

倾力打造文商融合旅游热点门户县域行·盐湖篇

盐湖：文旅深融绘新景 且以诗意共远方

吃在盐湖



美食聚集地——东湖农贸市场



解州往事餐厅

住在盐湖



商务酒店环境舒适



酒店就餐环境温馨



常平云兮故里民宿

本版策划 雷哲侠 文字 董松轩 摄影 同鑫 常奇 冯革才 姜梓 吕向前 贵编 付炎 校对 孙勇 李丹凤

主动承接“跟着悟空游山西”“全国小众旅游城市”等流量，打好“关公”“盐湖”两张王牌，关公故里文化旅游景区人气飙升，千年盐湖变身“城市花园”；运城大盘鸡、鱼加面、北相胡卜、“006号灯杆”等热度持续攀升；第四次全国文物普查新发现文物数量位居全市第一，关王庙、太平兴国寺塔列入全国文物普查经典教材材料；“自然、人文、美食”成为盐湖区的鲜明标签……

去年以来，盐湖区坚持“以文塑旅，以旅彰文”的工作方针，以“旅游发展全域化、旅游供给品质化、旅游治理规范化、旅游效益最大化”为发展目标，聚焦“打造文商融合旅游热点门户”，整合特色资源要素，挖掘特色文化内涵，提升全域旅游品质，聚焦解决好“人气、特色、高端”三大问题，持续以文引流、以旅聚势，以商增值，厚重盐湖出圈出彩。

优化顶层设计 擘画文旅新蓝图

盐湖区厚植历史底蕴，坐拥关公忠义文化、舜帝德孝文化、河东池盐文化三大文化名片，辖内文物古迹星罗棋布，文化遗存富集璀璨。如何将资源优势转化为发展胜势？盐湖区的方案是：以顶层设计为引领，构建全域旅游发展新格局。谋定而后动。近年来，盐湖区立足区位优势和资源禀赋，以创建国家全域旅游示范区为契机，强化顶层设计，注重系统谋划，编制实施了《全域旅游规划》《加快推进创建国家全域旅游示范区的行动方案》等，一体推进“全域旅游、全季游”。

盐湖区精准定位，因地制宜，全力提质增效出新彩，加快文商融合聚势突破。协同推进关公故里文化旅游景区创建国家5A级旅游景区、运城盐湖旅游度假区创建国家级旅游景区，擦亮“关公”“盐湖”金字招牌，倾力打造“关公”“盐湖”双龙头景区。

与此同时，加快打造“南北呼应、业态互补”的旅游格局，实施舜帝德孝文化旅游景区提升改造，引入牵引性文旅项目，点燃城市北部人气和活力；推进乐学天地、运城盐湖·活力山谷建设运营，引领沉浸式、体验式旅游新风尚；在解州谋划建设集文创、文娱、美食于一体的综合商业中心，推广“四菜一汤一饼”地标美食，加大文物保护力度，强化历史文化遗产活化利用，推动文博、文创、文旅产业高质量发展；联动旅行社、线上旅游平台，推出更具创新活力的春游、夏游、秋行、冬季四季旅游产品，用“服务温度”延长“旅游热度”。

文旅产业已成为盐湖区区域经济的重要增长极，2024



七彩盐湖好风光

年盐湖区文旅交出亮眼成绩单：各旅游景区景点共接待游客741.63万人次，同比增长15.7%；旅游收入13760.71万元，同比增长24.4%。

依托资源禀赋 拓展文旅新空间

作为盐湖文旅的“金字招牌”，关公故里文化旅游景区在大力创建国家5A级旅游景区和“游戏热”“古建热”的三重加持下，假期人气爆棚；运城盐湖景区凭借“飞天壶”“打铁花”等非非遗夜游项目火爆出圈；河东池盐文化博览园通过文物展陈、实景演艺《宋韵·南风歌》、将千年盐业史娓娓道来；舜帝德孝文化旅游景区连续举办14届舜帝德孝文化节，让传统文化与现代生活深度链接……

盐湖区厚之于史，胜胜人文。这里人文荟萃，是三国名将关羽、都江堰之父李冰、元代戏曲家关汉卿等名人的故里，文物富集，包括11处“国保”单位在内的重点文物保护单位有150处，各级非物质文化遗产有43个……发展旅游具有得天独厚的资源禀赋与综合优势。

文化是旅游的灵魂。依托深厚的文化底蕴，盐湖区以“文化+”为核心，推动文旅资源创造性转化、创新性发展。

创新文物活化利用。在文物保护上久久为功，既重本来又重未来。先后举办了文物主题展、文物创意设计大赛，推动馆藏文物活化利用；优化博物馆开放服务，开展“盐湖之光”文物巡展，深化文物交流合作；根据游客需求，适时开放盐湖周氏大院、耿家祠堂、中山中学校址等文保单位和太平兴国寺塔、泛舟禅师塔、寨里关帝庙献殿和郭村泰山庙大殿等国保单位；将中山中学校址改造为区文化馆书法绘画免费培训基地；发布“盐湖古建游”线路，推动文、博、文、创联动发展，用古建筑、文物记忆激活文旅新体验。

创新文化惠民活动。扎实开展免费送戏下乡和河东说唱道情潮剧闹秧演出，举办纪念关公诞辰、池盐文化旅游周、“我们的节日·重阳”舜帝德孝文化节等特色主题活动，以文旅活动引人气、聚商气，不断提升影响力。

培育文艺精品力作。以“关公忠义文化”“河东池盐文化”和“舜帝德孝文化”等优秀传统文化为内核，打磨《盐湖典藏》《印象·盐湖》系列丛书，集中展示盐湖的历史文化和非遗传承。策划河东说唱道情《哑姑泉》、表演剧《七彩盐

湖》等文艺作品，推动文艺精品进景区、进节会、进商圈、进街区、进市场，鲜活解读盐湖文化，精心讲好盐湖故事，推动文艺能量转化为高质量发展“增量”。

融合创新“文旅+” 激发消费新潜力

文旅融合，少不了文旅公共服务的加持。盐湖区以游客需求为导向，全面提升旅游服务品质，让“流量”变“留量”。近年来，盐湖区“吃住行游购娱”全链条多业态被深度唤醒，激活：打造以解州羊汤、北相胡卜、百年老梨汤、福源惠糕点等30余种盐湖特色美食为代表的旅游饮食品牌；东湖农贸市场凭信“烟火气”登上抖音热门榜单；丰富住宿类型，打造了“多通·刘范”“条山驿”“黄河人家”等特色品牌，将自然景观与文体验深度融合；持续推进“旅游厕所革命”，累计新建、改建公共厕所100余座，3A级以上景区的3A级旅游厕所达40%；高标准建成解州、虞坂路等专用旅游线路，将九龙山、古盐道、岚山根·运城印象等39处文旅资源有序链接，“城景通、景景通”旅游公路网络体系成效初显。

于保护中深挖历史和生态发展潜能，精心培育新业态是促进文旅经济增长、提升产业效能的重要引擎。盐湖区以厚重的文旅资源为基础，以“旅游+”推动多业态融合发展，拉长旅游产业链，丰富文旅新业态新体验，旅游大环境提档升级，在全区形成全域旅游“全景模式”。

策划“旅游+研学”。深挖关公忠义文化，精心打磨“古建筑知识、关帝庙联匾、关公礼仪文化、关公前世今生封号、关公成语故事演化、关公忠义文化释解”六大类文化类课程，持续完善“初出茅庐、单刀赴会、过关斩将”等趣味类课程，依托旅行社和景区，把关公义学堂推向市场，办出品质。去年，盐湖区策划了七大研学板块41节研学课程，中条旅游廊道研学旅行接待游客1.6万余人次。

融合“文旅+夜市”。加快岚山根·运城印象、忠义街等特色街市的业态融合，丰富场景要素体验，完善夜游、夜购、夜娱等“夜”态谱系，培育文商旅消费热点。打造了柏口窑休闲文化街区，周边发展了“山上见”网红餐厅、“乐奇小镇”游乐场、露营基地等新业态，开工了奥莱游乐场、盐湖欢乐世界等一批优质文旅项目，去年国庆期间，在柏口窑休闲文化街打卡人数超3万余人次，相关视频播放量超10万次。

深化“文旅+康养”。运城盐湖景区爆改成功，开园营



盐湖22号堤线



晋阳运动公园

业，开发出盐湖“五绝”，持续擦亮山西省文旅康养集聚区的金字招牌。

拓展“文旅+活动”。河东池盐文化博览园优化编排了《宋韵·南风歌》，举办了“草坪音乐节”；舜帝德孝文化旅游景区开展“镜湖幻影·梦幻演艺秀”；岚山根·运城印象举办了2024消夏文化旅游节、趣味运动会等活动，各景区打造出了差异化的旅游爆点。

构建宣传矩阵 唱响文旅好声音

去年以来，盐湖文旅紧抓“好运之城·多彩盐湖”各项活动以及春季赏花旅游线路、哪吒、AI变装、董宇辉等热点话题，在抖音和视频号平台大量制作发布短视频，点赞转发量超1.6万，进一步增强了盐湖的知名度和影响力；联合运城购物中心在今年元宵期间开展“盐湖文旅500问”问答活动，为打造文商融合旅游热点门户贡献盐湖力量……

在全球化与信息化交织的当代社会，文旅宣传已成为推动地方经济发展、提升城市形象、吸引游客的重要手段。近年来，盐湖区全面加强全域旅游形象及旅游品牌推广，新旧媒体齐发力，节庆、常态“两手抓”，高水平“引进来”，高质量“走出去”，让“诗与远方”触达更多游客，逐步形成多方联动的全域旅游营销体系。

新旧媒体相结合。在各级媒体平台开展品牌宣传推广，进行目的地营销；利用微博、微信、App客户端、抖音、微电影等多种平台和手段进行创新性营销。

节庆和常态相结合。以关公文化旅游节、舜帝德孝文化节等节庆活动为载体，开展形式多样的节会营销活动；各景区还依托民俗文化，举办消夏惠民、民俗展演、年货节等常态化主题活动，进一步增强该区知名度和游客吸引力。

走出去与引进来相结合。以关公文化旅游节、舜帝德孝文化节等节庆活动为载体，开展形式多样的节会营销活动；各景区还依托民俗文化，举办消夏惠民、民俗展演、年货节等常态化主题活动，进一步增强该区知名度和游客吸引力。

从千年盐池到巍峨关庙，从非遗烟火到智慧服务，盐湖区正以文商融合为笔，书写文旅高质量发展新篇章。未来，该区将紧扣“服务温度”与“文化深度”，持续擦亮“关公故里·多彩盐湖”品牌，为我市打造文商融合旅游热点门户贡献力量。

购在盐湖



巨阳广场夜市



拍丝纺非遗文创



回味多样的运康锅巴



中华老字号福同惠糕点

行在盐湖



高铁进站



运城盐湖国际机场



运城盐湖国际机场开通直飞泰国曼谷航班

娱在盐湖



巨阳广场欢乐多



坐享帆船游盐湖



千人合唱唱颂盛会



一部手机游盐湖“小程序带您玩转“关公故里·多彩盐湖”