从趵突泉金秋菊展的惊艳亮相，到“遇见明湖”系列活动潮流呈现；从多赛道布局探索“文旅体商”融合发展路径，到积极“走出去、引进来”拓展合作空间；再回归到持续提升服务质量，助力济南旅游目的地建设……近年来，济南文旅集团不断创新，打造出一系列令人惊艳的旅游产品和消费场景，为“泉城游”注入新活力。

▶大明湖景区超然楼亮灯

主业深耕 融合拓展 服务提升

济南文旅集团激活泉城文旅新动能

王贝艺 济南报道

做好文旅主业 形成行业“核心竞争力”

10月26日，第45届趵突泉金秋菊展正式启幕。6万余盆菊花亮相，与趵突泉独特的泉水景观、假山石和建筑相互映衬，造型新颖，精致华丽，让市民游客大饱眼福。

而今年的菊花展不仅限于赏花，主办方——济南文旅集团旅游开发有限公司更借此机会“整花活”：“菊花仙子”古风巡游在济南趵突泉景区惊喜上演，仙子们带领游客依路线打卡菊展造景，与周围盛开的菊花相互映衬，成为一道靓丽风景线；广场上，花神舞蹈快闪精彩上演，游客争相举起手机录制精彩瞬间；开幕当天，趵突泉景区白雪楼戏台还上演了“东篱赏秋？君子如菊”传统文化雅集表演。演出集结京剧、古琴、禅舞、泉水工夫茶、插花艺术等多种艺术形式，带领市民游客更深入地探寻菊花的雅致韵味，品味泉城济南独特文化内涵……

市民刘女士年年都不会错过趵突泉菊花展，“不仅能欣赏到品种繁多、姿态各异的菊花，还能看表演，感觉很新奇很潮流，是一段令人难忘的体验。”刘女士说。

一场菊花展，是泉游与赏花的盛宴，更是济南文旅集团打造文化旅游新体验的生动实践。近年来，济南文旅集团聚焦功能定位，以重点项目建设、文旅产业发展为抓手，服务“文化强市建设”“打造世界泉水之都、文化旅游名城”大局。“遇见明湖·超然花开”市集精美亮相，通过设置主题美陈，利用节日花朝氛围营造，让市民游客游湖踏青的同时，可以变装打卡拍照，参与对诗词互动，打造沉浸式文旅消费新场景；“遇见明湖·声声慢 穿越济南府”定制化游船体验活动中，游客可以穿上汉服，乘上画舫，在摄影师的镜头下，定格泛舟明湖专属记忆……一个个潮流新鲜的文旅项目和消费场景呈现在市民游客面前，无不彰显出济南文旅集团在主业“文旅”这一领域内形成了更具深度的核心竞争力。

多赛道布局 “文旅体商”融合发展

随着文旅市场变化，文旅已不再仅限于简单的观光游览，游客出游的理由也变得简单与多样。

“从文旅行业的变化趋势看，旅游越来越生活化，无论是生活方式、美食、拍摄地、风景，还是体育活动等，都可以成为旅游吸引物。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云在此前接受采访时表示。

的确，旅游这一领域的“边界”在不断模糊。一场演唱会、一场球赛的“溢出效应”便可转化为文旅的“流量”：2月13日，山东泰山队与日本球队川崎前锋的亚冠淘汰赛吸引4.6万球迷来到济南；5月11日-12日林俊杰演唱会，两日内场观看人数均在41000人左右，入场率高达98.5%……

而一场演唱会、赛事让万人“奔赴”济南，火热的氛围同样蔓延至其他行业。济南喜来登酒店相关工作人员介绍，林俊杰演唱会济南站开票后，酒店订单量激增，5月11日演唱会当日实现100%满房，当日客房收入较4月13日增长102.53%。

如何实现“流量”的可持续转化？推动文旅体商“跨界联动”，或许是“密码”。近年来，济南文旅集团依托资源优势，推动“文旅+”“演艺+”“体育+”多业态创新融合发展。“泉水行舟·别样感受”系列产品入选山东省优质旅游产品名单；奥体中心已接待健身群众突破100万人次，已举办演唱会音乐节活动27场次，接待观众人数50余万人次。据实时大数据统计，济南演唱会市外游客占比为75%，省外游客占比为45%；济南奥体中心已举办中超联赛、济南国际网球公开赛、全国青少年巡回赛CTJ-A2000等多项国内外知名赛事。其中，济南国际网球公开赛为中国国际网球赛季首站赛事，共吸引37个国家的168名职业选手参赛。

济南文旅集团发挥了核心景区场馆对城市文旅商综合带动作用，演出、赛事“溢出效应”也较为显著：据统计，演出和赛事期间奥体周边酒店整体预订量环比上涨约30%-45%，用车订单量周环比上涨约83%。

2024趵突泉金秋菊展

8月19日，在2024“国缘V3杯”济南国际网球公开赛开幕式上，济南文旅集团主要负责人在致辞时表示，集团近年来始终秉持“以文塑旅、以旅彰文、文旅融合”的发展理念，积极探索和实践“文旅体商”融合发展新路径。

“走出去 引进来” 济南文旅一直“在路上”

“老师儿，这里有比玉泉还要清冽甘美的‘天下第一泉’，24小时开放的绿色会客厅大明湖，全国唯一一条由泉水汇聚而成的河流——护城河……”11月13日，济南文旅集团赴福州开展文旅产业交流座谈活动。会上，济南文旅集团推介人员现场介绍了济南“山泉湖河城”的独特城市风貌，对泉水行舟、遇见明湖、画船演艺、文创雪糕等城市特色项目产品进行了生动介绍。

济南文旅集团在会上表示，期待济南与福州能在文旅体资源联动开发等方面开展深度合作，联合发挥“天下泉城”和“有福之州”品牌优势，推动两市客流双向流动，促进文旅产业高质量发展；福州市文化和旅游局四级调研员鄢榕华表示，希望双方可以进一步加强交流对接，共同宣传推介两地精品旅游路线，互相开展文旅推介活动，在文旅产业方面互学互鉴，共同推动两地旅游资源共享。

紧接着，11月15日，济南文旅集团在莆田组织召开文旅产业交流座谈会。

做济南的文旅频频“走出去”，原因为何？实际上，在经历了过去三年具有里程碑意义的市场发展和历练后，文旅行业早已不再是单打独斗的时代，文旅推介活动成为各地激活文旅消费、讲好城市故事的共同选择。

济南文旅集团敏锐感知并认识到这一改变并开始了有了动作，积极探索融合共创。而事实上，对于手握济南文旅资源重镇——天下第一泉景区、济南野生动物世界等景区的济南文旅集团来说，讲好“济南故事”自然成为做好文旅工作的题中应有之义。

“请你到济南来，来看那山、那泉、那湖、那河、那城，畅享‘天下泉城’之美。”在福州开展文旅产业交流座谈活动上，济南文旅集团发出诚挚邀约。而在“走出去、迎进来”的过程中，城市与各地持续加强客源互送、资源对接、产业协作，为文旅消费市场注入新活力。在济南福州、济南莆田文旅产业交流座谈会上，为进一步强化文旅产业市场互拓，济南文旅集团方面与福州组团旅行社代表、莆田组团旅行社代表签订文旅产业战略合作协议，为济南与福州、莆田文旅企业搭建起沟通合作桥梁，就建立游客互送、优惠互享政策等方面达成合作意向，共同推动两地文旅产业繁荣发展。

服务质量持续提升 助力济南旅游目的地建设

2024年，济南上榜携程“全国元旦跨年热门旅游目的地”前二十名、“2024冬春旅行趋势榜”自然山水榜、“清明”全国周边游热门目的地城市榜单TOP8、“端午”全国十大周边游热门目的城市，“五一”假期周边游最热门城市，“国庆”00后热衷目的地城市TOP9……火热的文旅市场彰显经济社会发展的活力，而如何确保游客安全出行、舒心旅游，是做好文旅必须回答好的课题。

10月4日，一名儿童在大明湖景区不慎落水，大明湖电瓶船班组员工王军第一时间发现，毫不犹豫地跳入水中，以迅捷的速度将落水儿童成功救起，并稳妥地将孩子举至岸边。与此同时，周围工作人员也迅速协同行动，共同将落水儿童和救人者安全拉上岸。

不仅是面对突发状况时冷静、迅速、周到地处理，济南文旅集团旗下景区也“未雨绸缪”。国庆假期期间，为应对大流量，趵突泉、大明湖等景区内人流密集场所均加强了现场管控：例如，景区在趵突泉三股水主泉群区域采取单向循环的管理模式，最大限度减少人员流动产生的拥堵；同时根据景区大客流应急预案，利用客流实时监控系统及时对入景区游客数量进行控制，当超出警戒范围，及时减少或劝阻游客进入园区。

同时，针对假期可能出现的突发情况，各景区提前做了预案，与辖区街道、消防、派出所等部门做好联动对接，为游客的安全游览保驾护航。

“景区是游客了解城市的重要窗口。”山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光此前接受采访时表示，将服务品质当成景区产业发展的突破点和亮点，是将“流量”转化为“留量”的长远做法，“在服务上下功夫，是对城市形象的展示，更是擦亮‘好客山东’名片的关键”。

近年来，济南文旅集团通过“服务质量提升年”创建、服务监督电话、服务监督公众号、“随手拍”小程序公众监督等手段多举措提升服务水准和品牌创建工作。今年国庆节，集团12345热线工单承办量共计129件，同比上年假期前七日承办量235件下降45%，其中感谢类上升375%，投诉类下降39.7%，为游客提供和谐的旅游环境和良好的出游体验，让游客切实感受到宾至如归的体验感、幸福感和获得感。

编辑：马纯潇 组版：颜莉