

# 流量冲击之后，淄博的变与不变

■中国城市报记者 方紫薇

今年“五一”假期的流量达到顶峰后，淄博烧烤余温尚存。选择错峰“进淄赶烤”的游客仍然从全国各地奔赴“好客山东”。

“五一”期间，淄博站客运累计发送旅客超24万人次，较2019年同期增长8.5万人次，旅客到达量约24万人次。近日，淄博市的网红招牌变多了，城区的车流增加了，淄博烧烤的元素无处不在。城市在开门迎客的过程中，也在被流量悄然改变。

近日，记者实地探访淄博，流量冲刷过后，淄博这座老工业城市呈现出怎样的崭新面貌？又有什么特性始终未变？

## 烧烤加时赛：余温仍在改变淄博

假期峰值已过，各地旅游客流回归常态，淄博还在打“加时赛”，持续承接全国“错峰出行”的流量，享受城市品牌出圈的红利。

5月中旬，记者在淄博高铁站看见穿着红背心的志愿者们依然坚守在游客咨询第一线，淄博旅游地图、公交车换乘指南的广告牌布设站内，简洁明晰。

记者打开智慧淄博烧烤服务小程序，里面汇总了烧烤店的位置与信息，还在烧烤地图上用红、橙、绿三色分别标注为“商家火爆”“客流适中”“等待时间短”三种当前等位情况，为游客提供讯息服务。

傍晚的张店区车流如织，出租车司机张师傅在高峰期拉客。谈及近来淄博的变化，他感触颇深地说：“张店区现在天天堵车。我们买东西、吃烧烤会有一些影响，游客很多。”

“五一”过去了，游客数量仍然处于高位，房间基本都是提前半个月订满。”张店区一家宾馆的前台表示，最近烧烤网红店限号，排队比较久，不一定吃得上，普通烧烤店基本没问题。

美团数据显示，今年淄博“五一”住宿预定量较2019年上涨800%。据媒体报道，今年“五一”假期，淄博酒店满房率全国第一，预定量比去年同期增长76倍。

迄今为止，来自天南海北的客人仍在“错峰赶烤”。夜色降临，烤炉腾起炭火气，烤至七八成熟的烧烤滋滋冒油，“一桌一炉一卷饼”带来沉浸式的烧烤体验。傍晚6时许，张店区的吴氏烧烤取号已经到了160多位，客流还在不断增加。“还要再排至少两个半小时。”吴氏烧烤的一名服务员说。

“五花肉1元一串，牛羊肉



游客打卡位于山东淄博齐盛湖公园的网红书店海岱楼钟书阁。人民图片

2元一串，性价比很高。”从北京来的袁女士感慨，这趟旅游最大的体验就是受到了尊重，“我专程来吃，不是追求极致的低价，也不是‘消费降级’，主要是想来体验‘不被宰’的感觉。”

“我想在淄博寻找‘精神家园’，追求现在难得一见的人情味。”来自江苏的大学生李峰认为，比起烧烤本身，他更想体验好客山东。

流量如潮。吹尽狂沙之后的淄博，正在展现它真金的底色。

据了解，淄博市政府倡议让利于客、让路于客、让景于客。市民主动减少周末外出，让游客优先体验烧烤，市民自发组成车队免费接送游客……

“我们的城市被其他城市赶超了好多，我们的城市一直在努力，一直在找突破口。”淄博市文旅局局长宋爱香曾公开表示。

如今，“烧烤经济”正在淄博蓬勃发展，成为拉动淄博市文旅甚至整个第三产业的“破

局点”。数据显示，3月，淄博新增了197家烧烤企业；4月，新增烧烤相关企业170余家。目前，淄博市拥有烧烤相关企业超3000家。

## 流量冲击后 淄博与网红适应共生

八大局便民市场周围是居民区，原本是淄博市民买菜的地方。如今，它经历过升级改造，一跃成为游客口中的“5A级菜市场”。

百度地图发布的《五一景区热门排行榜》显示，4月30日，八大局在全国热门旅游目的地中排名第一，日接待游客超19万人次。

流量来得太快太猛，旧与新的对比显得十分强烈，网红一词正在迅速改造八大局。记者在实地探访中观察到，背后五金、蔬菜、服饰店铺的旧牌子还未撤下，前头就搭了棚子，挂上了新的招牌迎八方来客。此外，网红炒锅饼、网红牛奶棒、

网红紫米饼等品类扎堆出现，趋向同质化，不少店铺打出“网红公平秤”“二十年老店”等标语吸引游客驻足。

“北上广深等大城市的网红店花里胡哨，都迭代了五六代了，八大局的商家对于网红的理解很朴素，感觉还停留在早期。”游客余鱼感慨。

“五一”忙得很，但没人会歇下来。别人挣钱的时候你不挣钱，难受。”张丽在八大局菜市场卖炒锅饼，前些日子忙得脚不沾地。“平时10元—20元就能招到小时工，‘五一’期间得100元才能招到。除此之外，房租也涨了。”

作为附近的住户的张丽切实感受到八大局比以前喧嚣了许多。“最近的人流量和往常过年差不多，晚上11点半才会安静下来。”

烧烤的热潮，盘活的不仅仅是烧烤店，更传导到城市的每一根毛细血管中。在淄博的王府井步行街尽头，记者看见一家服装店门口贴着“欢迎游客进店休息”的标语，城市主人翁的意识已经扎根在淄博。

“自从淄博的烧烤火了，我们本地人都很自豪。”该店店员表示，“烧烤火爆，对本地餐饮业的带动更大。由于来王府井的游客多了，对我们服装行业也有好处，营业额会增加。例如，‘五一’期间天气有点冷，游客就会来买衣服，也有为了爬泰山来选购鞋的。”

微信发布的《2023“五一”游玩井喷数据报告》显示，“五一”期间，淄博旅游业消费额环比4月增长73%，而游客在淄博本地中小商户日均消费金额环比4月增长达到了近40%。

如今，淄博烧烤的品牌已随处可见，成为了淄博市的一张新名片。

或许，对这座中国近代工业发轫地之一，经历过繁华与落寞的老工业城市而言，淄博烧烤腾起的烟火气，也是城市复兴的第一声号角。

## 复兴的星火燃起 如何促进城市发展

淄博烧烤点燃了一座老工业城市复兴的星火。

淄博市统计局近日发布数据显示，根据市级生产总值统一核算结果，一季度全市实现生产总值1057.70亿元，按不变价格计算，同比增长4.7%。其中，限额以上批发、零售、住宿、餐饮业销售额（营业额）分别增长9.5%、15%、16%、25.2%，分别比1—2月份提高4.7个百分点、14.9个百分点、7.2个百分点、19.8个百分点。

为了抓住淄博烧烤这一波流量，淄博市政府充分发挥了政府职能，积极作为、大干快上，一炮打响了淄博的城市品牌。例如，淄博市场监管部门对烧烤店进行专项检查，护航食品安全；公安增派执勤人员，加大巡逻密度，提醒文明就餐；淄博34家A级景区推出“免费开放日”活动，加大景区管理力度，提升游客的体验感和满意度；人社局官微推介个人创业担保贷款、大学生就业体验日等就业政策；共青团淄博市委在火车站安排志愿者，为旅客提供交通、住宿、旅游线路等咨询推介服务……

但是，对于淄博这样的老工业城市，文旅的盘子还是太小，难以领跑城市经济，工业才是立身之本。通过烧烤，淄博市也在向全国证明，政府优异的组织与调度能力既能接得住“流量大考”，也有促进工业建设发展需要的底气、资本与营商环境。

在山东省“十四五”规划中，淄博市作为“省会城市圈”次中心城市，是山东区域中心城市，被赋予探索资源型城市转型“先进制造业强市”的使命。

据报道，淄博工业门类齐全，全国41个工业行业大类中有39个在这里实现了规模化生产，工业体系之完备、配套能力之强劲、产业门类之齐全，在全国地级市中都属少见。

4月26日，淄博市在全省率先推出“分段施工、分期验收”改革，力争让项目早开工早投用；为维护项目建设者的合法权益，淄博市专门围绕生产项目设置了工会组织“项目工会”；在各区县，不少项目都可以享受到“拎包”极速落地的发展好政策……

5月16日，淄博正式发布《关于“聚力头号工程 大抓三个经济”的实施方案》，力争各项工作走到全省前列。据了解，淄博的发展目标是以实施工业经济“头号工程”为统领，统筹制造经济、数字经济、民营经济的有机联系，“三个经济”既自成体系、又相互贯通，坚持一体发力、全面做强。



游客在山东省淄博市八大局便民市场里购买紫米糕。方紫薇摄