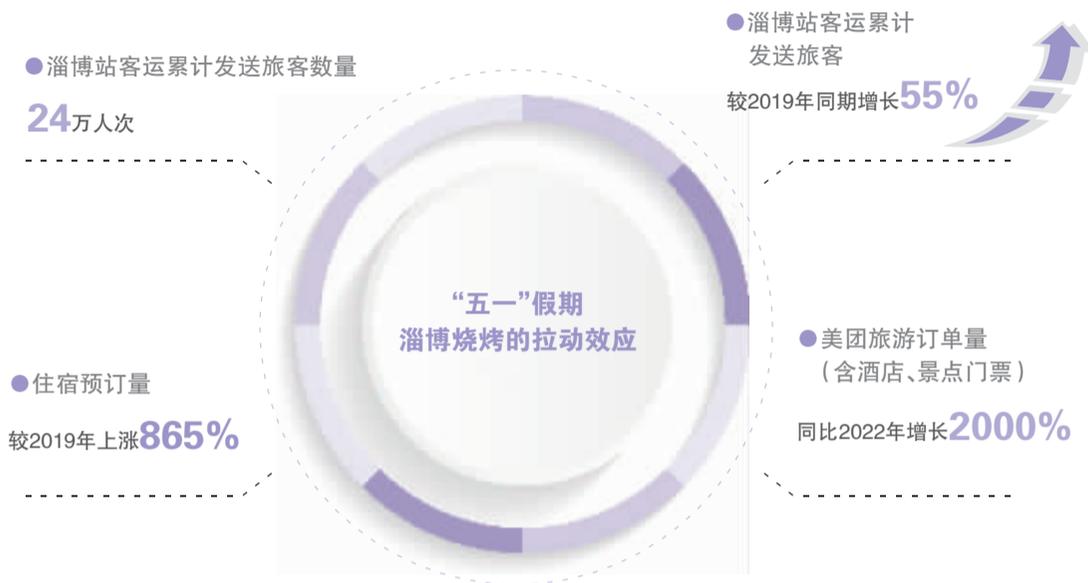


淄博出圈 一个非旅游城市的启示录

“小饼烤炉加蘸料”，如今已经成为抖音、小红书等各大社交媒体上淄博的“代名词”。近一个月以来，“淄博烧烤”的话题不断引爆网络并吸引了全国各地的关注。凭借“烧烤”出圈的淄博，跻身“五一”假期最火旅游城市。据齐鲁晚报报道，“五一”假期淄博站客运发送连创新高，假期累计发送旅客24万人次，较2019年同期增长55%。大量客流涌入也让淄博市酒店爆满，住宿预订量较2019年上涨865%。

“淄博烧烤”受到了“90后、00后”客群的青睐，占比超过八成。同时，好客的淄博人做到了“让景于客”“让路于客”，这也成就了淄博的旅游市场几乎都是外地游客，很好地拉动了当地旅游消费。政府的加持、市民的支持让这座非旅游城市“脱胎换骨”，成为游客所向往的具有烟火气的旅游目的地。



II 回归与拉动：“00后”超50%

没有机场，没有5A级景区，5星级酒店5根手指数得过来……在过去的两个月，淄博这个仅有470万人口的传统工业小城，上演了一场非典型旅游城市出圈记。

淄博到底有多火？“五一”假期期间，在“淄博烧烤”的现象级流量拉动下，山东省酒店预订量较2019年同期增长近3倍，增速位居全国第一。淄博市商务局还在其官方微信发布，根据国内主要住宿网络预订平台综合分析，“五一”期间，淄博市除高青县、沂源县以外，其他区县平台入住酒店已提前预订满房，住宿预订量较2019年上涨865%，增幅位居山东第一。淄博市文旅局还表示，“五一”客流量已超出接待能力。“淄博上次这么热闹，还是在齐国。”

如此可观的数据，也正是年轻人对于“淄博烧烤”的执着：在“五一”假期首日前往淄博旅游的人群中，“90后、00后”年轻群体占比超八成，其中“00后”超五成。

“没想到这帮孩子非常懂事，他们像一群飞走的燕子一样又飞回来了。”马国庆，齐文化博物院院长，“淄博烧烤”火出圈的亲历者。正如被媒体反复

报道的那样，去年5月，山东大学1.2万名学生被转运到淄博隔离。隔离期间，当地为学生提供了餐饮和后勤服务。而最后一餐，当地政府甚至包下了一个区的烧烤店为学生饯行，当时双方约定，待到春暖花开时，再来淄博。

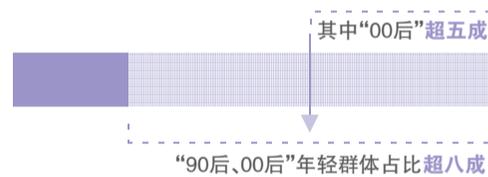
孩子们践行了自己的约定。3月初，“大学生组团到淄博吃烧烤”这一话题点燃了“淄博烧烤”之火，从那时开始，“淄博烧烤”便走向了出圈之路，“活跃”于小红书、抖音、微博等各大社交平台。

据识微商情舆情监测系统，2023年2月1日-4月28日期间，“淄博烧烤”的相关网络信息量超过143.4万条。社交媒体上，在众多博主发布的打卡视频中，凭借着“小饼烤炉加蘸料”，“淄博烧烤”彻底出圈。

利用社交媒体年轻客群的精准定位，是淄博火出圈的第一步。

据千瓜数据发布的《2022年活跃用户画像趋势报告（小红书平台）》，18-24岁用户占比达到46.39%。另据抖音数据，18-24岁年龄段用户高达3.5亿，为占比最高的年龄段。显然，大量年轻用户在社交媒体“种草”，让“淄博烧烤”不断占据流量C位。

“五一”假期首日 前往淄博旅游人群年龄分布



3月淄博游客量与全市人口对比



淄博烧烤市场年收入(网友推算) 与2022年淄博GDP对比



II 管理与疏导：酒店房价涨幅不得超50%

在淄博旅游爆红之后，当地酒店出现价格翻倍上涨的情况一度被推上“风口浪尖”，当不少人以为淄博也将陷入“宰客困局”时，淄博却开启了“坐地降价”模式。

以刚刚过去的“五一”假期为例，从未接待过6位数游客的淄博仅住宿业监管便推出了控一查一罚一等一系列措施。

先是淄博市市场监督管理局发文明确在2023年“五一”假期前后，对宾馆酒店客房价格实行涨价幅度控制措施。按3月1日-31日宾馆酒店各类型客房平均实际成交价格(包含线上、线下所有实际交易结算金额)，上浮超过50%的，按哄抬价格行为予以查处，之后就有游客意外收到酒店退款。

后有“五一”期间，淄博张店区市监局发文，曝光1起价格违法典型案例，一酒店因涨价15倍被立案调查。

淄博不仅在住宿设施、餐饮、交通等方面进行持续的升级，还进一步标准化旅游市场：在高铁站安排了专门的“烧烤志愿者”，无缝对接游客，并为游客设计出了烧烤主题的一日游与两日游线路、定制“淄博烧烤地图”、新增21条烧烤公交专线……在设施设备方面，还将紧邻火车站的方舱改成了青年旅社，并开工建设涝淄河八大局停车场，以缓解淄博八大局市场周边停车难问题。

此前，有不少城市由于大量的游客呈爆发式增长，酒店价格涨幅很大，甚至平时500-600元的经济型酒店价格涨至2000多元；同时，在“五一”假期前夕，“五一民宿现涨价毁约潮”这一话题也频频冲上热搜，引发网友们的热议。没有丰富旅游资源的淄博却仍十分重视自身口碑，这也吸引了不少游客前往如此的重视“情感”、重视体验的城市。