

2016年聊城水上古城发展大事记

本报记者 杨淑君

以制度完善规范管理、以主题活动集聚人气、以宣传推广树立品牌、以招商运营完善业态、以细化管理提升形象,2016年,聊城水上古城景点、博物馆陆续开放,主题活动丰富多彩,商业业态趋于完善,景区管理井然有序,成为中国自驾游首选目的地、开始接待境外游客,全年游客接待116.5万余人次。

景点、博物馆建设

2016年5月,古城依绿园正式对外开放,东昌八大胜景之一——“绿云春曙”重现,恢复重建的依绿园采用江南园林建园手法,给广大市民和游客提供了一个全新的、将历史文化与现代景观相结合的好去处。

2016年,名人堂、考院、府文庙、铁公祠四处景点建设施工,年底完成主体。

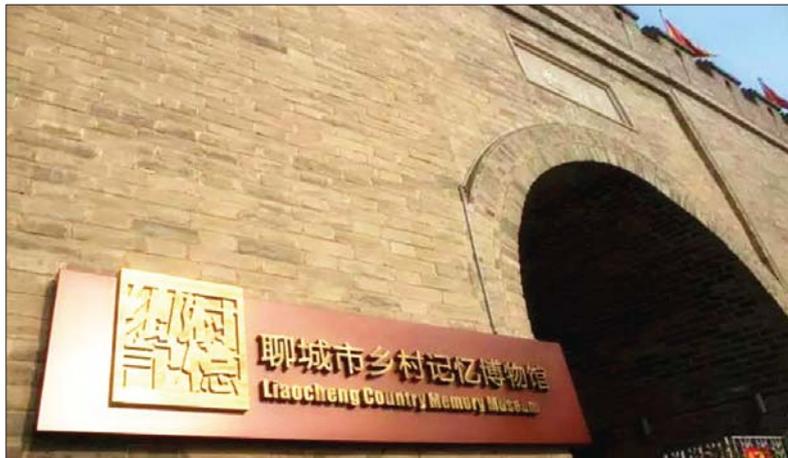
截至目前,古城内复建的16处古建筑景点和园林景观中,七贤祠、万寿观、依绿园、县衙、卫仓、清军厅、任克溥故居、小西湖公园等8处已经建设完成。

2016年“五一”期间,老照片博物馆、乡村记忆博物馆、契约文化博物馆相继开馆。

2016年5月18日,国际博物馆日当天,中国阿胶博物馆在古城开馆。

2016年“十一”期间,古城保护与改造博物馆、东昌博物馆、印刷博物馆、景阳冈酒道馆、茌平黑陶博物馆相继开馆。

截至目前,聊城水上古城以打造全国“微博之都”为目标规划建设35处博物馆,大部分已经建成,13处博物馆对外开放,其余的也在布展中。



位于古城西城门清远门的聊城市乡村记忆博物馆。记者 杨淑君 摄

节庆和文化活动

2016年,古城共策划组织了11场节庆活动和文化活动,旅游氛围浓郁,逐步形成古城“三节、两会”的特色文化活动体系。

元旦嘉年华:引进“动漫冰雕”,并推出新年投福、幸运大转盘等系列活动。元旦三天假期,累计接待游客6万人次。

古城元宵灯会:邀请四川自贡的专业设计、制作团队,深入挖掘运河文化、水浒文化内涵,结合中国春节传统喜庆元素,辅以后现代灯光工艺,精心制作20组灯组。累计接待游客70余万人次。

“五一”文化活动:以“畅游水上古城,品味多彩文化”为主题,主要包括5大类14项活动,接待游客5.6万人次。

中秋主题活动:以“花好月圆,情满古城”为主题,举办乐游七贤祠、免费领月饼等活动,吸引大批游客参与。

“十一”活动:以“赏民俗,品美食,感受千年文化”为主题,主要包括6大类20项活动。累计接待游客34.9万人次,首次尝试收费类项目“神秘雨林”,吸引了近5000名游客参与。

第二届“书香聊城”诵读大赛:

2016年4月在海源阁广场联合齐鲁晚报举办第二届少儿经典诵读大赛,活动近200名选手参赛,增强和展示了古城文化氛围。

5·18微博之旅活动:组织200名社会游客参观乡村记忆博物馆、契约博物馆、明清圣旨博物馆等景点,进一步增强了古城影响力。

七贤祠常态国学活动:自5月14日开始,每周六、日在七贤祠教授孩童诵读、国学德行礼仪等,增添了七贤祠的整体文化氛围,有效提升了七贤祠景点的吸引力。

毕业照活动:举办“我们的青春不毕业”2016年中华水上古城大学生毕业照征集活动。同时配合古城内餐饮、休闲类商户共同参与,以活动带动古城商业消费。

“非遗体验月”活动:7月,举办以“走进古城,寻梦非遗,感受传统文化”为主题的“非遗体验月”活动,共5期,近200名市民参与。

书法亲子游活动:8月7日、14日、21日连续举办三期“书法亲子游”活动,近200名小朋友和家长参与。



古城非遗体验。记者 杨淑君 通讯员 杨阳 摄



2016年古城“五一”活动。记者 杨淑君 通讯员 杨阳 摄



外地旅游团古城参观。记者 杨淑君 通讯员 杨阳 摄

旅游市场开发

2016年,在完善景点讲解词的基础上,强化讲解员业务技能培训,加大周边市场旅游团队开发力度,旅游市场开发成绩显著。

2016年3月,设计10条旅游线路,精选出3条用于市场推广。

先后组织20多次旅行社踩线活动,并邀请濮阳、菏泽、德州、安阳、天津等100余家旅行社到古城召开推介会、踩线,实现了每个月都有旅游团

队进古城的目标。尤其是2016年10月,有47个旅游团至古城参观游览,实现了每天1.6个旅游团至古城的好成绩,使古城旅游获得了质的突破。

同月,实现与韩国旅游团的实质性合作,开启古城外宾接待之路。截至2016年11月底,古城累计接待旅游团队176个;散客接待57次,累计接待人数2053人;政务接待191次,累计接待人数2335人。

商业招商服务

2016年,采取不同策略有针对性地进行招商,并加强对入驻商户的服务管理。

确定业态,主要引进老字号、知名餐饮、特色客栈、酒吧等项目。

立足本地,引进老上海音乐酒吧、光岳轩等项目。

深入区县,临清名吃、东昌府羊肉汤、天龙驴肉、美食派小吃、风味凉皮等先后入驻,完成了地方小吃街的打

造。

拓展重点项目,与老诚一锅、运河人家、东阿驴肉餐饮项目、民宿客栈等具有特色的大型项目签约,运河人家、老诚一锅已经开业,运转良好。

成立客服小组,对商户进行定期走访,对商户提出的意见、建议及时予以沟通解决。先后为商户处理了涵盖租金、物业、工程、装修、施工、招商、业态等多个方面问题。



老上海轻音乐酒吧。记者 杨淑君 通讯员 杨阳 摄



景区品牌塑造

2016年元宵灯会,先后被中央、省、市各级媒体争相报道,形成了水上古城元宵灯会节庆活动品牌。

2016年6月,“风从运河来——2016年全国网络媒体聊城行”活动正式启动。来自中央级、省级、市级的30余家媒体记者走进聊城水上古城。

2016年6月,“开放的山东”全国媒体行采访团来到聊城,千年古城风采

通过全国70余家重点新闻单位、新闻网站、外宣期刊、知名门户网站、商业网站等同时对外传播。

2016年9月23日,“畅行中国·精彩聊城——全国交通广播走进聊城水上古城”活动启动仪式暨“聊城水上古城——中国自驾游首选目的地”授牌仪式举行,聊城水上古城成为中国自驾游首选目的地。



“聊城水上古城——中国自驾游首选目的地”授牌。记者 杨淑君 摄