



台儿庄古城

高质量供给 激发文化和旅游消费潜力

“唱古城，唱改革，唱出我们喜事多。唱出旅游大发展，唱出我们新亮点……强品牌，强文化，资源整合成效大。提升服务强管理，做优品牌硬道理。抓品质，细服务，提高品牌知名度……”台儿庄古城将传统说唱艺术快板创新融入红色研学旅行讲解和推介展示表演中，提升游客文化和旅游体验度，延展文化和旅游消费潜力，又唱出了台儿庄古城的新亮点以及“强品牌、强文化、抓品质、细服务”的定位和追求。

2019年十一假期，台儿庄古城红色主题活动精彩上演，前来游玩的游客络绎不绝，景区红旗飘飘，营造了喜气祥和的节日氛围，据统计，共接待游客51.2万人次。

丰富产品供给

近年来，台儿庄古城不断推动景区设施设备更新换代、产品创新和项目升级，培育出了一批高品质旅游景点、重点线路，优化游览路线和方式，扩展了游览空间，强化智慧景区建设，顺应时代的要求，顺应消费者的需要，通过这些措施激发文化和旅游消费潜力。

台儿庄古城整合周边旅游资源，成立了大数据公司，打造出“一部两中心四板块”旅游服务体系，实现了“一部手机管古城、一部手机游台儿庄”的旅游生态，景区细节服务得到完善，给游客带来了便捷，向科技要“看不见的空间”，拓展台儿庄文旅空间。

发展夜间经济

台儿庄古城积极探索发展文化和旅游消费“夜经济”，将运河文化、区域文化、美丽夜景及民俗演绎等有机结合，打造夜间消费“文化IP”，如中秋花灯会、消夏音乐会、火龙钢花、鲁南皮影戏、网红萨克斯等主题鲜明的夜文化休闲活动，极大增强了景区体验内涵。

“台儿庄古城通过实施夜景亮化提升工程，打造了特色水上夜游街区，精心推出‘话魅力运河、寻抗战记忆、赏文化非遗、品盛世美景’为主题的文化夜游项目，不断满足市民和游客多元化的消费需求。”台儿庄古城旅游集团副总经理黄晓莉表示。

据统计，截至今年9月，台儿庄古城共接待游客530余万人次，其中夜间游客占62.3%，夜间旅游消费同比增长19.8%。

完善门票降免机制

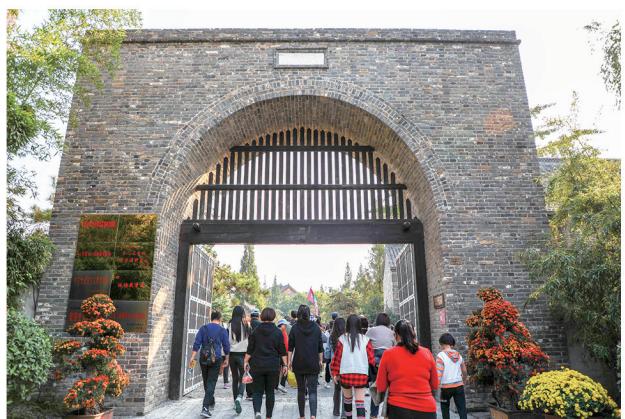
近年来，台儿庄古城景区一直致力于门票价格的改革探索、实施与落实，门票优惠及免票的价格改革初步完成，现已形成适合景区持续发展的门票机制体系。

台儿庄古城已推出全国18周岁（含）以下青少年、全国全日制在校大学生免门票免费政策，七大全域旅游景区“一卡通”和“一票通”优惠政策，进一步激活了全域旅游市场，实现了“古城”旅游向“台儿庄”旅游转变，由单一“景区旅游”向“全域旅游”转变。

景区门票的价格改革，对促进台儿庄区全域旅游的优化升级起到了积极的引领带动作用，是贯彻落实国务院“降低重点国有景区门票价格”决策部署、更好满足人民群众旅游消费需求的重要举措，体现了台儿庄古城作为国有景区的责任意识及社会担当。

多业深度融合

为丰富景区的整体业态，让游客来了有看头、有玩头，台儿庄古城在依托自身优势的基础上，不断探索，寻求创新，在多领



域多业态融合上下足功夫。首先，融汇大战文化、运河文化与鲁南民俗文化，形成了内容丰富、特色鲜明的博物馆文化展示基地。其次，不断推出形式多样、内容新颖的旅游观赏与沉浸式体验活动，形成了台儿庄古城特有的文化演艺品牌，现已成为带动景区发展的独特元素。

再次“梦的礼物”系列文创产品，从游客的精神需求和情感消费的角度出发，将无形的历史文化赋予到有形的创意旅游纪念品之中，为每一位来台儿庄古城的游客打造专属“童话梦”。“梦的礼物”复兴店位于古城复兴广场西南角，是景区客流量的主要集中地，装修风格以北欧风为主调，音乐搭配为北美乡村音乐，是网红打卡的必到之地。鲜明的主题风格与传统文化的碰撞，让文化更具时代特色和吸引力，获得了众多游客喜爱。

与此同时，台儿庄推行“旅游+”战略，发挥旅游业具有渗透力大、融合度高等优势和带动效应，与一二三产业的多领域通过“旅游+”或“+旅游”的模式进行融合发展，形成新的产品和业态，对优化台儿庄古城产业结构产生促进作用，使景区旅游业与体育、文化、养生等相关产业深度融合。



摄影 / 孔闯 侯甜 文 / 张建国 时培京

