



# 滨州市2026年“文化和自然遗产日”系列活动启幕 鲁北千年文脉邂逅潮流商圈

□晚报记者 郭志华 曹传琪  
通讯员 温明华

晚报讯 6月12日,文脉融商超·非遗兴百业——滨州市2026年“文化和自然遗产日”启动仪式在滨州银座茂举办。

本次活动旨在深挖黄河文化、齐文化本土文脉底蕴,创新“非遗+商超+文旅+消费”全新融合模式,让千年非遗走出文博展馆、走进城市商圈,以文化赋能商业提质,以烟火承载文脉传承,助力品质滨州建设、城市消费提质升级。

启动仪式上,滨州市正式发布“大河之韵滨州印记”黄河文化文物主题游径,依托全市94公里黄河沿线文物资源,打造兼具观赏性、体验性、游玩性的特色文旅线路,进一步盘活滨州黄河文物资源,擦亮黄河文旅城市名片。仪式现场发布全市2026年文化和自然遗产日全域惠民活动概况,全市八县(市、区)全域联动,在文博场馆、非遗阵地、城市商圈多点发力,统筹落地37项文旅惠民专项活动,实现文化



启动仪式上,演员表演山东琴书《反正话》。

服务下沉、惠民政策直达。为夯实非遗传承人梯队,现场举行第七批市级非物质文化遗产代表性传承人授牌仪式;与滨州市非物质文化遗产保护协会、滨州市老字号企业协会、山东滨州银座茂商业管理有限公司三方签订文旅商共建合作协议。现场同步发布滨州非遗惠民消费倡议,号召全民走近非遗、消费非遗、守护非遗,以大众消费赋能非遗产业长效发展。

本次系列活动为期两天,全域划分非遗主舞台、非遗博览市集、非遗手工作坊、非遗美食休闲、文旅商研学科普五大功能区域,特邀山东省艺术研究院打造国家级非遗曲艺专场展演,山东琴书、山东大鼓、快板书、山东快书等精品曲艺轮番登台,以省级专业文艺力量赋能滨城文化供给。消费体验层面,20个非遗精品展位集中展销贝瓷、草柳编、非遗熟食、文创好物等本土特

色产品,商超联动推出双重惠民福利;四大非遗手工作位开放布老虎、拓叶染、传统制香、鲁北传统手扎彩灯沉浸式体验,搭配消费兑换体验双向活动;商圈线上非遗答题研学活动同步上线,以趣味互动普及非遗法规、非遗政策,联动商超福利拉动全域消费;线上依托官方新媒体矩阵开设“文叙非遗·匠忆流年”专栏,深挖匠人故事、非遗文脉,线上引流、线下体验,构建全域传播短

阵。

此次活动,紧扣非遗进商超热门发展趋势,打造“非遗+商业”沉浸式新场景,实现文化氛围与商业氛围双向融合、相互赋能;深度践行文旅+商务融合发展理念,推动文化流量转化为实体经济消费增量,打造文旅商深度融合示范样板;立足非遗+百业创新模式,以非遗文化赋能传统商贸转型升级,拓展非遗市场化发展路径;构建全时段活动体系,融合多元形式,真正实现非遗走进生活、文化赋能消费、全民共享文化成果;线下打造沉浸式商圈非遗体验场景,线上依托全媒体矩阵开展直播、话题造势,持续提升滨州非遗知名度、城市商圈影响力。

下一步,滨州市将持续深耕黄河文化遗产保护传承,常态化推进非遗进商超、进社区、进校园,持续丰富“非遗+”融合业态,让传统文化扎根烟火日常,让本土文脉赋能城市百业兴盛,为品质滨州文旅融合高质量发展注入持久文化动能。



## 足球,让这个夏天“热”起来

□隆卫

这个夏天,滨州足球热度一路飙升,主场票房、直播观看量、话题讨论度连创历史新高。齐鲁足球超级联赛在滨州,已不只是一场场球赛,而是每个普通人都能参与进来场内场外、线上线下的全民狂欢。大家一起摇旗呐喊,整座城市的凝聚力、归属感油然而生。

体育的魅力,在于让人聚起来,让城市活起来,让生活热起来。用足球串联起吃、住、行、游、购、娱的全产业链,“赛事经济”的价值,早已超越了竞技体育本身,不仅转变了滨州人的娱乐消费观念,更成为拉动城市消费的“发动机”。

一场不送票的赛事,点燃了全民激情。从第一场的14567人,到第二场的15966人,再到第三场的17961人;首场比赛上座人数全省排名第四,第二场、第三场升至全省第三位,仅次于烟台、聊城等传统足球球市……这个夏天,很多人第一次走进滨州“鸟巢”,第一次买票现场感受足球的热血沸腾。许多网友坦

言,本来就想去看个热闹,结果赛场中运动员每踢进一个球,掀起的一拨拨人浪,心跳加速。那种“现场感”、“参与感”唤醒了心中的热情。然而说到文体赛事,不少市民存在“宁愿花几百块钱找熟人请客吃饭要票,却不愿花几十块钱买票”的习惯。本次赛事,滨州将票价定在10元、20元、30元三个亲民价位,并坚持一律不送票。十块钱的票价,就能在家门口看一场高质量的比赛。这种“低票价、高人气”的运营逻辑,有效扭转了大家的消费习惯。6月19日,高考后的第一个主场,滨州创新队主场迎战济南队,又恰逢“端午节”“父亲节”,“即将远行的我们,陪老爸再看一场‘我们’的主场”正成为当前滨州人的热门话题,必将再次刷新上座纪录,让城市联赛真正成为以足球为载体的本土文化狂欢,它振兴的不只是足球运动本身,更是足球背后,成为人与人、人与城市之间紧密相连的情感纽带。

一场多赢的“化学反应”,

激活了消费引擎。足球圈最近出了个新词——“赛事经济”。一场比赛下来,商场和地摊生意持续火热。位于滨州“鸟巢”附近的大草原烧烤负责人坦言,比赛一结束,店里就开始上客,顾客明显比平时多出很多。当赛事热度延伸至烧烤店、商场、主题市集等“第二现场”,不仅延长了消费时间,也激活了夜间经济活力。手里的串儿、啤酒、麻辣小龙虾齐上阵,足球不就是生活?比赛搭台,经济唱戏。滨州充分利用赛事平台,拓展“票根经济”,市商务局、市文旅局分别推出多项惠民活动,设立“第二现场”观赛点,拉动消费升级。首场比赛联动全市超110家商户推出“凭球票享优惠”活动,“第二现场”人流量超2万人次,活动带动销售额超60万元。第二场比赛开始推出“聚惠商超”,联合万达广场、吾悦广场、银座茂三大商圈,为持票球迷送上专属吃喝玩乐大礼包,联合优质餐饮企业推出球迷套餐。入驻及周边联动商家达339家,第

二场、第三场比赛分别带动销售额371.62万元、222.88万元。同时,持续推出“滨州票根联盟”,联动全市92家优质商户,凭一张球赛票根可享“观赛+游玩+文旅+美食+住宿”一站式福利。

一场“政媒”的双向奔赴,创新了办赛模式。滨州并非传统足球强市,也没有顶级联赛队伍,赛事如此火爆且持续,出人意料。究其原因,媒体全盘运营模式功不可没。本次赛事,滨州赛区采取全新“政媒”联合运营模式,即政府主导、媒体运营。在市体育局的指导下,市新闻传媒中心(集团)发挥资源整合优势,全方位做好赛事运营工作。在宣传上,赛前预热、赛中直播、赛后复盘,“报、台、网、微、端、屏”全媒体矩阵,放大赛事声量,激发了全民观赛热情。在运营上,滨州赛区是全省第一个获得球队冠名的赛区,滨州本土企业山东创新集团斥资100万元独家签约,对球队运转和赛事举办起到了至关重要的托底作用。在创新集团

的引领下,无棣丰源盐化、博兴香驰粮油、阳信铭匠体育、山东科宇新能源等企业纷纷跟进,出资20万元至10万元不等,成为赛事赞助企业。企业倾囊出资,赛事方也精心回馈,通过媒体包装宣传、场地广告等多种方式助力企业打造品牌、提升影响力。其中,球队冠名签约后,市新闻传媒中心(集团)全媒体发布的《山东创新集团:九大绿色工厂筑炉炼就传统工业绿色转型“中国样本”》一篇报道被广泛转发,当即为企业赢得一笔欧洲订单,成为赛事与企业双向奔赴、共同成就的一段佳话,真正实现了社会化、市场化办赛。

办一场赛、热一座城、活一方经济。当一张球票,串联起几万名市民、几十家企业、几百家商户。当一场球赛,点燃了整座城市的激情与梦想。滨州用一场场赛事狂欢证明:足球,真的撬动了一座城的热情与烟火。