

山东 文旅先锋



台儿庄古城旅游集团有限公司 董事长 王玉珏

# 王玉珏：创新传承 助推台儿庄古城文旅融合高质量发展

2014年获评首批“创造未来文化遗产”；2016年获评全国旅游系统先进集体、旅游市场秩序最佳景区；2020年荣获文化和旅游融合发展十大创新项目提名，台儿庄古城文化产业园获批成为“国家级文化产业示范园”。

台儿庄古城十年磨一剑，坚持以创新为核心，向管理要效益，以创新与服务做好文旅融合高质量发展。荣誉与奖章背后，离不开台儿庄古城旅游集团有限公司董事长王玉珏的辛勤付出。

## 核心景区，推动全域旅游发展

历史上的台儿庄是一座商贾云集、文化底蕴深厚、建筑风格独特的秀美古城。一场战争让这座运河古城满目疮痍。2008年，枣庄市委、市政府决定重建台儿庄古城，让这座英雄城市重现繁华，以崭新靓丽面貌迎接八方来客。

“古城作为核心景区，对台儿庄区发展全域旅游、企业共融、全民共享的全域旅游有着积极的推动作用。”王玉珏长年奋斗在文化和旅游行业，这是她的感受。多年来，台儿庄古城景区

发挥龙头企业作用，立足全区旅游发展实际，深入挖掘旅游资源，大力发展全域旅游，积极对外联动，推动区域旅游和服务健康发展。同时，作为台儿庄运河国家湿地公园的核心、古城文化产业园的核心，以深厚的文化积淀、生机勃勃的文创力量，台儿庄古城已经成为京杭大运河畔独具传统文化魅力与创新优势的标志性景区。

王玉珏表示，景区化挑战为机遇，用心注入活力，激发内生动力，始终坚持创新为核心，培育新动力、新动能和新的增长点，全面推动景区创新发展，实现服务升级、内容升级、业态升级、产品升级和收入结构调整，促进文旅融合高质量发展。为了让游客每一次来古城都有全新的体验，景区在演艺项目中注入科技元素，以鲜活细腻的表现力让游客感受传统文化的魅力；夜间灯火辉煌，延长游客停留时间，释放更大效能；确立“用品牌引领发展，做文化和旅游典范”发展之路，实现品牌融入带动旅游创新，满足人民日益增长的美好生活需要，建设“高品质、高品位、高质量”的台儿庄。

## 传承创新，打造古城旅游新格局

多年来，台儿庄古城始终以高度的文化自信、文化自觉致力于中华优秀传统文化保护、传承与利用，精心打造具有高水平、有国际影响力的“运河文化+旅游”活动，发挥文化和旅游方面的双重优势，做足特色文章，推动文旅融合，放大品牌效应。

为传承非遗文化，做好“非遗+景区”文章，努力实现非遗文化创新，让文化和旅游新业态绽放光彩。景区对柳琴戏、运河大鼓、鲁南花鼓、鲁南皮影戏等非物质文化遗产进行了挖掘、还原，并通过各类文化展演和主题活动，进行非物质文化遗产展示、传承。威风锣鼓、山东快书、乾隆巡游台儿庄“万家乡小姐绣球”以及夜幕下的火龙钢花、鱼灯舞、爬杆龙、鲁南皮影戏等20多项常态演艺，全天不间断在古城内不同景点上演，游客穿梭在大街小巷，在一步一景之中感受浓浓文化氛围。

近年来，台儿庄古城以夜游为突破点，打造以古城为核心的夜经济消费圈，走出一条具有台儿庄地方特色的夜经济发展之路。此外，融合现代

时尚元素，增加光影秀、城墙亮化等，结合水乡特色，借助动感光影等现代化科技，丰富游客体验，延长停留时间，使景区人气持续升温，不断激活古城经济活力。

“台儿庄融南汇北、中西合璧，集运河文化和历史文化，融齐鲁豪情和江南韵致，还有深厚的鲁南民俗文化，为夜游经济等业态汇聚之地，‘红色+绿色’有效融合共生，使景区展现新魅力。”王玉珏表示，文化元素、美丽夜景的有效融合，使古城品牌影响力美誉度不断提升。截止到目前，景区游客量已经达到2019年同期水平，2021年4月同比增长了12.6%，营业收入、旅游综合指标均稳健恢复增长。清明期间，景区共接待游客17.06万人次。

## 精细发展，台儿庄古城文旅综合体

近日，山东省精品旅游促进会一届四次会员大会上，台儿庄古城旅游集团被评为“山东省精品旅游新旧动能转换优秀案例”。台儿庄古城正乘风破浪扬帆远航。

在王玉珏看来，台儿庄古城10年

腾飞，得益于旅游集团“优化、升级、创新、赋能”的发展思路，赋予景区转型升级的全新“自愈力”。在品牌创新、供给结构创新、文旅融合创新、旅游产品创新、业态创新、营销创新、科技创新等方面，以创新创造激发“转换力”，吐故纳新，与时俱进，走上高质量发展之路，做好做精区域文化和旅游产业。

王玉珏说，未来，台儿庄古城一如既往地抓住大运河国家文化公园建设的历史机遇，以创新创造为动力，以转换为抓手，传承中华优秀传统文化；积极融入构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局；以枣庄市“工业强市、产业兴市”三年攻坚突破行动精神，助力文化和旅游产业内涵式发展和高质量发展，以此做精做强文化和旅游产业，使其成为中国大运河文化带独具魅力的文化和旅游综合体、中华优秀传统文化传承基地、国家级旅游度假区，实实在在地向国际知名休闲旅游目的地迈进；要全面加强全产业链营销为推进，扩大景区二次消费，打造文化和旅游发展新优势，以营销为外力，互相促进、协同发展。（及美芳 时培京）

## 信息速递

### 聊城水上古城旅游项目5月亮相

近日，由聊城市力方文旅有限公司主办、聊城市旅游发展集团承办的聊城水上市上古城旅游项目新闻发布会暨旅游产品推介会在济南举行，项目将于5月亮相。推介会旨在

进一步推进聊城快速融入山东省会经济圈，助推一体化发展，重点介绍和展现聊城水上古城项目升级转型后的有关情况和看点、亮点。（李强）

### “游读济宁 体验圣地”济宁旅游合作对接会走进安徽

4月26日至29日，“游读济宁 体验圣地”济宁旅游合作对接会先后在安徽亳州、宿州、淮北举行。

近年来，济宁市整合优质文化和旅游资源，创新推出了“拜圣习儒”“运河访古”

“圣地研学”“走进水浒”“湖上泛舟”“儒乡农耕”六大体验性游览活动，“文化圣地体验游”“国学经典研学游”“运河微山湖休闲游”“儒乡民俗生态游”已成为游客青睐的主题旅游线路。（郑艳艳 张曼 刘峻孜）

### 威海千里山海自驾旅游公路5月1日“上线”

为充分挖掘和有效整合威海市旅游资源，服务加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，威海市历时两年策划了“威海千里山海自驾旅游公路”，打造“千里山海·自在威海”自驾游品牌，该

项目于5月1日正式启动。千里山海自驾旅游公路总长度1001公里，其中主线长501公里，支线长500公里，串联起威海市90%以上的景区（点）和宾馆酒店、房车营地、特色民宿等。（黎晓倩）

### 德州部署“五一”假日文旅市场安全工作

为确保假日旅游市场安全平稳有序，山东省德州日前召开“五一”假日文化和旅游市场安全生产工作部署会议。会议要求各级各有关部门要加强应

急值守，严格落实领导带班查岗、24小时值班制度和信息报告制度，及时掌握安全生产和疫情防控动态，保障人民群众生命财产安全。（祁迪 李晶晶）

### “陪着妈妈游邹城”活动将办

日前，邹城市宣布将推出“陪着妈妈游邹城”系列活动。5月12日至14日，孟庙孟府、峰山风景区、上九山村、康王谷花世界面向所有女性免费，所有免费政策仅限首道门票（康王谷花世界

不含夜场）。同时，通过全面整合历史文化景区和邹东生态景区文化、民俗、生态旅游资源，主推“爱邹城·爱母亲”主题线路。（郑艳艳 刘娜）

## 图片故事



### 嘉祥县“五个一百”活动 为百姓奉献文化大餐

2021年，山东嘉祥县文化和旅游局为使全县文化和旅游工作创实绩、开新局、起好步，精心策划了“百部红色经典诵读”“百场红色电影放映”“百台精品大戏展演”“百次红色课堂宣讲”“百场文旅惠民”等“五个一百”系列活动，为百姓献上“文化大餐”，喜迎中国共产党成立100周年。（文/张令伟 图/阮晓丹）

## 尧舜牡丹新产品丰富游客购物体验

“唯有牡丹真国色”，4月8日上午，“2021世界牡丹大会”在“中国牡丹之都”山东菏泽开幕。由菏泽市牡丹区政府和菏泽尧舜牡丹生物科技有限公司承办的大会分论坛之一“牡丹产业平台化品牌发展高峰论坛”也于当天下午举行。

菏泽尧舜牡丹生物科技有限公司创立于2011年，是牡丹产业化的倡导者及整合者。2020年1月，山东舜世控股集团正式入主菏泽尧舜牡丹生物科技有限公司，进行了新的发展探索和变革，并于2021年4月组建了尧舜牡丹健康科技集团和尧舜牡丹商学院。

“牡丹全身都是宝”，牡丹花瓣可以提取牡丹鲜花精油的原料，牡丹花蕊茶可饮，牡丹根也称为“丹皮”，是中药材材，牡丹籽提取牡丹籽油。尧舜牡丹目前业务分为健康、美丽和文创三大板块，此次与多家科研机构合作，推出2021年全新系列产品，并重点发布了品牌“国色坊”和“大唐雍容”，产品包括护肤、美妆、牡丹籽油系列。“国色坊”品牌形象以“牡丹仙子”为主要IP和文化母题，表现形式年轻时尚，是传统与现代的融合。（本纪）

## 沂蒙山世界地质公园揭牌仪式暨公园建设与发展研讨会举行

4月26日至28日，沂蒙山世界地质公园揭牌仪式暨世界地质公园建设与发展研讨会举行。此次活动主题为“走进沂蒙山世界地质公园，领略沂蒙山亿年地质魅力”，旨在提升

世界地质公园保护管理水平，全面展示大美沂蒙山风采。（高要雯）

## 火爆的“公园相亲会”

近日，第十五届济南千佛山庙会相亲大会落幕，几十万人光临，成为泉城一道亮丽的风景线。在千佛山公园北门售票口出现了数百米的长队，千佛山景区一时间话题阅读量达2.2亿次。

在相亲会现场，一排排粉蓝展牌依次悬挂在郁郁葱葱的树木上。今年相亲大会延续了往年的传统，为报名人数制作精美展牌，年龄分为90后、80后、70后、70前，方便大家交流。家长们认真地浏览着展板上

的信息，有的还专门带了纸和笔，看到觉得合适的，就认真记下信息和联系方式，还有的用手机拍下。小伙子小姑娘们觉得合适的就互加微信。

本届相亲大会活动开始前就已经有超过4000名年轻单身男女报名，报名嘉宾中年龄最小的于2000年出生，相亲人群趋于年轻化。“相亲”不再是羞于表达的话题，很多人在镜头前落落大方，坦然讲述自己的择偶标准以及未来规划。“相亲看眼缘”成为不少人的口头禅，“踏踏

实实过日子”更是必备条件之一。

由于是工作日，很多报名参与的人无法到达相亲会现场，会拜托自己的亲朋好友先来现场“把把关”。一位53岁的大哥带着他妹妹来，他坦言，错过了一次不幸的婚姻，希望通过这次相亲大会再遇到有缘人。

“建议一年不间断分期分批举办这样的相亲会。市民生活要求越来越高，现在的年轻人工作忙，没时间找对象。这是百姓生活中非常具体的一个问题，这种公益性的相亲

大会以及开设相亲角是非常有必要的。”来自济南的王先生说。

本届相亲大会活动现场总人数达到30万人次，相关话题5天综合全网点击量破亿次。受疫情影响，2020年相亲大会改在了七夕节，报名人数达到3000人次。

千佛山公园的工作人员介绍，人们来公园是为了观民俗、看大戏、赏美景、品美食、觅良缘，摊位数量超过往年，相亲会已经举办了15届，每届参与人数越来越多，不少人因相亲会结缘。（刘玉溪）

山东 文旅先锋



梁山水泊寨旅游发展有限公司 党支部书记、总经理 刘成活

# 刘成活：做活水浒文化 力塑“忠义梁山”品牌

家5A级旅游景区是他一直以来孜孜以求的目标。

打造“水泊故里 忠义梁山”文旅品牌 水泊梁山风景区位于鲁西南平原之上，总面积4.6平方公里，由四主峰、七支脉组成，海拔197.9米。近年来，景区围绕挖掘水浒文化旅游资源，依托水浒文化底蕴和独特山体景观，以《水浒传》描述和史料记载为依据，以恢复宋江起义军遗址、遗迹为主线，先后修复建成60余处景点，完成山南山北造水工程，初步形成了粗犷古朴的水浒山寨，烟波浩渺的水泊意境。山上水浒寨、忠义堂、断金亭、黑风亭等景点古朴壮观，山下梁山泊、聚义湖遥相呼应。

刘成活介绍，水泊梁山风景区依托深厚的水浒文化资源优势，深度挖掘水浒文化内涵，编排推出了“好汉迎宾”“英雄大聚会”等一系列水情情景剧；斥资千万元历时两年打造的大型原创舞剧《忠义梁山泊》，成为吸引游客的亮点；带有浓郁水浒民俗特色的山东快书、莲花落、渔鼓、碗碗等活动，还有游客参与性强的练武、射箭、骑马等一系列活动，使游人流连忘返，乘兴而来，尽兴而归。

特别是近年来推出的“水浒故里忠义梁山”品牌，为打造水浒文化旅游核心区、“忠义”文化体验地奠定了基础，也为未来水浒文化的研究、挖掘、开发指明了方向。刘成活说：“把水浒文化与景区建设结合起来，把繁荣文化和开发旅游结合起来，以创建国家5A级旅游景区为目标，大力实施‘水浒文化旅游’带动战略，不断创新，加快推动转型升级，全面优化旅游环境秩序。相信未来几年，水泊梁山和水浒文化将更具魅力。”

### “内外兼修”景区成旅游旺地

在2009年之前，水泊梁山风景区景点少、设施不完善等，与游客期望的水浒寨形象相距太远，当时的问题主要集中在如何解决景区体量小、游客停留时间短、参与性不强等方面。

了解症结所在，便可对症下药。刘成活在全国范围内招聘特聘演员和武术表演人员，组建了30多人的好汉艺术团，精心策划编排了“好汉迎宾”“燕青打擂”“杨志卖刀”“真假李逵”“英雄大聚会”“好汉菊花会”“扈三娘比武招亲”“醉打蒋门神”等一批水浒情景剧。这情景剧的推出，让景区旅游一下子热起来，梁山“活”了。景区

还高标准打造了一处集声、光、电于一体，可容纳千人的水浒剧场，历时两年打造大型原创水浒舞台剧《忠义梁山泊》，为游客奉上了一场原汁原味的“水浒大餐”。

在搞活景区的同时，刘成活还带领公司职工积极完善景区配套设施，修建了占地2000余平方米的宋江广场，完善了一关广场、游步道、星级旅游厕所和引导标识系统等；新建、改建了3处高标准旅游厕所，硬化铺砌了2000余米的景区游步道，对忠义堂栈道、瞭望哨、号令台进行了拆除新建；建设了景区视频监控中心、景区无线网络实现重点覆盖，使景区的服务品质得到了大幅度的提升。

在宣传营销方面，景区公开招聘了一批优秀的营销人才，组建营销队伍，分赴青岛、济南、北京、河南等重要客源市场开拓，与1000多家旅行社建立了长效合作机制，主动与聊城、阳谷、东平联合打造“水浒之旅”品牌，积极进行济宁二日游、三日游产品开发；紧紧结合互联网发展趋势，开通了景区官方网站、新浪官方微博、微信公众号、抖音短视频号，及时更新景区动态及信息。借助水浒文化资源优

势，以水浒文化体验为背景，以学生群体特点为导向，将水浒文化与现代教育实践活动相结合，景区推出了一批有文化内涵且参与性、互动性强的研学产品。

近年来，水泊梁山风景区先后迎来上海、河南、青岛、泰安等地大型旅行团队和研学团队，感受水泊梁山的独特魅力，体验水浒文化。上梁山做好汉”“武术”“大义”这些标签越来越具有吸引力，来自国外的团队也日益增多，景区先后接待韩国、日本等研学团队几十余次，景区也是全市研学旅游示范基地。

### 整合资源增强“水浒故里”吸引力

谈到2021年景区的发展，刘成活表示，将采取多视角形象宣传和系列化促销推广的方式，借助网络、视频等，强力推介“水浒故里 忠义梁山”旅游品牌；重点打造春游梁山系列活动，借助资源优势，有针对性开展符合景区特点的活动，坚持以大节做影响、小节做市场的原则，推出节日市场促销活动。加强产品组合，以促销的方式与市场深度结合；全力营造庆祝中国共产党成立100周年和世界旅游日的浓厚氛围，以红色旅游为抓手，融入体

验；加速与微山湖、金乡羊山等产品的组合，利用“水浒故里”“文化济宁”品牌优势，加速推进与黄河经济区的旅游融合。

刘成活认为，2021年周边游将成为市场主力军，要“通过互联网有效整合线下资源”，而不是“延续线下思维整合互联网”。要深挖周边市场，与周边地市合作建立旅行社合作，借助“水浒故里”和“文化济宁”品牌影响力，完善周边景区联动机制，形成营销合力，共同培育旅游市场。

刘成活认识到，为“水浒”注入时代精神，塑造梁山旅游核心优势的重要价值。他按照“固强练魂”的要求，创造性提出以“红帆领航忠义之旅”品牌为抓手，以打造国家5A级旅游景区为目标，以项目建设和产品创新为动力，全面启动“党建+旅游”模式。“梁山+”的区域合作覆盖100多个优质景区、2000多家旅行社。在刘成活带领下，景区接待游客人次、旅游收入连续多年保持30%以上增幅，展现出更多激情与活力，承载更多责任与担当，向争创国家5A级旅游景区阔步前行。（刘玉溪）