

引客能力的文旅商综合体。制定汉服体验、剧本娱乐等新文旅产业标准，营造安全放心的消费环境。

### （三）淄博市的做法

“小串+小饼+香葱”这一套烧烤的灵魂吃法，让“淄博烧烤”在2023年春成为当之无愧的顶流，并发展为一种现象级、发烧式的文化IP。美团、大众点评数据显示，2023年“五一”假期，山东省住宿预订量较2019年增长400%，其中，淄博市住宿预订量较2019年增长800%。现在，热度虽已回落，但比2023年前仍然有10倍的客流量。分析其“出圈”原因，有以下几个方面令人印象深刻。<sup>[3]</sup>

一是善于城市营销。2023年初，“淄博烧烤”开始在网络上出现，淄博市敏锐把握这一契机，一方面推出系列推介文章，邀请中央电视台等权威媒体拍摄烧烤专题，借助增流、引流、分流等方式将网络自发流量转换为主流媒体的集中报道；另一方面，向社会传递淄博市政府在维护市场秩序、用心服务游客方面的各种举措，引发大量关注和好评，推动流量持续火爆，促成了“淄博烧烤”火速出圈。

二是优化旅游服务。淄博市秉持品质城市、服务为人的理念，打出一系列“组合拳”，确保文旅产品服务品质。比如，主动协调铁路部门加开周末铁路专列，对市内公交线路进行优化，设置38处“青年驿站”让外来大学生免费或半价入住，及时成立烧烤协会，探索制定团体标准，策划举办“淄博烧烤节”，设立烧烤名店“金炉奖”，引导烧烤店提升经营质量，确保游客游得舒心、吃得开心。

三是多方协调联动。面对客流量剧增的挑战，淄博市有效发挥了有为政府、有效市场和有机社会的作用，保障了游客服务品质。在政府内部，文旅、市场、交通、公安等部门齐心协力、共同发力；市场主体自觉依法依规经营，成立多个行业自律联盟，为游客诚信服务、温暖服务；广大市民内在的责任感、使命感和荣誉感被激活，自愿为城市贡献力量，也成为吸引游客的一个亮点。

## 陕西文旅产业高质量发展的路径分析

“他山之石，可以攻玉。”陕西应借鉴外地的好经验、好做法，瞄准建设有国际范、中国风、陕西味的著名国际旅游目的地，顺应文旅消费市场升级的大趋势，切实发挥陕西文旅资源禀赋优势，努力实现“资源驱动”到“创意驱动”的转变，“传统文旅”到“数字文旅”的转变，“有没有”到“好不好”的转变。



金延安景区

### （一）统筹全省资源，推动区域均衡

陕西当前旅游最大的痛点是西安“一城独大”，陕北、陕南引流能力不强，导致节假日西安市面临较大的安全和服务压力，也导致旅游人数难以突破瓶颈。这固然与西安拥有不可替代的旅游资源和高品质服务相关，但也折射出省市在旅游线路、景区联通和推介引流方面存在短板。河南省洛阳市也并非盛会城市，山东省淄博市更是普通的地级市，但是通过努力在其省内乃至国内都具备强大的引流能力。这也启示非省会城市、旅游资源薄弱城市完全具有发展文旅产业的潜力。从湖南来看，注重各地百花齐放是重要的经验，这样有利于形成规模效应。因此，推动区域均衡发展是陕西文旅当前一个迫切的问题。否则，仅凭西安市尚无法完成全省万亿文旅产业的目标任务。从省级层面，要推动实施“一市一品”战略，形成一批具有较强影响力和市场竞争力的品牌，塑造特色鲜明、产业互补、布局合理的文旅产业体系，增强发展的广度。各市（区）要把文旅产业发展提上重要议事日程，集中财力物力对富有潜力和优势的4A、3A景区进行提升，打造更富吸引力的景区景点。要发挥陕北革命文化资源、陕南秦岭山水资源，大力发展研学游、康养游、自驾游、森林游等新模式。要增开国际直航线路，鼓励航空公司增开增密直航班机。推动城际铁路建设，增设旅游专列。深化交旅融合，推进交通服务设施旅游型、休闲型升级改造，打造一批高标准旅游风景道、绿道、乡村旅游驿站。

### （二）重视融合发展，培育新型业态

洛阳市文旅火爆出圈的一个经验就是顺应文旅消费升级的趋势，及时打造“沉浸式”消费场景，广泛扩展夜间旅游产品，不断增强对青年游客的吸引力。2013年以来，洛阳深耕夜间旅游市场，先后建设了洛邑古城，改造提升了老城十字街夜市，重修了老城民主