

文化产业信息动态

2023年 第11期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年4月13日

目 录

1. 文旅部产业发展司司长：盘活旅游存量项目和资产 既是“风向”也是“风口”
2. “让外地人先吃”，一把烤串带火一座城
3. 中小城市打造文旅名片如何破局

文旅部产业发展司司长：盘活旅游存量项目和资产 既是“风向”也是“风口”

来源：中国经济网 2023 年 4 月 11 日

中国经济网 4 月 11 日讯 4 月 7 日，在第十七届贵州旅游产业发展大会“全国盘活旅游存量资产投融资促进活动”上，文化和旅游部产业发展司司长缪沐阳提出，盘活旅游存量项目和存量资产是深化供给侧结构性改革的重要抓手，既是“风向”，也是“风口”。

伴随旅游业的蓬勃发展，旅游业全面融入我国经济社会发展大局，我国旅游及相关产业增加值从 2014 年的 27524 亿元增长到 2021 年的 45484 亿元。与此相应地，各地顺应旅游业快速发展趋势，加大旅游投资力度，迅速做大旅游产业规模，建成了一大批旅游项目，但有些项目投资大、效益差、运营难，企业和地方政府背上了沉重的包袱。

2021 年 7 月，国家发展改革委印发《关于进一步做好基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）试点工作的通知》，将旅游基础设施领域纳入 REITs 试点范围。2022 年 5 月，国务院办公厅印发《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》，明确将旅游列为盘活存量资产重点领域。2022 年 9 月，国常会确定使用专项再贷款与财政贴息配套支持部分领域设备更新改造，旅游也是政策支持领域之一。

缪沐阳表示，从经济发展基本规律来看，投资建设会形成资产，

资产会引发新投资。有效盘活旅游存量资产，形成存量资产和新增投资的良性循环，对于提升旅游设施运营管理水平、拓宽旅游企业社会投资渠道、合理扩大有效投资以及降低政府债务风险、降低企业负债水平等，具有重要意义。“可以说，盘活包括旅游存量资产等在内的各种规模大、增长潜力大的优质存量资产，是当前投融资领域的重要‘风向’。盘活旅游存量项目，推动项目内容优化、质量提升，既是旅游领域深化供给侧结构性改革的重要抓手，也是在旅游业持续复苏和高质量发展背景下，旅游行业新的投资‘风口’。”

针对当前旅游项目建设，缪沐阳提出了四点看法。

一是要正确处理好外地游客和本地居民的利益关系，正确发挥好旅游项目的正向外部性，不能出现满足了游客消费偏好，但破坏当地环境抬升本地居民生活成本的情况。

二是正确处理好企业投资和政府公共服务的关系，旅游项目的市场化程度很高，一方面鼓励社会资本投入，但同时不能忽略政府公共投入，这方面既包括旅游公共基础设施建设，也包括软性服务的提供，特别要加强旅游领域营商环境建设。

三是要重视旅游项目的融合发展，既要注重文旅融合，还要注重与相关领域的融合，满足多样化的消费需求，要树立融合就是创新的理念。

四是大体量的旅游投资从来不是单独孤立的，要注重产品和业态的科学搭配，充分挖掘好产业链上下游的消费空间。有条件的头部企业要注重整合项目业态，丰富生态圈，延伸产业链，实现投资

供给和消费需求的良性循环，真正发挥好重大项目的带动作用。

“各地要不断总结推广盘活存量旅游资产的新机制、新模式，着力提升项目建设质量，丰富项目内容业态，从严把关，杜绝出现无序扩张、低端重复建设等问题，在各类型创建示范过程中，也要注意盲目上项目的苗头和隐患。要以高质量的项目建设带动投资增长、带动产业结构优化、带动产业层次提升，并以高质量供给引领创造新需求，推动供需更好匹配衔接。” 缪沐阳说。

“让外地人先吃”，一把烤串带火一座城

来源：中国新闻网 2023年4月13日 中新财经记者 左宇坤

“我，山东淄博人，从来没想到自己会被楼下烧烤店‘劝退’，大街上的有些楼我更是第一次知道它还能亮这么多灯。”

过去一个月，社交平台上“淄博烧烤”的各大话题接连刷屏。不同于“万物皆可烤”的锦州烧烤，“是羊就能烤”的徐州烧烤，“下葱量”第一、“耗饼量”惊人的淄博烧烤，已经一路小跑，率先进入到充满孜然味儿的夏天。

原来鲁C(淄博车牌代码)的正确读音，其实是“撸串”？



山东淄博一家烧烤店的厨师正在烤制肉串。中新社记者 梁犇 摄
突然火了，“周末时间留给外地人先吃”

在外地工作的淄博人黄杨(化名)一个月前回了趟老家，想着和

朋友吃个烧烤，结果找了4家烧烤店，都走到平时不起眼的小街道了，店里人还是满满的。

“熟悉的烧烤店老板直接让我周一再来，周末留给外地人先吃；另一家老板跟我说店里已经没肉了，吃了20多年烧烤我真是第一次听到这句话。”黄杨说。

“烤炉+蘸料+小饼”是淄博烧烤的灵魂“三件套”，食客桌上会有一个特制的小炉子，老板将肉串烤至六七成熟便上桌，由客人自己掌握火候复烤。

“淄博烧烤最早是不腌制的纯肉，以猪肉为主，配料简单，食材新鲜。后来以腌制为主的东北烧烤逐渐占领市场，现在鲜肉烧烤市场又开始逐渐恢复。”淄博民安烧烤店的老板安伟表示，本地人多喜欢自己烤，很多外地客人不习惯，确实容易烤糊。

山东元素——饼则是淄博烧烤的另外一大特色。巴掌大的面饼烙至起泡，夹入肉串、小葱和酱料蘸料，就完成了碳水+脂肪+蛋白质+膳食纤维的四合一“淄博Taco”。碳水化合物解油解腻，丰富多样的配料直冲味蕾，共同构成了淄博烧烤的精华所在。

“现在街上的人确实是多了，全国各地的车也是随处可见。不只是周末，知名度比较高的烧烤店每天都排很长时间的队。”土生土长的淄博人王大壮(化名)表示，周一下班后自己路过了一家网红烧烤店，看到晚上六点多已经排了几十米的队伍了。



山东淄博，食客正在享用烧烤。中新社记者 梁犇 摄

措施给力，力争“流量”变“留量”

美食固然诱人，但在第一波由大学生、社交平台带来的热度之后，当地政府快速反应的“组合拳”更是让许多人大开眼界。

早在3月10日，淄博市政府就召开发布会，设立淄博烧烤名店“金炉奖”、成立烧烤协会、宣布五一举办淄博烧烤节，还直接发放25万烧烤消费券。数据显示，仅3月份，淄博就接待外地游客480多万人次，同比增长了134%，旅游收入增长了60%。

为方便广大游客奔赴“烤场”，铁路部门专门在济南与淄博之间开通“烧烤专列”，淄博市文旅局“一把手”带领全市文旅系统“代言人”做推介；淄博市内还新增21条“淄博烧烤”公交专线，为游客带来“打卡热门烧烤店”线路攻略。

淄博文旅局的工作人员对中新财经记者表示，围绕着“淄博烧烤”这一主题，淄博推出了五大主题产品，力求打通“吃住行游购娱”各要素，让来淄游客除了品鉴美食，能更好体验淄博的风景之美、人文之美、城市之美。同时还设计主题旅游线路，线下+线上

多维宣推文旅资源，并做好景区门票减免和安全管理服务工作等等。

“最近一到了晚上，柳泉路、人民路、明清街等大路的灯都亮了，可能在外地人看来没什么特别的，但这些灯我们往常只有在过年的时候才能看到；学生来了还可以申请‘青年驿站’，都是不错的酒店，政府补贴一部分客房来服务大学生。”在黄杨看来，自己的家乡已经拿出了最大的诚意欢迎各地的朋友。

好客山东，“不能让外地人觉得不好”

和烧烤一起火起来的，还有淄博的“网红市场”八大局。淄博人邓城(化名)就住在八大局市场附近，在他的记忆里，至少开了十七八年的八大局就是一个很普通的菜市场，自己不怎么去，父母有时会去逛逛早市。

“三月初我们想去吃烧烤，突然发现八大局市场里的店开始排队了。而且市场上的年轻人越来越多，应该就是大学生。”一下子涌入的年轻人让邓城也有点不太适应，直言“很担心会让外地人失望”。

不久前，有美食博主来到八大局，自带秤连逛10家摊位没有发现一家缺斤少两。博主感慨淄博是一座让他不得不佩服的城市，也为淄博带来了新一波热度。

“小时候，有外地的朋友来，爸妈基本上带他们吃的第一顿就是吃烧烤。淄博的烧烤店都是从老城区、老小区里做起来的，谁敢‘宰客’一次，以后就没有人买他的东西了。”邓城对此表示，“做好服务，不宰客”是“好客山东”的默契。

对于淄博市政府来说，烧烤的热度是城市转型发展的一次契机；但对于普通的民众来说，可能只是出于朴素的考虑：“别让人外地人觉得淄博不好。”

“以前我‘路怒症’很严重，现在开车就会想，外地来的朋友不熟悉，跑得慢、走错路很正常，咱都要包容。后来发现礼让还真挺好，也感谢家乡让我变好。”王大壮说，在淄博就为淄博人长脸，在山东就为山东人长脸，在中国就为中国人长脸，这就是老乡同胞们的想法。

如何转型？工业城市到旅游城市的跨越

“上次淄博这么热闹，还是在齐国的时候。”正如网友所言，作为一座以重工业见长的城市，化工、建陶、医药、纺织等曾是淄博的立市之本，传统产业在淄博经济总量中的占比一度高达70%。

但面对资源枯竭、技术工艺老化、产业人口外流等阵痛，走在转型的道路上，淄博已经付出了有目共睹的真心和努力。

“以前只有五一、国庆等节假日会遇到的情景，如今每个周末都在上演。工作日的下午五点半左右也会满桌；周六是最火爆的，中午11点左右开始排队，一直到晚上不放号为止，等位时间最长要在4个小时以上。”安伟讲述着自己“幸福的烦恼”。

“人已经多得到了周末，大家都有些‘害怕’了。”安伟说，对于员工的疲惫，店里只能通过涨工资、增加人员等方式来缓解。

“在淄博，烧烤生意一直都很火，挣钱也不少，目前最大问题就是客流量大到有点承载不了，我们也在尽力扩大规模去满足大

家。”另一位淄博烧烤从业人员庞先生也对记者表示，很多烧烤店都在超负荷工作，相比于赚钱，确实更有些“为淄博荣誉而战”的味道。

“我们都知道，靠烧烤、旅游来拉动经济还是非常有限的。但这是一个契机，让更多的人去认识淄博、感受淄博的热情、了解越来越好的营商环境，能带来后期的投资和就业，这才是更具深层意义的影响。”在王大壮看来，现在淄博从上到下非常齐心，努力把这张名片打响，就是淄博人民共同的心愿。

中小城市打造文旅名片如何破局

来源：中国青年报 2023 年 4 月 12 日 08 版 范星盛

春节以来，淄博、腾冲、景德镇等一批中小城市成为春季的旅游热点。从美味的烧烤开始，淄博旅游在青年群体中成为“热词”，吸引了各地年轻人前往打卡、探店；腾冲的天然温泉疗养热度大涨，获得游客好评；景德镇的“瓷文化”历久弥新，博物馆、文创、餐饮持续博得社会关注。在文旅行业回暖的大背景下，这些中小城市的抢眼出圈，为同类城市的文化旅游事业发展探索出了一条新路。传统旅游热点城市在知名度和综合资源等方面具有相对优势的情况下，唯有主动作为、发掘特色、整体谋划，才能有效吸引消费者、为地方文旅产业注入新活力。

在竞争激励的国内旅游市场中突围，找准定位、深挖特色是关键。近年来，青年群体的旅游偏好呈现出新的特点，美食打卡、沉浸体验、旅行社交等“玩法”十分流行。如淄博市针对青年旅游群体特质，充分利用青年关注的短视频种菜和社交平台，从口味、服务和地方风情等角度，着力推广物美价廉的淄博烧烤品牌，并从烧烤出发，深入发掘淄博在其他类别餐饮和文旅项目中的特色。基于地方生活、民俗、历史等特色，由餐饮到生活到城市，由特色到网红到品牌，由差异化到精准化再到精细化，将是一条可持续、可推广的中小城市文旅发展路径。

在发掘特色、精准定位的基础上，积极作为、政策支持也很重要

要。比如，面向大学生群体探索热情强、行动速度快但旅游资金少的痛点、难点，山东省推出了“高铁环游齐鲁”的特价套票，在一定时间内可实现任意换乘。景德镇等地推出了“一卡通”式的文旅惠民年卡。部分城市对前来旅游的青年学生推出了市区内交通工具打折或免费，主要景区门票减免的优惠政策，从深入调研到快速行动，塑造了热情、高效的城市旅游形象。长期以来，一些传统旅游热点城市虽然坐拥丰富的旅游资源，但在旅游服务上却颇受诟病，拥挤的交通、虚假的宣传、高价的餐饮令人意兴阑珊，面向强调自然休闲、关注旅游体验的新时代旅游群体，给予实际、具体的政策支持，打造宽松、温暖、舒心的旅游体验，将有效助力中小城市的文旅升级。

长久谋划、保持定力是中小城市文旅事业持续发展的根本之策。近年来，不少中小城市为了打造旅游景点，热衷于新建“古城”和“古街”，甚至拆旧建新并迁移原住民，城镇的历史传承戛然而止，烟火气和生活气消失殆尽。巨大的投资和短暂的热闹之后，簇新的仿古街区、冷清的商铺摊点成为大多数类似项目的无奈结局，对地方文脉也造成了不可修复的损害。

而小切口、深挖掘、强服务的文旅经营思路，从长远和可持续的旅游产业发展规划着眼，洞察和契合新时代游客群体的具体需求，以较少的“硬投资”提升“软环境”，在街巷风貌、市井生活、人文环境中凝练城市旅游形象，在民俗发掘、创意经营、宣传推广等方向加强政策支持，在游、购、住、行的各个环节提升旅游体验，

既打造新颖舒畅的旅游体验，又将文旅经营融入城市文化建设和经济发展的大局，将推动更多中小城市实现旅游业态发展、城市品牌形象和地方民生建设的多赢。

（编辑 杨珠峰）