

# 吕梁文化旅游信息

2025 年第 14 期

吕梁市文化和旅游局

二〇二五年五月二十六日

## “五一”假日吕梁市各县（市、区） 文旅工作经验交流信息

引言：今年“五一”假日期间，为满足群众多元文旅需求、保障市场平稳有序运行，各县（市、区）文旅局担当作为，在文旅产品供给、市场秩序维护、服务质量提升等方面推出一系列创新举措，取得明显成效。为总结经验、相互学习，进一步提升全市文旅工作整体水平，特对各县（市、区）文旅局“五一”期间工作开展情况进行汇总梳理，形成此经验交流信息，以期为进一步继续做大做强假日经济及文旅工作高质量发展提供有益参考。

### 一、离石区：打造三位一体文旅新模式

离石区积极探索文旅发展新路径，通过资源整合、优化管理、宣传推广等举措，构建起“文化传承、生态休闲、乡

村赋能”三位一体的文旅新模式。假日期间全区接待游客16.58万人次，旅游总收入100.43万元。

**一是整合资源。**以“传统民俗+现代体验”为核心，整合区域内特色资源，王营庄文旅小镇聚焦“巾帼赋能”主题打造四大沉浸式体验区；大东沟露营地推出高空降落伞等特色项目成为年轻群体热门打卡地；归化村、彩家庄开展古村寻宝、田园采摘活动，与王营庄形成“自然野趣+文化探秘”的乡村游闭环。**二是优化管理。**王营庄文旅小镇设立“顾问驻店”制度，严村文化港等景区引入自助导览系统，大东沟露营地增设轻奢帐篷区设施，归化村增设农产品展销区。**三是创新宣传。**王营庄市集融合法律咨询、环保实践等内容，实现“文化+公益”引流；大东沟借助游客社交媒体分享形成裂变传播，带动周边餐饮消费增长；彩家庄通过“古村寻宝”活动，带动特产销售超5万元；联合多部门推出“非遗研学体验券”，联动电商平台上线文旅套餐，实现线上线下流量互导。

## **二、汾阳市：发挥名人引流作用，吸引文化深度游群体**

汾阳市创新文旅发展模式，通过“名人效应+演绎融合”双轮驱动，推动传统文化、非遗体验与景区景点深度融合。假日期间全市重点景区景点接待游客达9.41万人次，太符观、汾酒景区接待游客量分别同比增长36%、353%。

**一是举办丰富多彩活动。**推出“五一黄金周”系列活动，贾家庄景区呈上“汾州宴席”文化宴；太符观以舞狮、锣鼓、地秧歌等非遗民俗互动演出吸睛；田村首届电音节活力开

唱，多样活动丰富游客体验。二是加大宣传推介力度。邀请著名学者蒙曼走进文峰塔、东龙观墓群等古迹，以“名人效应”提升文旅品牌影响力。三是提升景区服务水平。招募培训志愿者提供咨询导引服务，开展景区及周边环境卫生整治，加强交警执勤保障交通顺畅，提升服务水平。四是加强涉旅舆情管控。完善应急预案、强化值班值守，重点监测涉旅舆情，主动回应游客诉求，切实维护游客权益。五是守牢旅游安全底线。聚焦道路交通、特种设备等领域，深入排查整治安全隐患，确保假日旅游行业安全稳定。

### 三、孝义市：“五一”文旅市场交出亮眼答卷

“五一”假日期间，全市共接待游客 73.03 万人次，同比增长 90%；实现旅游综合收入 416.4 万元，同比增长 594%，带动群众增收 52.6 万元，创历史新高。

一是活动丰富多样。依托“一城一河一湖”三大文旅转型项目和 9 个乡村旅游重点村，以“文旅深度融合”为主线，精心策划了“2+6+7”丰富多彩的主题活动。二是深化业态融合。邀请全吕梁非遗汇聚临水，展演临县伞头秧歌、柳林水船秧歌等，与本地皮影戏、木偶戏相结合，为群众上演了一场非遗盛宴，吸引游客超 20 万人次。三是惠民成效显著。整合全市旅游资源，推出多条特色旅游线路。接待西部山河孝义春晖万人团，展现城市文化魅力。创新打造通过“婚俗巴士、糖果巴士、龙凤巴士、电音巴士”四大主题“旅游网红公交”，串联文旅地标。四是提升服务效能。抽调多部门人员组建旅游热线团队，在融媒体中心设“1+2+5”专

线，文化市场执法队同步开通 24 小时服务专线。五一期间，累计处理电话咨询、求助、反馈、举报等 56 件，高效办结 12345 文旅工单 6 件。

#### **四、交城县：假日市场人气旺、消费热、秩序稳**

交城县锚定“安全、秩序、质量、效益”四统一目标，统筹推进活动策划、服务保障和宣传推广，假日文旅市场呈现“人气旺、消费热、秩序稳”的良好局面，共接待游客 34256 人次，实现旅游收入 19.82 万元。

**一是文旅融合，丰富景区业态。**在卦山景区古戏台、半道亭及田家山村推出文艺汇演等系列特色活动。**二是非遗集市，激发消费活力。**举办“非遗集市进乡村”活动，30 余名省、市、县级传承人及农特产品公司参与体验展销。**三是严管严控，筑牢安全防线。**聚焦景区设施、消防、食品卫生等重点领域，开展文旅行业安全隐患排查整治行动，全力保障市场安全有序。

#### **五、文水县：四维举措擦亮“则天故里”品牌**

文水县围绕游客需求精准发力，通过优化产品供给、强化宣传推广、提升服务品质、规范市场秩序等举措，推动文旅市场平稳有序发展。

**一是丰富供给，繁荣文旅市场。**通过打造精品旅游线路、策划多元文旅活动、开展丰富惠民活动，丰富市民游客精神文化生活。**二是精准营销，拓展客源市场。**在太原火车站、太原南站、武宿飞机场投放文旅宣传广告，开展文旅推介活动，持续擦亮“则天故里 故兰家乡”文旅品牌。**三是提质**

**增效，优化游客体验。**完善景区配套设施，推进旅游消费场所提档升级；健全旅游服务评价体系，完善“好差评”制度，及时响应游客反馈。**四是严管严控，规范市场秩序。**紧盯热门景区、游客集散地等重点区域，聚焦旅行社与导游服务两大关键领域，开展文旅领域专项督导，营造安全、有序的旅游环境，切实保障游客合法权益。

## **六、交口县：依托资源优势发展全域旅游**

交口县深入践行习近平总书记关于文旅融合发展的重要论述，以全域旅游发展为目标，依托红色文化、生态禀赋、历史民俗等优势打造特色品牌。

**一是丰富文旅活动供给。**在大麦郊景区举办读书日活动，以书香浸润文旅场景。推出以“三优两区”为主题的摄影艺术展，以文化赋能旅游。**二是织密安全保障网络。**联合多部门对文旅场所开展拉网式安全大检查，确保文旅市场安全稳定。**三是严格执行值班值守和信息报送制度。**实现文旅市场动态实时掌握、突发情况快速响应，为文旅市场平稳运行提供坚实的机制保障。

## **七、石楼县：聚焦核心品牌定位 深化融合发展模式**

石楼县立足“红色文化、黄河生态、非遗民俗”特色资源，通过顶层规划、产品创新与全域营销，实现旅游市场全面复苏，接待游客 5.94 万人次。

**一是强化顶层设计，夯实发展根基。**以“千年古县、青铜之乡、东征胜地、康养山城”为核心定位，深化“红色+文化+生态+乡村”融合发展模式，打造黄河旅游经济带重要

节点。二是**创新产品供给，升级旅游体验**。推出小众旅游精品线路，契合“短途深游”趋势。红军东征纪念馆等红色景点通过情景剧、文物展等形式展现革命历史，接待游客超万人次。举办“晋韵石楼”民俗展演等活动，让传统文化在旅游中焕发新生。三是**创新营销模式，提升品牌影响力**。推出“石楼文旅护照”集章打卡活动，串联6大核心景点，带动消费增长。发起微博话题，阅读量破1000万，短视频播放量超百万。结合打卡活动，通过主流媒体、门户网站、自媒体构建传播矩阵，实现“流量”向“留量”的有效转化。

## 八、中阳县：“乐爽中阳”激活乡村文旅发展动能

中阳县以“乐爽中阳”乡村文化旅游季为抓手，充分发挥文旅融合优势，通过品牌活动升级、特色产品创新、多元宣传推广等举措，取得了明显成效。

一是**坚持品牌引领，实现节庆活动提质升级**。推出“乐爽中阳”乡村文化旅游季，以“一村一特色、一季一主题”整合六大乡村旅游重点村资源，形成多元业态的产品体系。二是**深挖资源优势，打造特色产品体系**。策划生态康养、红色教育、亲子游乐等六大主题产品板块，弓阳村依托自然资源发展康养旅游；车鸣峪深挖三线遗址资源，构建“实景教学+角色扮演”的红色教育新模式；闹泥山庄开发溶洞探险、萌宠互动等亲游乐项目；神圪塔村构建“非遗活化”展示平台，形成“静态展示+动态展演”的文旅融合范例；阳坡村依托“尚养桃园”农旅综合体，打造乡村慢生活样本。阳坡塔社区设计“鹊桥闯关”“月老牵线”等婚恋互动项目。三

是创新宣传推广，构建多元传播矩阵。通过央视合作提升品牌，形成全媒体传播。以“中阳文旅集团”账号为核心，构建新媒体矩阵。以特色活动制造传播热点，通过体育赛事专业传播，多渠道强化品牌曝光。四是优化服务保障，提升游客体验品质。强化部门统筹联动，开通“假日直通车”，组织志愿者提供引导帮扶，开展安全隐患排查，增设临时医疗点，确保突发情况及时响应。

### 九、柳林县：假日文旅市场“供需两旺”

柳林县统筹谋划、精准施策，假日文旅市场实现“文旅融合、供需两旺”的良好态势，共接待游客 33672 人次，实现旅游收入 81760 元。

一是精准服务人才。三交黄河母亲峰景区聚焦高层次人才需求，为省内国内外顶级人才、国家级领军人才等提供专属服务：免费开放刘志丹将军纪念园与电影展览馆，并配备专业讲解；游客乘坐游船、快艇游览黄河时可享 7.5 折优惠，以差异化服务增强景区竞争力。二是发展乡村旅游。冯家沟村五一正式运营，以“看山看水，有情有艺”为主题，举办机器人（熊猫）卡通人偶巡游、话剧《马莲花》演出等多元活动，五一期间接待游客 1.08 万人次，实现旅游收入 50 万元，成为乡村旅游新热点。三是深化文旅融合。柳林县图书馆联合香严寺景区开展“我为群众办实事，流动图书进景区”活动，吸引 2000 余人次参与。

### 十、方山县：多维发力推动文旅市场热度与口碑双提升

方山县以全域旅游为目标，通过强化统筹、创新融合、

精准营销、提质服务等举措，推动文旅市场热度与口碑双提升。

**一是加强组织领导，周密安排部署。**构建县级文旅领导体系与重点工作调度机制，组织多部门开展全域检查，落实景区每日驻点督导，全方位筑牢安全与服务根基。**二是文旅融合创新，打造沉浸式体验。**张家塔推出“欢度劳动节，福到张家塔”主题活动，串联“穿汉服一逛古村一购文创”消费链。同时，编排古装实景剧、开设非遗工坊、举办民谣演出，形成“日游夜演”全时段游览体系。**三是强化宣传营销，拓展客源市场。**联动北武当山、于成龙廉政文化园等景区及乡村旅游点，定制特色精品线路；邀请网络博主直播引流，投放宣传短片，构建线上线下立体传播矩阵。**四是景区提质升级，助力服务保障。**北武当山景区完成智慧票务系统改造，5G网络覆盖率达95%；推出教师资格证免票、“一次购票全年通用”等政策，增强游客获得感与粘性。开展旅游设施全面排查，建立24小时值班与投诉响应机制，确保突发事件快速处置。**五是全域联动发展，激活乡村潜力。**以张家塔村、前东旺坪村等乡村旅游重点村为支点，打造“一村一特色”全域矩阵，推出“洞天福地张家塔”“山水田园庄上村”等品牌项目。

### **十一、岚县：主题文旅活动提振消费升级**

岚县创新文旅融合发展模式，深入挖掘文化旅游资源全县，“五一”期间，岚县白龙山旅游文化提振消费群众民俗活动圆满举办，接待游客12万人次，旅游收入突破2000万

元，实现了“文化引流、消费升级、品牌提升”的预期目标。

**一是消费引擎强劲驱动，文旅融合释放经济活力。**以“康养胜境·美丽龙山”为主题，采用“线上+线下”双轮驱动模式，点燃文旅消费市场热情。省级非遗项目八音与晋剧轮番上演，“诗画龙山”创作采风活动吸引了众多文化爱好者。通过精心规划旅游线路等方式持续加大宣传推介力度，岚县文旅品牌的知名度和美誉度得到显著提升。**二是活动形式多元创新，线上线下联动火爆出圈。**充分利用新媒体平台的传播优势，持续扩大品牌传播声量；精心构建民俗展演、非遗展览等多元活动场景，为游客带来了丰富多彩的文化盛宴。**三是安全保障严密周全，优质环境护航旅游体验。**提前谋划精心部署，通过成立领导小组、制定保障方案等举措，确保活动安全、有序、顺利进行。重点场所加强管控，景区内外协同联动，形成了严密的安全保障网络，为游客打造了一个安全、优质、舒适的旅游环境。

## **十二、兴县：全链条推动文旅市场繁荣**

兴县以“安全、有序、优质、高效、文明”为目标，通过强化顶层设计、创新文旅融合、筑牢安全防线等举措，推动文旅市场平稳繁荣，旅游人次稳步增长。

**一是强化顶层设计，压实责任链条。**成立由主要领导挂帅的工作专班，系统研判市场形势，制定风险防范预案，形成“一级抓一级、层层抓落实”的责任链条。**二是筑牢安全防线，护航文旅市场。**聚焦A级景区、酒店等重点领域，围绕消防、特种设备、食品安全等环节开展专项检查，排查整

改隐患 23 处。三是深化文旅融合，释放消费活力。策划“五一文旅嘉年华”系列活动，接待游客 3.88 万人次，同比增长 26.22%；蔡家崖晋绥文化景区上演《鼓动五一劳动乐章》鼓舞表演，黑茶山四八纪念地推出红色秧歌秀；南山公园举办群众文化展演，吸引超 2 万人次参与，带动消费增长 18%。四是严守值班纪律，提升服务效能。严格执行领导带班和 24 小时值班制，组建应急专班实时监测市场动态，确保突发事件“1 小时响应、3 小时处置”，处理咨询服务 150 余件，游客满意度达 98%。

### 十三、临县：创新举措跑出文旅发展加速度

临县凭借丰富的文化旅游资源，通过一系列创新举措实现文旅市场蓬勃发展，累计接待游客 21.8 万余人次，同比增长 23%；实现旅游综合收入 187 万余元，同比增长 28%。

一是文旅活动精彩纷呈，文化魅力全面绽放。将非遗技艺、历史故事深度融入文旅活动与产品，曲峪镇开阳村、碛口镇高家塔村开展群众文化活动；麒麟山庄每晚推出实景剧《如梦碛口》，吸引 1500 余名观众现场观看。二是多元宣传精准发力，品牌影响持续扩大。构建“线上+线下”立体宣传矩阵，联合“牛牛与老妈”“月岛”等 10 支本地头部短视频团队，拍摄 11 条优质短视频，开展 2 场直播互动，累计吸引线上播放量超 100 万次，带动线下观演游客超 2000 人次。三是服务保障坚实有力，游客体验显著提升。强化旅游市场监管和服务优化双轮驱动，累计出动执法人员 45 人次，对 9 家重点文旅经营场所开展全覆盖检查，排查并整改

安全生产隐患 14 处。在主要景区增设 3 个咨询服务点，为游客提供交通指引、票务咨询、投诉处理等一站式服务 50 余次，营造规范有序、安心舒适的旅游环境。