

山东培育“宝藏小城”，有什么门道？

本报记者 孙丛丛



▲ 龟蒙景观 ► 景区NPC与游客互动 沂蒙山龟蒙景区供图

今年“五一”假期，“好客山东”交出亮眼成绩单：全省重点监测的200家景区累计接待游客2615.4万人次，实现营业收入12.7亿元。比数据更值得关注的是趋势之变——“奔县游”“宝藏小城”等吸引力不断释放，越来越多的游客选择下沉到县域城市寻找烟火气与松弛感。

以县域为支点，山东大力实施艺术乡建和“宝藏小城”培育计划，推动旅游价值从资源驱动、观光打卡向幸福导向、情绪体验转型，带动了区域经济增长和乡村全面振兴。

撬动小城大流量

临沂市蒙阴县地处沂蒙山腹地，生态资源丰富、文化底蕴深厚。近几年，该县挖掘优势资源，将全县354个行政村布局为“东西南北中”五大功能片区，东部云蒙湖片区突出生态康养、北部岱崮片区突出岱崮风貌、南部垛庄片区突出红色旅游等，走出了差异化发展之路。该县桃墟镇百花峪村依托生态家底，实现了山、水、林等生态产品可量化、可抵押的创新发展模式。该村党支部书记陈长田介绍，依托“林票”贷款，村民建民宿、书舍，开咖啡馆、酒吧，打造的“花溪小院”等体验场所融合餐饮、休闲等特色业态，成为深受年轻人喜爱的乡村生活新方式。

近年来，山东各地主动发掘藏于山水、融于文脉、见于烟火中的村

落、美食、风物等宝藏元素，以理念创新、地域特色破解“千城一面”困局，与游客构建情感连接，让更多小城“走出深闺”，释放出长效价值。

德州乐陵以乐陵影视城为“龙头”，发挥光影产业优势，构建影视拍摄、影院观影、文旅消费等多元体验闭环，截至2025年底，已带动新增影视相关企业230余家、酒店民宿床位超8400张。聊城临清擦亮运河美食名片，发布县域美食地图，以“九十天早餐不重样”的美食及“运河晨钟烟火游”“古城夜宴”等特色产品线路，吸引游客开启“奔县”之旅。

挖掘游客新触点

在突出特色的同时，山东多地打破单一业态，推动“文旅+百业”深度融合，构建了有故事、可体验、能消费的文旅IP，实现了新场景留客转化。

淄博中心城区张店区焕新消费场景，将传统“地摊烧烤”升级为“烧烤+演艺”新模式。在八大局便民市场内，多家烧烤店除了烤炉、小饼、小葱等标配外，还推出多种形式的主题表演，为游客带来“边撸串边入戏”的沉浸体验。八大局便民市场管理办公室负责人郑昊林介绍，近几年，该市场保留早市、蔬菜摊等便民元素，增设书画苑、非遗文创等功能区，在旧有空间基础上改建“这有局儿”文商旅综合体，形成了备受游客欢迎的

“全天候文旅街区”。

除了寻味城市烟火，张店区还推出“夜光宝盒齐Young游”等城市微游线路，用多元玩法串联海岱楼钟书阁、唐库文创园等市井空间及文旅地标，满足了游客深度游览的需求。

大宋不夜城是泰安东平文旅的一张鲜活名片。该景区以《入梦水浒》为核心剧目，构建了“1+4+N”演艺矩阵，同步配套美食、非遗等业态，以不断迭代的新玩法吸引年轻群体感受“宋潮”生活。在“以一城引爆夜经济”的同时，东平县盘活县域内东平湖、白佛山、戴村坝等景区景点，发展湖区观光、休闲度假等多元业态，打造“赴宋潮之约，来东平湖看海”的全新IP，实现了县域旅游“破圈”发展。

把精细服务落在实处

推出“晴天险”、招募“服务质量体验官”……近日，位于临沂市平邑县的沂蒙山龟蒙景区凭借“好客服务”走红社交媒体。“景区近期启动夜爬蒙山活动，升级实景演艺等体验项目，同时，结合游览动线配备休憩补给站、志愿服务岗亭等设施，把精细服务落在实处。”山东沂蒙山旅游发展有限公司总经理徐永宏说。

景区跳出“门票依赖”，深耕以服务为支撑的体验经济，折射出当地县域旅游发展思路的转变。近年来，以



“激活蒙山”为引领，平邑县接入临沂市相关资源，构建“山上观光+山下乐活”全时段产品体系，配套交通接驳、餐饮住宿等精细化服务，拉长了游客平均驻留时间。

从业态扩容到服务提质、从供需匹配到区域协同，山东多地立足实际、转变思路，探索县域旅游从“打卡”到“长游”、从“一城”到“全域”的转型之路。

为打通“山一城一湖”文旅链条，东平县开通泰山至大宋不夜城免费直通车，推出景区套票及“索道+景区”联票等优惠举措，打出跨区域交通、产品等综合服务“组合拳”，实现了客源共享和产业共赢。

在省级层面，山东依托“好客山东·齐鲁1号”旅游列车、“鲁票票”文旅智慧票根平台等，让分散的县域资源实现“一票通享”；同时，通过线上、线下同步开展“宝藏小城”探访等矩阵式宣传，进一步拓展联动空间，扩大营销声浪，推动县域旅游实现全域共赢。

百家横议

阅读推广也需要营销思维

陈艳

《全民阅读促进条例》(简称《条例》)正式施行以来,各地阅读设施不断完善、阅读活动日益丰富,全民阅读正从倡导走向实践、从阶段性热闹走向常态化深耕。作为全民阅读推广活动的一个重要阵地,图书馆虽然做了大量服务,但不少公众对图书馆的认知仍停留在“借书还书”“上自习”。在这种情况下,图书馆开展全民阅读活动需要多一些营销思维:不仅要做实,还要做“响”;不仅要“做得好”,还要“说得好”。

在全民阅读的宏大叙事中,图书馆这个机构整体如何被公众看见和需要?可以从3个“杠杆”入手,用较小的投入撬动较大的传播效果。

一是技术杠杆,把后台能力推到前台让读者看到。AI、大模型、算法等新技术对图书馆意味着什么?如果总是被动追赶新技术,图书馆永远跑不赢技术迭代的速度,但可以换个思路:利用新技术向公众展示图书馆拥有的系统化结构优势和专业能力。目前,很多图书馆部署了“递书小哥”、室内导览、智能书架、视觉盘点系统,但它们更多地被当作内部管理工具在使用。对内,解决了找书难、盘点难的问题;对外,读者能感到“借书方便了一点”,但并未察觉背后的技术含量。

如果把这些能力推到前台,则会有不同的效果。如南海图书馆在新馆建设时把智能分编、智能立库、智能分拣、智能轨道做成了可参观、可观摩的动线,依托“星级导览”项目,让智能设备体验成为导览的一个环节;深圳图书馆的“书海探底”项目把地下智能立体书库(全国最大的自动化藏书系统)变成研学产品,让读者走进书库内部亲见一本书从下单到出库的全过程。当这些看不见的后台能力变成读者可体验、可拍照、愿意分享的公共产品,图书馆服务也就变得可视、可感、可传播。

二是人力杠杆,人人都可成为图书馆代言人。在图书馆行业,“人力杠杆”的意思不是雇更多人,而是借此让现有馆员的专业能量成倍释放出来。很多一线馆员在岗位上积累了扎实深厚的业务能力:有人是绘本专家,有人堪称地方文献“活字典”……但读者不知道、行业不知道,甚至连他们自己也没意识到这是个“有用的本领”。

图书馆要打开思路,创新举措,让这些馆员走出服务台、走到读者面前,让他们的专业能力成为图书馆最好的名片。如南海图书馆一位导览员在一次讲解后收到读者来信说:“……专业而热忱,对馆内各项服务、空间设备如数家珍……这样热情专业、认真负责的馆员,是图书馆的宝贵财富。”

三是媒体杠杆,用新媒体的逻辑讲故事。这是成本最低、启动最快的杠杆,写文章、拍视频、录播客,一次创作可以无限传播,是当下图书馆最值得发力的方向。图书馆里并不缺故事,缺的是用新媒体的逻辑讲故事。大多数图书馆推文习惯于“我做了什么”的视角——新书上架、活动预告、借阅数据、领导调研,但公众关注的是“这跟我有什么关系”。其实,一个小切口的故事比严肃规整的总结更能让人共情,这需要图书馆放下“官号”的包袱,将讲述逻辑从“我做了什么”变成“你能从中获得什么”,并采用更轻、更真的呈现方式。如此,书架间的光影、孩子翻书的专注表情、老读者在窗边读报的背影、馆员修复古籍时的手部特写……这些画面都能讲述生动的图书馆日常故事。

技术杠杆,让服务可感知;人力杠杆,让专业可传播;媒体杠杆,让故事可放大。3个“杠杆”并不需要额外投入大量经费,需要的是意识的转变和持续的用心,它们藏在每一次技术能力的对外展示里、藏在每一个馆员自信的专业表达里、藏在每一条真诚的推送里,让图书馆的全民阅读推广活动既“实”又“响”。



「非遗作品及文创产品」

6月3日,四川省巴中市通江县璧州街道城郊社区,通江非遗体验新空间正式投用。该空间集非遗知识科普、展示展销、技艺传习、手工体验为一体,汇聚巴中竹编、巴山剪纸、蜀绣等本土非遗项目。非遗传承人驻场教学,带领市民沉浸式体验传统手工艺,推动非遗走出展馆、扎根社区,赋能基层公共文化建设和。图为民在通江非遗体验新空间体验“巴中竹编”。程聪 摄



“东北超”赛场外,球迷与机械巨虎“东东”合影。 辽宁省文化和旅游厅供图

(上接第一版)

《规划》提出,到2030年,要形成“文化魅力彰显”的振兴发展新图景,打造高品质文旅体商融合都市圈、“中国最北海岸”休闲文化和旅游带、辽西文化走廊传承创新区、辽东绿色康养旅居度假区,建设高水平文化强省、旅游强省、体育强省,“让山海之美、文体之韵更好为新时代辽宁全面振兴增

光添彩”。

重大工程加速推进。“十五五”期间,辽宁将加快推进查海遗址国家考古公园创建、抗美援朝革命文物整体保护利用,同步推进奉国寺和兴城城墙等文化遗产保护活化,培育一两家国家一级博物馆、创建至少2家省级文化生态保护区……

文化原创力持续攀升更是重要目

标。“十五五”期间,辽宁将研究设立省级艺术基金,深入实施文化惠民工程,完善公共文化设施网络,推进数字化升级。博物馆、体育馆、景区等结合实际延长开放时间,开展夜展、夜赛、夜游等活动。

当前,低空旅游、数智娱乐、文旅设施智能化改造、数字创意、智慧康养等创新业态,已成为辽宁文旅产业发展的新赛道。