家门推广，走进清华校园打起“学生牌”，显然是对文旅市场现状充分考虑后的一次实践。年轻人富有创造力，勇于尝试又乐于分享，他们在旅行中追求情绪价值的满足与情感共鸣的体验，对于旅游有独特的理解和看法，是当下旅游市场的主力，也是潮流的风向标。从特种兵式旅游到集章式旅游，从Citywalk到反向旅游，从博物馆打卡热到新中式旅游，从淄博到哈尔滨，再到天水、开封，一个个网红现象、一座座城市出圈的背

后，都离不开年轻群体的传播助力。

毋庸置疑，年轻人是“泼天流量”的生力军，作为“互联网+”浪潮中的主体，他们掌握着网络传播的技巧和规律，是新玩法的发现者，旅游线路的设计者。一旦抓住了年轻客群，一定程度上就有了文旅市场的“主动权”。

而山东，既有厚重的历史文化积淀，又有时代赋予的青春新潮，文旅资源丰富且特色鲜明，近年来又不断推进文旅深度融合，一批沉浸式体验项目落地，对年轻客群具有一定的吸引力。多年来，针对以Z世代为代表的年轻群体消费潜力，山东全力挖掘文旅资源特色，卓有成效。淄博烧烤走红、超然楼亮灯刷屏社交媒体，以及一句“青春没有售价，泰山就在脚下”带来的登山热都让山东火出圈。多个在线旅游平台数据显示，今年清明假期、端午假期、中秋假期山东省全部游客年龄占比中，“90后”“00后”“10后”年轻客群综合占

比都较高，尤其是清明假期，年轻客群占比位列全国第一，山东成为最受年轻群体青睐的旅行目的地。

从长远来看，此次推介活动还是大学生与城市的一次双向奔赴，或将为山东文旅行业注入新的活力。读懂年轻人的喜好，针对性打造新场景，借助青春力量丰富年轻化表达，推动旅游产品迭代升级，本就是提升“好客山东”品牌很好的机会。这不但能丰富旅游的氛围、场景、玩法、业态，更能让旅游的内容精细化、体验化、丰富化，对于山东文旅产业的高质量发展都具有现实意义。

做好外宣推广，更要练好内功。面对文旅市场出现的新变化、消费领域呈现的新需求，山东出台了一系列政策措施，聚焦文旅消费，提振文旅市场。今年8月，山东印发《完善现代旅游业体系 加快旅游强省建设的行动方案》。总体要求提出，到2027年，全省年接待游客超过10亿人次，旅游总收入达到1.3万亿元，旅

游及相关产业增加值占GDP比重超过5.2%。

这几日，山东又在“宠客”上下功夫。9月18日—19日，全省文化和旅游《好客服务标准》宣贯培训班在潍坊市开班。会议致力于推动《好客服务标准》宣贯和落地，着力引领全省旅游市场秩序规范和服务质量提升。在食住行游购娱等各方面，强化“好客”意识，践行“好客”理念，营造人人参与、“全民宠客”的浓厚氛围。

城市营销本就是“以人为本”。抓住年轻客群需求，推出优质的旅游产品，提供温暖热情的贴心服务，才能让游客乘兴而来，尽兴而归。也期望山东文旅行业能把握住此次机会，在即将到来的2024中国国际孔子文化节、国庆假期，布置吸引大学生的消费场景，营造适应学生群体的消费氛围，用实际行动擦亮“好客山东”品牌，欢迎年轻群体游览齐鲁大地，让山东文旅市场愈发火热。

开心麻花携手红叶柿岩 深耕文旅演艺，激活聊斋IP

记者 乔显佳 淄博报道

山水景区变身“造梦场”

此次红叶柿岩旅游区上新推出的《奇幻聊斋》，将刷新固有山水景区的印象，为游客提供类似于“造梦场”的特殊体验。

据20日记者现场采访，截至目前，由开心麻花为红叶柿岩旅游区量身打造的《奇幻聊斋》驻场文旅演艺，前期筹备工作已告完成，进入紧张的制作阶段。即将到来的国庆黄金周，该剧《奇幻聊斋》将分日场、夜场，与广大游客见面。

《奇幻聊斋》之“古风快闪”白天、晚上均上演。日间演出定名“聊斋幻境”，选在柿岩古村牌坊附近打造的“聊斋幻境”沉浸互动剧场演出，这里将上演优美剧情对白和精彩舞蹈，据剧透，“聊斋幻境”中，朗朗的读书声将重新响彻古村山路。每场演出约10分钟，每天计划演5场；夜间演出项目定名“月下祈福”，演绎形式为剧情对白、歌舞，加上场景渲染。每场约20分钟，每晚3场。为配合剧情，近期在现场搭建起一架很大的水车，以此为背景建成“聊斋幻境”水车剧场，结合数百年柿岩古村所呈现出的自然风貌，以及艺术化的场景渲染，演绎动人故事。

开心麻花携手淄博文旅

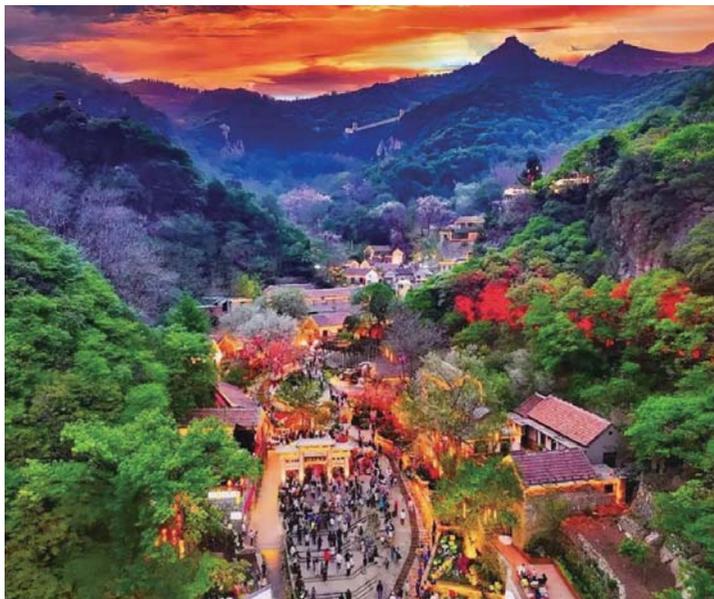
此次与淄博红叶柿岩旅游

区联手打造驻场文旅演艺《奇幻聊斋》项目，是开心麻花这家国内顶尖级的喜剧文化品牌在旅游方面首次出手。后者近年来因陆续推出一大批原创好剧、优秀艺人，而在全国声誉鹊起。但用开心麻花山东大区总经理刘力维的话说，开心麻花这些年走得很稳，没有在盛誉之下贸然进入一些与自身不直接相关的领域，坚守自己擅长的领域深耕，直至这次选择与淄博红叶柿岩旅游区携手，与现代文旅产业携手。

这样一个品牌选择的伙伴当然也不是等闲之辈。红叶柿岩旅游区开业四周年，始终秉承“全国首家山岳主题度假乐园”的品牌定位，以文旅融合为纽带，深耕产品迭代创新，以青春、潮流、前沿的业态叠加强势领跑文旅行业，揽客400余万人次，成为国内山岳型景区中“流量场景+体验场景+核心收入”的典型案列，其快速而稳健的发展有目共睹。

开心麻花联席总裁刘岩在致辞中，分享了麻花品牌的成长历程和进驻淄博的初心，她说，进驻淄博的这条道路我们走得扎实而坚韧。双方结缘于2023年10月山东省在淄博举行的文化合作大会，到场发表主旨演讲的她深度感受到淄博的城市魅力，带着能为淄博做些什么的思考回到北京，一年后回来，在各方的帮助下，项目快速落地。未来将扎扎实实地立足淄博，深耕市场。

9月20日下午，“花开美丽淄博 相约柿岩古村”开心麻花进驻淄博暨驻场文旅演艺《奇幻聊斋》项目启动仪式在山东文旅·红叶柿岩旅游区山林营地盛装开幕，宣告开心麻花全国首个户外文旅演艺剧场《奇幻聊斋》在此落地。



红叶柿岩旅游区即将上演《奇幻聊斋》的区域。

山东文旅集团有限公司协同创新中心副总经理、山东红叶柿岩旅游发展有限公司总经理李鹏致辞提道，开心麻花入驻及《奇幻聊斋》打造，让接下来景区营销工作更加清晰而准确。国庆期间，红叶柿岩旅游区将为游客呈现出一片充满浪漫气质和无限奇妙的聊斋幻境。随后，开心麻花文旅公司总经理于慧欣上

台，发布开心麻花在淄博的整体发展规划，进驻淄博深耕发展的信心和决心。

擦亮“聊斋”世界级IP

此次开心麻花与山东文旅·红叶柿岩旅游区强强联手，以出生在淄博的清朝文学家、短篇小说家蒲松龄名著《聊斋志异》为

灵感，联手推出沉浸式驻场文旅演艺项目《奇幻聊斋》。让“淄博——聊斋”这一世界级IP，在现代文旅产业的聚光灯下再次擦亮。

编剧、导演团队在深入探究聊斋故事的基础上再创作，实现弘扬地域文化与现场观赏性的紧密融合，在场地环境及舞美设计上，汲取了中华优秀传统文化的精髓，结合“柿岩古村”特色，策划了“柿事如意”的设计概念，通过形态、色彩和意象，将山水景观、建筑和自然进行综合美学提炼，确保整体视觉效果和谐与自然，为《奇幻聊斋》的故事呈现赋予了更深刻的寓意和意境，实现对“聊斋”这一IP的创新性展现。

主题论坛环节冒雨进行。山东旅游职业学院原党委书记、山东省决策咨询委员会专家陈国忠，中央民族大学民族文化与旅游休闲研究中心主任李劲松，携程集团山东分公司总经理张琨，开心麻花签约导演高瑞嘉，围绕主题提出了诸多富有洞见的观点。

陈国忠也是双方合作“媒人”，作为省内著名文旅专家，他非常看好这次合作，认为是“强强联手、优势互补”，此次《奇幻聊斋》落户红叶柿岩正是时候，它将以一种全新的表达方式，构建新场景、通过新表达，满足游客对文化和旅游的新需求，既为文学名著游添一把火，也对淄博目的地、好客山东，都带来品牌和魅力的加分。

报料电话：13869196706 欢迎下载齐鲁壹点 600多位在线记者等你报料

报纸发行：(0531)85196329 85196361 报纸广告：(0531)85196150 85196192 文字差错投诉：(0531)85193436 发行投诉：4006598116 (0531)85196527 邮政投递投诉：11185 全国统一零售价：1.5元
邮发：23-55 广告许可证：鲁工商广字01081号 地址：济南泺源大街2号 大众传媒大厦 邮编：250014 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷(济南市长清区玉皇山路1678号)