



淄博文旅业：重磅大会背后的已知和未知

记者 赵原雪

盛会之后，是更高规格的盛会。

11月8日，中国文旅企业合作发展大会在淄博召开。主论坛、专题会、项目对接、实地体验……节节相连、环环相扣，步步深入的文旅“组合拳”，以国家级的行业规模“升格”推进。

这是继3月份在青岛召开旅发大会之后，山东省级层面主办的又一次文旅盛会。

一切在淄博发生。而如潮般涌来文旅头部资源，也为后劲疾发的淄博文旅带来了更多新的理念冲击和思考。

从“旅发”到“旅企”

黄海之滨到鲁中腹地，8个月的时间，淄博文旅产业已然站上了新的风口。

11月8日上午，中国文旅企业合作发展大会在淄博国际会展中心正式启幕。

山东省政府及16市政府的官方代表共同参会，来自世界旅游联盟、中国旅游协会、省市文旅协会等行业专家、以及全国民宿、住宿、演艺等分布在文旅产业链条各个环节的头部企业代表齐聚于此，政企学携手联动开场，携手奔赴“文旅未来”的序幕，在为期三天的紧密议程中缓缓酝酿：大会见证了荣誉力量。

开幕式为山东首批20家领航型文旅企业、山东十佳民营文旅企业领军人物授牌；大会展示了丰硕成果；现场发布20项山东重点文旅项目，涵盖休闲康养、海洋旅游、乡村旅游、文化体验等4类，投资总额达721.79亿元，国内重点文旅企业将投资山东文旅项目经验进行分享；行业专家权威进行文旅专题主旨演讲与项目推介；大会启动未来风帆，山东文旅企业联盟成立、山东演艺联盟授旗、山东旅游演艺研究院战略合作单位授牌、山东省第二批旅游民宿集聚区授牌……

这是山东省今年继全省层面的旅游发展大会之后，再一次向世界发出文旅邀请函，且向规模更大、规格更高、影响力更加深远的方向不断延伸，大会与背后的淄博，站在了目光聚焦的中央。“旅发”之后，又是“旅企”，站在不同文旅时期的两场大会，印证着两个截然不同的信号。年初，“消费提振年”的发令枪下，从中央到地方，围绕文旅复苏不断强化行动，将消费提振作为当前文旅工作最紧迫的任务。于是，近一年的转型发展中，省市到地方紧抓全面提振文旅产业的黄金期，“恰逢其时”展开一系列举措：全省文旅市场在近一年的疾进中全面开花，相继出台文旅消费提振政策，站稳旅游市



场风口，推动文旅产业高质量发展，并“恰逢其势”召开山东省旅游发展大会，对于迅速恢复文旅消费市场，提振行业精神具有重大而深远的意义。

触底之后急速爬坡，涌动的旅游客潮在半年多时间中释放融融暖意的同时，也不断面临着新的挑战：

复苏之后的客流如何保持，供需两端如何深度衔接，新开发的文旅业态如何长效发展……需求变了，市场变了，文旅风向也已从“消费至上”到“品质至上”，种种问题迎面而来。

这对当下淄博而言，更加紧迫。

无论是“3510”发展目标，还是“强富美优”城市愿景，奋进的淄博一直用光来照亮前行的文旅之路。

而这在为淄博文旅高质量发展提振信心的同时，也等同于抛出了“淄博文旅高质量发展到底怎么干”的命题。

因此，文旅未来，成为了再次集结行业力量的重要理由。

为什么是淄博

11月7日晚，淄博市文旅局联合齐鲁晚报·齐鲁壹点策划推出“追光海岱楼·奇妙淄博夜”活动，闪耀在了中国文旅企业合作发展大会开幕的前夜。这是该次文旅演艺活动年内的第八场演出。

这场由近百位演员共同演绎的古筝空灵鼓舞伴舞《礼仪之邦》与五音戏《赵美蓉观灯》，将古筝表演与淄博五音戏进行文化联袂，一场礼仪雅乐与国家级非遗的碰撞，持续不断点燃现场观众的激情，更是给因这场盛会集结而来的八方来客，留下深深的记忆。

而这，仅仅是无数淄博文化故事中的一页篇章。

“我在开会前就早早来到了淄博，别人是来看淄博，我是来学习经验。”世界旅游城市联合会首席专家、全国休闲标准化技术委员会副主任魏晓安向记者透露了此次淄博之行的一个重要目的。

赞许之声不止于魏晓安。多名行业学者在接受采访时，纷纷表露了对淄博的向往和青睐。

始于烟火，终于文化。或将是这次高规格文旅大会笃定淄博的原因之一。

城市现象级出圈背后，从烟火流量到文旅“留量”的全面转身，淄博用了近半年时间进行文化旅游的全面提升与自我改革：齐文化演绎、景区升级改造、文旅业态创新……

早在布局最初，淄博市及各区县的文旅局长们就曾登上“G9321次烧烤专列”，化身“淄博文旅推荐官”，向乘客推介淄博文旅，从而为前来淄博的游客们种下了一颗惊喜的种子。

在假期引流的关键期，淄博累计开展了包括40余场“就在淄博·城市艺术SHOW”在内的百场线上+线下文化活动演出，为游客的到来营造浓厚假日氛围；与此同时，为打造多元化文旅产品，淄博举办文化旅游节、美食音乐季、篝火晚会、花朝节等几十场主题特色活动，丰富夜间体验场景，淄博陶瓷琉璃博物馆、红叶柿岩、颜神古镇、周村古商城等6家热门景区开放夜游。

就此，文旅奠定为淄博“留量”的主力军。

热度持续至十月的“双节”假期，以山东文旅·红叶柿岩旅游区（下称红叶柿岩）为代表的众多旅游风景区再度成为假期“顶流”。

公开数据显示，受济潍高速利好和文旅市场需求拉动，红叶柿岩累计接待游客11.76万人次，日均客流量1.47万人次，淄

博持续位列于假期热门旅游城市的榜单中。

时间拉至深秋，“长城脚下红叶浓”秋季主题旅游正式开启当天，红叶红，文化红，国潮红种种“红色”的别样演绎，以及齐山、潭溪山、马踏湖、九顶山众多山水间上演的文旅“好戏”，文旅热度持续不断。

与此同时，更多讨论和追问的声音也开始不断发出：淄博文旅前路如何？淄博路径能否成为复制推广的经验样本？

淄博之于大会探寻烟火背后的流量密码，大会之于淄博发掘文旅焕新的多样路径，二者的双向奔赴串联起全国到省市的全面声响，势必为这场大会的召开拉满期待。

多场会议的背后考量

先有合作，后有发展，这场大会更是为供需而来。

11月7日，大会在召开前夕，就曾先后召开了“旅游住宿业项目对接”与“景区度假区迭代升级”两场专题会议。大会召开期间，又先后召开了“山东旅游演艺合作发展”“旅游民宿集聚区创新发展”两场专题会议。

不难看出，住宿、演艺、民宿，专题方向直指文旅当下的热门市场。

根据参会名单，记者发现，以华住集团、洲际酒店、希尔顿酒店为代表的旅游住宿企业，以东方演艺、摩登天空、开心麻花为代表的旅游演艺企业，以莫干山民宿行业协会、重庆巴渝民宿为代表的旅游民宿企业，等等来自全国的知名文旅行业权威集体亮相，与山东省市文旅官方及当地文旅企业开启深度交流。

一面是需求端对文旅内涵提升的渴求，一面是供给端为发展

新业态的迫切，交错融合的文旅新态势，在大会紧凑的日程安排下纵深推进。

作为当下淄博“最网红”的景区，红叶柿岩对未来发展有着更加长远的发展目标。

山东红叶柿岩旅游发展有限公司副总经理刘晓健告诉记者，红叶柿岩一直致力于构建更开放、更包容，更多元化的生态合作方式，不管在产品、营销、还是运营上，他们都希望能够与省内甚至省外的文旅资源进行结合。

因此，刘晓健认为，这场大会对红叶柿岩而言，是一次难得的契机。

而事实上，许多知名文旅品牌也早已瞄准淄博展开布局。

“目前，我们在淄博已经有三家酒店正在建设中。对于住宿业而言，淄博有着先天的地域和交通优势，加之当下城市出圈的红利，可以预见，未来会有更多的国际品牌酒店选择淄博、入驻淄博。”洲际酒店集团大中华区发展副总裁曹斌说。

近三小时的对话，供需两端均有备而来。

作为东道主的淄博，除了供给端的首要倾斜，各行业领军企业强大的创新能力和丰富的行业经验，更是为后续文旅事业的多样化发展贡献了更多可以借鉴的“良策”。

以民宿为例，当前，民宿旅游正成为越来越多年轻消费群体选择的住宿方式。“在城市爆火的情况下，如何将现有民宿资源激活并在特定旅游区域形成集群，抓住年轻群体的心就尤为关键，这也是淄博文旅在后续发展的有力竞争点。”中国旅游改革发展咨询委员会委员孙小荣告诉记者。

而对于文化与旅游融合发展，北京大学旅游研究与规划中心主任、教授、博士生导师，文化和旅游部十四五规划专家委员会委员，国际旅游研究院院士吴必虎指出，齐文化的挖掘就是一个很好的方向。

“旅游行业最讲差异化，要做出自己的特色和品位，淄博最大的名片就是齐文化，以齐文化为基本盘，创新更多的文化展现形式，并融入到地标、景区甚至是酒店、住宿中，能够进一步强化淄博的文化符号。”吴必虎说。

记者注意到，围绕此次大会，淄博官方还专门设置了文旅体验、知名文旅企业家山东行的路线，目的就是让与会嘉宾们实地体验淄博的山川河流，乡村村庄，真实感悟淄博文旅的魅力与前景。而最终指向则是，吸引更多顶尖文旅资源认识淄博、爱上淄博，进而坚定选择淄博。

可以预见的是，围绕大会的无数个“为什么”，将以淄博为半径，源源不断书写更多未知的答案。