



# 孔孟之乡，近悦远来

## 文旅融合实力圈粉，古老济宁再次出彩

陈丹 济宁报道

从文脉悠长的三孔，到仰之弥高的尼山，从景色如画的微山湖到石门山的浪漫春光。从牛楼小镇的夜间文创，到明古城的炫彩灯光，从“髫是味”的济宁夹饼到髫肉干饭、葡萄鸡丁……随着文旅市场复苏和繁荣，济宁以各种形式出圈走红，既被央视等主流媒体频繁报道，也多次走入网络红人的镜头，一波接一波的爆点热点，充分彰显济宁的活力与潜力。

近日，新京智库通过对城市搜索度、旅游吸引力、线上美誉度和全年接待游客数量等关键指标进行量化评估，发布了《新京报“网红城市”潜力报告(2024)》，其中，济宁入选50强，位列第36位。

### 沉浸式旅游 圈粉更多游客

清明假期，夜间的万仞宫墙前人潮如涌。伴随明月登枝头，春风吹开一场光影大戏，只见孔子搭乘马车“登上”万仞宫墙，再现周游列国的景象，仁义礼智信的优秀传统文化篇章，在声光电的现代技术加持下，令人仿佛穿越历史时空，完成一场与先贤的对话。

尼山圣境，山坡上巍峨的孔子像在太阳的映射下，闪着点点光辉。身穿传统服饰的研学少年们跟随明礼官一板一眼地端正衣冠，揖拜孔子；“三人行，必有我师”“见贤思齐焉，见不贤而内自省也”，大学堂中懵懂少年们正襟危坐，一笔一划誊抄《论语》经典名句，时光不语，却在潜移默化中浇灌出一个“大写的人”；与此同时，“不学礼，无以立”的震撼大戏精彩上演，《金声玉振》演出，让“明礼生活方式”回归当代人心。

此外，孔子博物馆、孟府、孟庙等文旅圣地，同样铺陈出源远流长的儒家文化精髓，成为滋养心灵的文化圣地。而“孔孟之乡”“儒家文化发祥地”，更成为济宁最著名的城市标签，成为最厚重、最持久的核心IP，吸引着一代代人到此寻根溯源、坚定文化自信。岁月流转中，济宁已然红了2000多年，如今文旅深度融合之下，这座古老的城市焕发新机。

“与前几年单纯的游览观光不同，近年来曲阜各大旅游景点主打沉浸式。”朱鹏是一名老曲阜人，文旅市场的迭代升级，令他感受颇深。“通过现代科技手段、互动体验节目设置等，赋予传统文化强劲生命力，招揽更多游客的同时，让旅游体验更具深度。”“动”起来、“活”起来的儒家经典，显得潮、酷，也更容易被年轻人接受。毕竟，相比于走马观花式的旅行，大家更愿意了解并融入一座城市的生活，与它同频共振。”朱鹏补充说，这种有深度的、沉浸式的文化体验有助于提升曲阜及济宁的吸引力与竞争力，也是其迈向顶流网红城市的有力支撑。

朱鹏的说法，得到了三孔文化旅游服务有限公司副总经理张磊的肯定。他说：“做文旅，不讲创新就无法引发游客共鸣，传统文化就难以通过旅游的形式浸润人心。只有管理者、从业者站在游客和时代的角



万仞宫墙灯光秀。

度，重新审视文旅嬗变的需求和趋势，才能圈粉更多人，兜住泼天的流量。”

### 人间烟火味 彰显城市温度

作为互联网时代下出现的网络名词，网红城市相对于传统热点旅游目的地，无疑打造了文旅业发展的一种新模式，它的出现与社交媒体特别是短视频的快速发展密切相关。短视频内容更可以是景区介绍、知识普及、美食探店等包罗万象，抖音红人“二百者也”“特别乌拉拉”就曾到济宁打卡髫肉干饭、济宁夹饼、葡萄鸡丁等美食。

“这就是髫肉色泽太漂亮了，简直太糯了。”镜头里的“二百者也”夹起一块肥肉相间的髫肉，其色泽红亮、质地柔软，肉香味好似隔着屏幕扑鼻而来，令这位千万级网红直呼好吃、过瘾。“据说是梁山聚义的时候，108将个个海量，他们的饭菜就是用髫做的。”介绍美食之余，他还介绍起髫肉的起源，让更多人了解到这道美食的历史。网友们观看其短视频内容，看美食，也在看一个地方的风土人情。有网友在视频评论区留言，“食物满足胃，热情满足心！二百这次感觉好过瘾了！”“好便宜哦，这么好的菜，量又这么多。”

抖音关注量超1700万粉丝的网红“特别乌拉拉”，在济宁接连打卡济宁夹饼、葡萄鸡丁。“层次分明、酱香浓郁”，咬下夹饼的第一口，“特别乌拉拉”就给予其高度评价，“一口下去又有饼，又有内容，这么的好吃。”而看似黑暗料理的葡萄鸡丁，被其惊叹“太好吃了”，他说“出了济宁吃不到，一吃一个忘不掉。”

悠悠运河养育济宁一方水土，也孕育这里独特的饮食口味。其实，美食不仅满足口腹，其更融入城市发展变迁，与故土、乡亲、念旧等情感混合在一起，成为当地人的情感羁绊，才下舌尖、却上心头。难怪曾有济宁的留学生，将夹饼真空打包带到英国伦敦，嚼着家里的美食，好像就没有离家太远。

乘着这股流量的东风，越来越多的济宁人也举起手机，记录、宣传家乡。古城里的晨钟暮鼓、圣贤的谆谆教诲、秀色可餐的特色美食……具象的事物背后，展现着济宁人拥抱生活、热爱生活的态度，相信一切美好都在来的路上。值得注意的是，在抖音平台，“济宁市”词条已被619.7亿次看过，该数据仍在不断上涨。

### 流量变留量 从网红到长红

一座城市的走红，不仅需要具备深厚的城市底蕴和独特的文化自然资源，也要抓住短视频等媒介平台，打造独特的城市IP和城市标签。另一方面，更离不开地方政府的大力支持。

为了济宁文旅市场的“长红”，济宁大力实施“旅游+”战略，不断催生文旅新业态、新模式、新品牌、新消费，促进旅游产品供给更加丰富、旅游服务更加优质。不仅在全省率先出台《关于大力提振文化和旅游消费的政策措施》，累计发放文旅惠民消费券3893.6万元，带动全市消费近4亿元，而且高水平举办了2023中国·济宁研学旅行创新发展大会，策划推出4大研学主题、10条精品旅游线路，打造研学旅游高地。并重点推进三孔、石门山等20多个重点景区基础设施提升和智慧景区项目，微山湖旅游区入选2023省级智慧旅游样板景区。

数据显示，2023年济宁共接待国内游客8307.46万人次，实现国内旅游收入767.47亿元，同比增长双双超过60%，文化旅游工作共取得了4项全省唯一、13项全省第一，荣获了72项市级以上先进荣誉的好成绩。其中，尼山圣境文化夜游成为全省唯一入选首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间的项目，演艺项目

《金声玉振》成功入选全国旅游演艺精品名录，为全省唯一入选项目。

2024年济宁市全面实施“五大工程”和“五大行动”，并将景区焕新视为五大工程中的“头号工程”，通过“一景一案”，着力提升旅游景区特色化、品质化、智慧化和国际化水平，以“形象重塑、业态重构、转型重生”助力世界旅游名城建设，做优做强一批高标准、高品质友好型精品景区，实现从“看风景”向“微度假、慢休闲、烟火气、夜经济”转变。

清明小长假，到济宁打卡旅游的游客称赞连连。“三孔不仅是历史的见证，更是春天的广阔舞台，在这里，我们可以触摸到历史跳动的脉搏，也能在桃花、杏花盛开的芬芳中领悟生活的诗意。这种巧妙融合传统与现代、人文与自然的旅行体验，无疑在我们心中烙印下了对济宁深深的眷恋。”来自南京的王先生说。

据介绍，小长假期间全市纳入监测的21家旅游监测重点景区累计接待游客110.27万人次，为保障假日市场安全有序，济宁市文旅局节前便下发《济宁市文化和旅游局关于开展清明节安全生产和假日市场工作督导检查的通知》等文件，明确了各项安全生产的规范和要求。节中，更是派出了12个包县督导组，对各类文旅场所进行重点督导检查，累计调动执法人员超过700人次，确保各项安全措施落到实处。此外，为深入实施“引客入济”计划，济宁持续推介济宁文旅招商项目。近日还举行了“周游济宁 沪来互往”2024济宁文旅长三角招商暨上海旅游推广周启动仪式，全面拉开两地游客互送、文旅协同发展的序幕。

尤其需要注意到是，网红之下，城市的一切容易被放在显微镜下，游客遇到的商户、市民，乘坐的交通，走过的路，都有可能受到前所未有的关注。面对双刃的“泼天流量”，济宁人的心早已拧成一股绳。在曲阜经营茶馆生意的申佳表示，“针对夜间游客增多的现象，我们店里把早茶生意变成了‘晚茶’，并将营业时间延长至晚上10点，让夜游后的顾客都能喝上一碗热腾腾的茶水。”朱鹏也在一旁附和，“游客到来，是对我们的认可。作为城市中的一份子，应当展现出济宁人的热情、好客，营造优质的服务体验。”

网红城市的热度仍在持续，无法预知谁是下一个“幸运儿”。于济宁而言，资源、传播、服务的多方合力，已然书写出政通人和的文旅答卷，相信从网红潜力城市，到网红城市、顶流城市指日可待。