

文化产业信息动态

2024 年 第 9 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 4 月 10 日

目 录

1. 山东推动打造革命文物主题游径
2. “好客山东”引领新玩法

山东推动打造革命文物主题游径

来源：中国旅游报 2024 年 4 月 9 日 边锋

经山东省政府研究同意，山东省文化和旅游厅等 13 部门近日联合印发《加强新时代山东省革命文物保护利用的若干措施》（以下简称《若干措施》），着力推动各级各部门树立保护文物也是政绩的科学理念，充分发挥革命文物推动新时代现代化强省建设的重要作用，统筹做好革命文物保护与经济社会发展。

《若干措施》提出，山东要结合第四次全国文物普查，做好革命文物资源专项调查，持续公布山东省革命文物名录，增补一批革命文物为主的省级文物保护单位，实施一批乡村革命文物、抗战遗址遗迹为主的保护展示项目。支持国家革命文物协同研究中心建设工作，探索开展省级革命文物协同研究中心培育建设工作。结合重要节点推出一批革命文物精品展览；做优做强“山东省红色文化主题月”文化活动品牌。大力发展革命文物研学旅游，打造革命文物主题游径；深入开展山东省红色文化特色村培育工作，探索革命遗址保护与乡村休闲度假、农业特色产业发展相结合。各级财政加大对革命文物支持力度，探索利用政府债券、公益保险、捐助捐赠等方式开展建筑类革命文物保护；切实加强基层革命文物人才队伍建设，开展精准交流培训和业务培训，全面提升从业人员的专业能力和职业素养。

“好客山东”引领新玩法

来源：中国旅游报 2024年4月10日 苏 锐

“好客山东”是国内极具知名度的地域文化旅游推广品牌之一。过去十几年来，这一品牌对推动齐鲁大地旅游市场繁荣发展起到关键作用。不少游客被一句口号吸引，不远千里赶来。文化旅游品牌常年保持热度的秘诀是什么？新时代的“好客山东”正在哪些方面持续发力？近期，记者就相关话题进行采访，分析当下山东文化旅游营销推广的成功经验。

丰富体验是核心优势

“最美人间四月天”，泰安市岱岳区泰山花海景区在春天进入“颜值巅峰期”。4月3日，山东省旅游推广中心策划的“好客山东 美美绽放季”在这里启幕。未来近两个月时间，泰山花海景区将与全省其他主打赏花的景区一道，通过“好客山东”融媒体矩阵进行一体化宣传推广，跑好2024年旅游市场高质量发展第一棒。

“整合全省资源，聚焦景区高质量发展和新场景、新业态，将研学线路、文创成果等打包推送。”山东省旅游推广中心主任迟钰争介绍，“好客山东 美美绽放季”是今年中心推出的系列主题产品之一。以时间为节点，相关活动还包括6月的“美美成长季”、7月的“美美欢乐季”、9月的“美美颐游季”等。

迟钰争表示，系列主题产品是“好客山东”的关键支撑。一个区域文化旅游品牌，倘若没有质量过硬的产品，再好听的宣传语也没有市场号召力。

持续创新发展的山东旅游市场供给体系，为“好客山东”提供源源不断的引客底气。过去几年，山东省委、省政府秉持“万物皆可游、处处是场景”理念，突出市场化、特色化、精品化导向，致力于把旅游产业培育成为彰显文化底蕴、增强文化自信的战略性支柱产业、富民产业和幸福产业。

游客在哪里 宣传到哪里

运营维护“好客山东”品牌，是山东省旅游推广中心的重要职责。作为全省文化旅游资源推广的一个“总出口”，“好客山东”的产品如何精准抵达每一位潜在消费者身边？得益于山东省文化和旅游厅鼎力保障，近几年山东省旅游推广中心系统总结前期经验，始终坚持“游客在哪里，宣传到哪里”的推广思路。

山东省旅游推广中心数字推广部负责人刘珍自2005年参加工作起即负责山东省旅游品牌推广。“那时候网站是主流渠道。山东独辟蹊径，在各省均有的‘旅游政务网’之外建立‘旅游资讯网’，为游客提供更精准的服务内容，走在全国前列。”刘珍说，旅游产品营销推广的特点是变化非常快。网站之后，在线旅游平台兴起，吸引大批旅行爱好者；再后来，微博、抖音等社交媒体成为主流。

“好客山东”能够连续多年保持热度，与运营团队的时代敏感性有很大关系。比如时下，根据专业机构测算，“好客山东”融媒体传播矩阵的总体线上活跃度常年保持全国各省区市前列。“好客山东”全网粉丝量超过1200万，位居全国各省区市旅游品牌推广第一方阵。

永远不缺少新玩法

2023年9月至11月，山东省旅游推广中心在社交媒体策划“爱上山东的千个瞬间”，邀请全国网友发现山东之美，用短视频和直播方式展现“好客山东”的新风采。相关话题推出之后，累计吸引近20万网友参与，各类视频点击量超过6.7亿次。

同样在2023年，山东省旅游推广中心策划“网红打卡地”征集活动，16个地市每季度分别报送10个网红打卡地，再邀请旅行达人、网络大V去踩线。线上推广与线下体验的联动，让“好客山东”在花样翻新的旅游营销领域持续保持热度。

怎样向游客介绍一家景区？“好客山东”每一篇推文出来，不是流水账一样介绍景区多少亩地、有什么设备，而是讲故事，讲游客喜欢听的趣闻。山东省文化和旅游厅相关负责人指出，“好客山东”品牌的推广，接地气才能聚人气，用消费者能听懂的语言，邀请大家来山东。

迟钰争认为，包括“好客山东”在内的区域文化旅游品牌，工作重心不仅在于推介文化旅游资源，而是引领新玩法，为大众提供一个全新的出行视角。

据了解，今年山东将把优质文旅资源、产品继续纳入一体化宣推，突出旅游目的地、爆款单品宣传营销，加强与国内知名在线旅游平台合作，建设文旅营销旗舰店，在新的起点提升“好客山东”品牌影响力。

（编辑 杨珠峰）