

关于吸引京津居民来冀消费的研究 —— 发挥唐山 “美食 +” 与 “景区 +” 双轮驱动效应的路径研究

周璇, 白佳祺*, 杨天旭

石家庄铁路职业技术学院, 河北 石家庄 050000

DOI:10.61369/IED.2026040002

摘 要 : 在京津冀协同发展与文旅消费持续优化攀升的今天, 唐山凭借 1 小时交通网的地理位置优势, 顺势连接着京津短途微度假、吸引外来消费的重要节点。当前唐山美食、景区等文旅标杆项目游客尚可, 但依然有游客过夜率与人均消费偏低、产品结构失衡、服务配套不足、城市品牌认知固化、区域竞争加剧等问题, 客流转化为持续消费的能量难以持续。

本文以推 — 拉理论、体验经济理论、消费空间生产理论为支撑, 构建 “驱动力 — 承载力 — 转化力” 三维分析框架, 参考文献研究、案例分析、比较研讨等方法, 探究唐山发展现状与深层矛盾, 解释 “美食 +” 与 “景区 +” 双轮驱动的内在逻辑、互补关系及协同机制。

经分析研究可知, 美食与景区可从文化、场景、演艺、夜游、赛事等多角度互帮互助, 通过产品、营销、服务、数据一体化整合实现协同增效。据此, 本文从产品升级、服务优化、营销创新、机制保障四个方面整合出切实可行的实施方案, 并分近期、中期、远期制定阶段性发展目标与政策建议。研究认为, 深耕 “美食 + 景区” 差异化发展模式, 可以填补唐山文旅发展过程中的不足, 推动客源从 “流量” 转向 “留量” 与 “消费量”, 助力唐山重塑城市品牌、实现产业转型, 同时可为环京津同类城市承接消费外溢提供可复制的实践范式。

关 键 词 : 京津冀协同发展; 唐山; 美食 +; 景区 +; 双轮驱动; 文旅消费; 短途度假

Research on Attracting Beijing-Tianjin Residents to Consume in Hebei— A Path Study on Leveraging the Dual-Wheel Drive Effect of Tangshan's "Food +" and "Scenic Spot +" Strategies

Zhou Xuan, Bai Jiaqi*, Yang Tianxu

Shijiazhuang Institute of Railway Technology, Shijiazhuang, Hebei 050000

Abstract : Amidst the coordinated development of the Beijing-Tianjin-Hebei region and the continuous optimization and growth of cultural and tourism consumption, Tangshan, with its advantageous geographical location within a one-hour transportation network, serves as a crucial node connecting Beijing and Tianjin for short-distance micro-vacations and attracting external consumption. Currently, Tangshan's flagship cultural and tourism projects, such as its culinary scene and scenic spots, are moderately visited. However, challenges persist, including low overnight stay rates and per capita spending among tourists, an imbalanced product structure, inadequate service facilities, a rigid perception of the city's brand, and intensified regional competition, making it difficult to sustainably convert tourist flow into continuous consumption.

This paper, supported by push-pull theory, experience economy theory, and consumption space production theory, constructs a three-dimensional analytical framework of "driving force – carrying capacity – conversion capacity." By employing literature review, case studies, and comparative discussions, it explores Tangshan's current development status and underlying contradictions, explaining the internal logic, complementary relationship, and synergistic mechanism of the dual-wheel drive of "Food +" and "Scenic Spot +"

Through analysis, it is found that food and scenic spots can mutually support each other from multiple perspectives, including culture, scenes, performances, night tourism, and events, achieving synergistic enhancement through integrated product, marketing, service, and data integration. Based on this, the paper proposes a practical implementation plan from four aspects: product upgrading, service

optimization, marketing innovation, and mechanism guarantee, and formulates phased development goals and policy recommendations for the short, medium, and long term. The study suggests that delving into the differentiated development model of "Food + Scenic Spots" can fill the gaps in Tangshan's cultural and tourism development, drive the shift of tourist sources from "flow" to "retention" and "consumption," assist Tangshan in reshaping its city brand and achieving industrial transformation, and provide a replicable practical paradigm for similar cities around Beijing and Tianjin to undertake consumption spillover.

Keywords : coordinated development of Beijing-Tianjin-Hebei; Tangshan; Food +; Scenic Spot +; dual-wheel drive; cultural and tourism consumption; short-distance vacation

一、绪论

（一）研究背景

依托京津冀协同发展战略，唐山凭借1小时交通圈区位优势，成为承接京津短途休闲度假的重要节点。京津常住人口超3500万，城市休闲、周末出游需求旺盛，河北省将唐山定位为“京津冀滨海微度假目的地”，提出京津来冀旅游人数增长30%以上的发展目标，2026年京津冀消费季更为唐山对接京津客源打通政策渠道。

目前唐山文旅消费已形成良好基础，2025年唐山宴接待游客近500万人次，河头老街接待超800万人次，直接带动当地住宿业同比增长150%。但发展短板同样突出：京津游客多为一日游，过夜率、人均消费偏低，沉浸式体验产品不足；城市品牌仍固化为“工业城市”“地震纪念地”，休闲度假属性认知薄弱。在此背景下，本文提出以“美食+”“景区+”双轮驱动模式，依托美食引流、景区留客，推动文旅消费提质增效，实现客流“留量”“消费量”转化。

（二）研究意义

理论方面，京津冀文旅协同研究大多在宏观政策与单一业态两个方面，本文着眼于美食与景区协同发展方向，从而为地级市文旅融合的多角度发展提供借鉴意义。实践方面，从唐山目前发展状况入手，提出强有力的产品、服务、营销及保障方案，从而为地方文旅部门与经营主体发展添砖加瓦。区域方面，以唐山为导向开展研究，总计归纳方法论，从而助力廊坊、保定、秦皇岛等环京津城市的发展，归纳成可推广的吸引游客模式，环京津区域文旅产业的全面优化做出贡献。

（三）研究内容与方法

本文以唐山如何借助“美食+”“景区+”吸引京津居民消费展开研究，分为研究背景、理论基础、发展现状、驱动逻辑、实施路径与对策建议五个部分。采用文献研究法、案例分析法、比较研究法、政策分析法，对政策法规与学术论文展开钻研，立足唐山宴、河头老街、南湖景区三大旅游成功案例，以该地域同类项目为参照物，交流验血地方政策，推动研究走深走实。

二、概念界定与理论基础

（一）核心概念界定

美食+：着眼于当地特色美食，加入文化、民俗、体验、旅

游等多种形式，开展多样化消费形式，逐步吸引游客的旅游注意力，唐山美食数不胜数，主要有唐山宴、棋子烧饼、大烙馍等非遗食品及“唐乡味道”进景区项目。

景区+：以景区为载体，注入演艺、夜游、研学、赛事、科技等多要素，持续拉长游客停留时间，对其消费潜力保留信心，代表项目有河头老街唐风夜游、南湖光影演艺、多玛乐园科技等。

双轮驱动：推动美食与景区相辅相成，持续互相互助力，美食为景区，景区为美食提供注入吸引力，流量与消费场景，形成“以食促游、以游带食”的良性循环，实现1+1>2的协同效应。

（二）理论基础

本文从三大经典理论说开去：一是推—拉理论，以京津居民舒缓情绪、休闲随心短距离出游的需求为推动力，唐山特色美食、沉浸式场景、让游客感受这座城市的亲和力为核心拉力；二是运用经济理论，突破传统观光模式，打造沉浸式、故事化文旅体验，着力促使游客增强可记忆点；三是消费空间生产理论，把餐饮、景区装扮为文化传播空间，让消费者在旅游的同时增强文化认同感与获得感。

（三）相关研究进展述评

当前，京津冀文旅协同由政策层面逐步走实走深，纵观整个研究历程，对地市级承载京津旅游的分析研究并不多。众多对美食旅游的研究方向大多是非遗保护，美食承载城市标签吸引游客的着力点不够十分关注；让旅客留宿的关键是大力发展夜间经济，文化内涵与商业开发如何找到契合点、进而达到文化认同，当前缺乏对这个方面的研究。

（四）分析框架的构建

本文搭建驱动力—承载力—转化力三维分析框架。驱动力源于京津市场，含有消费意愿、消费能力、出行偏好与城市认知；承载力即唐山本地条件，包括美食链条、景区服务、服务形式与交通情况；转化力是连接供需的纽带，包括销售宣传、政策鼓舞、场景创造力与口碑传播。三大维度相辅相成，齐头并进，是实现客源流转的源泉所在。

三、唐山吸引京津居民消费的现状分析

（一）政策与交通机遇

中央、河北省为持续推动京津冀文旅消费齐发力，连续出台政策。为唐山滨海顺利成为微度假发展提供了契机。今年京津冀消费季公布周末微度假线路与特色名录，唐山特有的多种美食、

景区名列其中。唐山拥有便捷的交通，例如京唐城际、津秦高铁实现京津至唐山 30—58 分钟直达，高速路网四通八达，1 小时交通圈拔地而起，为旅游者提供了便利的交通。

（二）核心发展优势

一是美食资源历史悠久，耐人寻味。棋子烧饼、大饹馇、小山炸糕等地域特有美食兼顾独特味觉意义与历史典故，唐山把上白种小吃收入囊中，让游客尽情体验丰富的美食美味，京津游客在众多游客中占到二分之一，唐山美食可作为吸引外来游客的重要组成部分。二是景区特有的创新力，别样化因素博人眼球。河头老街以唐风沉浸式街区让游客沉浸其中，加入灯光秀、实景剧本杀、非遗展演等新元素，2025 年来唐山旅游的人数超 800 万人次，其中外地人占比极高，对推动当地住宿产业增长贡献了力量。

三是食材提供方面让游客放心。唐山的板栗、水产、乳制品、畜禽产品可以为京津地区提供重要的食品来源，且产品品质卓越，为美食产业发展提供原料保障。四是主动营销策略运用得当，实地深入京津核心进行实景推介，线上运用短视频平台传播景区、美食内容，积极快速提升城市的认可度，亮相于旅游界。

（三）现存突出问题

第一，消费能量级别不够高。一日游的人群占大多数，游客在此过夜、平均消费程度并不高，门票、餐饮的消费占比较高，如购物、娱乐等二次消费较低，中高端住宿产品不够丰富，缺少有些品类。第二，产品结构不够多元化，文旅项目以“两头强、中间弱”形式呈现出来，人们对头部标杆项目比较追捧，中小景区品质存在差异，多数景区大体相仿，美食与景区多停留在表面结合，未实现深度融合。

第三，服务配套存在短板，大交通便捷，但景区周边停车难、内部代步设施不足，数字化服务、便民设施不完善，影响游览体验。第四，区域竞争激烈，天津武清主打购物休闲、保定依托山水资源分流客源，唐山差异化优势未充分发挥。第五，城市品牌认知固化，京津民众仍认为唐山是工业城市、红色纪念地，休闲度假的品牌形象尚未建立，网红项目很难实现长效引流。

（四）问题深层成因

长久以来，唐山以工业为主导，文旅产业起步晚，产业基础、专业人才、运营经验不丰富；文旅资源分属不同部门与县区，全域统筹协调难度大；市场主体实力分化明显，中小文旅企业创新能力薄弱；客源以一次性尝鲜游客为主，产品黏性不足，复购率不高。

四、“美食 +”与“景区 +”双轮驱动的内在逻辑

（一）美食与景区的互补性

美食与景区在功能、时空、人群三大维度高度互补。功能上，美食是游客必要品，景区是吸引游客的内核所在；时空上，美食消费可以在 24 小时拥有，景区主要精力在白天与夜间黄金光阴，组合后可发展为全时段全方位消费场景，可尽情享受服务时间，沉浸其中；人群上，别样多彩的美食可招致更多美食爱好者不断重复购买，景区对爱好观光游客来说更让人流连忘返，双轮驱动对美食爱好者，美景吸引者实现客群互通、客源具有较强的层次性。

（二）“美食 +”赋能路径

文化赋能，因美食背后蕴含着丰富的历史传说、民俗文化，所以美食理所当然成为文化载体；场景赋能，以十足的创新推动美食走进景区、民宿、交通站点等；产业链赋能，融通“田间—加工—消费—伴手礼”全链条，构建完整的消费一体化。

（三）“景区 +”赋能路径

以演艺赋能为游览体验注入情景化发展，让评剧、皮影等非遗文化绽放应有的生命活力；以夜游的形式开展夜宴、夜购、夜宿等夜间系列消费习俗，让夜间经济活力四射；以赛事、会展的形式营造多个客流量高峰期，进而可以更好的吸引游客前来观摩。

（四）双轮协同整合机制

双轮驱动不是随意把二者做加法，要想做优做实，需完成四大一体化：产品一体化，开设美食 + 景区联票、规划出主题游览脉络；营销一体化，统一品牌形象与宣传节奏；服务一体化，互通服务站点，实现一站式服务；数据一体化，搭建游客数据库，以数据指导产品迭代与精准营销。

五、双轮驱动效应的具体实施路径

（一）产品升级路径

搭建多层次，条例清晰的金字塔式的美食浏览体系，底层为大众特色小吃与伴手礼，中层为特色主题宴席，顶层为美食手工体验课程，为不同层次的游客消费提供便利。推动景区不同程度发挥优势，让“一区一主题”落地，每个景区锻造属于自己的特色旅游观赏点以及让非遗产品蔚然成风，结合本地域特色设置“美食 + 景区”线路，把一日游、两日游两种时态推广至游客内心，推行联票、套票优惠政策，让游客有更多的时间玩的尽兴。

（二）服务优化路径

增强旅游地服务功能，位于交通扭转站可设文旅服务中心，开通景区旅游专线，节假日推行停车换乘模式。优化住宿省级服务，打通并开设连锁酒店、打造别具一格的民宿聚集地，打出“住宿 + 餐饮 + 景区”组合拳。提升数字化升级服务，开设“一部手机游唐山”小程序 APP，提供车位查询、线上取号、AR 导览等多样化服务，扫描二维码沉浸观摩美食消费空间。

（三）营销创新路径

引入“官方账号 + 本地达人 + 普通游客”的社交媒体传播模式，将内容激励，有利于扩大口碑的内容发扬开来。瞄准京津市场，在其地点加大宣传，如地铁、高铁、商圈贴发广告，对接企业、社区推出定制旅游产品，常态化举办唐山美食快闪活动。发掘并点明工业文明与烟火美食的别样化气息，给唐山贴上“宝藏唐山”标签。

（四）机制保障路径

建立由政府集中统一管理、市场发挥主导作用的联合模式态势，多部门写作推动检查督促指导工作，组建文旅行业共同体，设立产业发展基金扶持创新项目。综合积极发挥主观能动性使用“票根经济”，凭高铁票、赛事票享受消费优惠，推出消费护照集章兑换福利。搭建服务监督闭环，落实实时评价、快速投诉响应制度。

六、结论与建议

（一）研究结论

第一，唐山具备双轮驱动的坚实基础，政策、交通、头部项目共同形成发展优势，但消费能级、产品结构、服务配套、品牌认知等问题制约发展。第二，美食与景区具备天然互补性，通过多元赋能与一体化整合，能够充分释放协同价值。第三，实现从流量到留量的转变，必须在产品、服务、营销、机制四大维度开展系统性升级。第四，唐山可依托“美食+景区”的差异化路线，在环京津短途度假市场形成独特竞争力，打造区域文旅发展样板。

（二）分阶段政策建议

近期（2026–2027 年）：夯实发展基础，完成非遗美食全覆盖进景区工程，打造三大核心项目联动旅游带，开通专线、推出联票；面向京津开展集中广告投放，举办唐山美食文旅季，发放文旅消费券引流。

中期（2028–2029 年）：扩大产业规模，培育多个全国知名美食 IP，建成高品质度假区，将过夜游占比提升至 30% 以上；打造全季文旅产品，平衡淡旺季客流，推动文旅产业成为经济转型支柱。

远期（2030 年以后）：打造区域标杆，建成京津冀微度假首选地，输出“美食+景区”发展模式，推动唐山完成从工业重镇向休闲生活之城的转型。

（三）研究局限与未来展望

本文部分数据依赖公开资料，未开展大规模实地调研，对县域差异化发展路径分析不足。后续可针对京津游客开展消费调研，细化县域发展方案，建立政策实施动态评估体系，深化环京津城市对比研究。

文旅融合是唐山城市转型的重要抓手，以美食引流、景区留客的双轮驱动模式，能够有效激活京津消费市场。持续深耕特色业态、补齐发展短板、重塑城市品牌，将让唐山真正成为京津居民周末微度假的优选目的地。

参考文献

- [1] 中华人民共和国文化和旅游部. 中国美食旅游发展报告 (2024)[R].2024.
- [2] 河北省文化和旅游厅. 河北省提振消费专项行动实施方案 (2025)[Z].2025.
- [3] 唐山市文化广电和旅游局. 唐山市“十四五”文旅产业发展规划 [Z].2021.
- [4] 王春蕊. 京津冀文旅协同激发消费活力的路径研究 [J]. 河北学刊, 2026 (02):112–118.
- [5] 中国旅游研究院. 国内短途休闲消费趋势报告 (2025)[R].2025.
- [6] 李金玲. 文旅融合视角下“美食+”模式赋能城市消费升级研究 [J]. 商业经济研究, 2025 (10):132–135.
- [7] 张金山. 环京津城市承接消费外溢的区位优势与实践路径 [J]. 旅游学刊, 2024 (08):45–53.
- [8] 唐山市统计局. 2024 年唐山市国民经济和社会发展统计公报 [R].2025.
- [9] 魏永. 唐山宴：饮食文化博物馆赋能文旅消费的实践探索 [J]. 中国餐饮, 2025 (06):56–59.
- [10] 京津冀协同发展领导小组办公室. 京津冀协同发展最新政策汇编 (2024–2026)[Z].2026