

“泉城蜜语·甜蜜经济新观察”系列报道⑦

百泉湖畔的告白气球随风摇曳，天河山的“心洞”见证深情相拥，邢州老街的青石板路镌刻岁月温情……

我市以“泉心泉意·爱在邢台”为核心，打造全龄段、全时段、全关系链适配的甜蜜时光主题线路，让“中国七夕文化之乡”的浪漫基因转化为强大文旅吸引力，吸引着周边省市乃至全国游客纷至沓来。这条甜蜜线路如何破圈？营销推广有何妙招？成效究竟如何？记者采访了我市文化广电和旅游局相关负责人、文旅企业代表，解码邢台的“甜蜜引客”密码。



“甜蜜”破圈引客来 文旅升级谱新篇

记者 高阳 通讯员 陆倩 文/图

文化为核

串珠成链，打造专属浪漫IP

“邢台的甜蜜不是凭空创造，而是植根于千年文化底蕴的自然流露。”市文化广电和旅游局负责人介绍，作为北方婚俗文化重要发源地，邢台西部太行山深处流传着牛郎织女、周公与桃花女的古老传说，百泉鸳鸯水公园的鸳鸯泉、盼生泉等地标天然镌刻着“爱意基因”。

基于这份文化禀赋，邢台将分散的文旅资源聚点成片，精心打造“泉心泉意·爱在邢台”甜蜜时光主题线路，串联起大峡谷、天河山、周公山、鸳鸯泉、盼生泉、飞龙泉、邢州老街、和合门六大特色板块，覆盖从相识、相恋、婚姻、孕育到相守的人生全甜蜜周期。

“我们不只是简单串联景点，而是构建了‘恋、购、影、宴、住、游、娱’七位一体的全链条产业生态。”市文化广电和旅游局相关负责人介绍，通过成立甜蜜经济联合会，我市系统性培育“甜蜜+”新业态，让游客在邢台能一站式满足婚恋度假、婚拍蜜月、情感体验等多元需求。

为让文化可感可触，我市还深度挖掘本土IP，包装唐代音乐家李龟年“文旅情歌王子”形象，推出“大唐乐圣带你唱情歌”等特色活动，让传统文化在互动体验中焕发新生。

创新为翼

多维营销，引爆全域传播热度

“好酒也怕巷子深，甜蜜线路的推广需要精准施策、多渠道发力。”邢襄1979创意小镇创业者卢女士对此深有感触，她的婚庆主题门店因线路带动，客流和营收均实现大幅增长。邢台的营销推广，正以创新思维构建起全方位传播矩阵。

在活动策划上，邢台推出“四季甜蜜计划”，赴京津冀及周边客源地开展专题推介，并邀请文旅大V、情侣博主来邢采风，形成“一生一世、三餐四季”的传播效应。同时，打造“泉城情歌之夜”“云上梯田音乐季”等特色活动，邀请本土名人与知名乐队助阵，让浪漫氛围持续升温。

数字化传播也让甜蜜引力直达人心。我市启动“文旅体验生UGC计划”，鼓励大学生与网友分享爱情打卡经历，发起邢台必去爱情打卡地“最长情告白”等热门话题；设计情侣对章、“囍”饼糕点等13款甜蜜文创产品，通过线上直播间预售优惠门票和套票，让“流量”快速转化为“留量”。

交通配套的升级则为游客出行保驾护航。邢台开通全省首条红色旅游专列“抗大号”和“前南峪一大峡谷”直升机观光航线，打通抗大西隧道，打造“泉城骑行”“骑行太行”精品赛道，让“坐着火车游太行”“空中看太行”“自驾游太行”成为新风尚，极大提升了旅游体验。



扫码收藏

成效显著

甜蜜经济成文旅增长新引擎

一系列精准有效的营销举措，让邢台的甜蜜引力持续释放，收获了亮眼的市场反馈。数据显示，目前来邢台旅居、婚拍的外地游客数量明显增多，游客平均停留时长较往年延长约50%，对婚庆、餐饮、旅游等行业的带动作用十分显著。邢襄1979创意小镇内，婚恋消费已带动其他行业消费增长35%。

品牌影响力也实现跨越式提升。近期，“泉心泉意·爱在邢台”百泉鸳鸯水景区文旅融合发展案例，成功入选“文旅好品牌”2025年度景区及博物馆品牌案例；《邢台甜蜜经济：打造文旅商融合新业态》获评“2025企业家博鳌论坛”文化和旅游多业态融合高质量发展创新实践案例，邢台的甜蜜文旅品牌得到全国行业认可。

“以前觉得邢台是工业城市，来了才发现这里山清水秀、浪漫十足，拍婚纱照的同时还能深度游，太值了！”来自北京的游客王女士告诉记者，她通过抖音博主推荐了解到邢台的甜蜜线路，特意和未婚夫来此拍摄蜜月婚纱照。而便捷的交通、实惠的景区套票和酒店折扣，更让他们决定延长行程，好好感受泉城的魅力。

邢台的“甜蜜经济”始终与文明新风同频共振，任泽区孙家庄村的共享婚宴厅、“三限”新规等婚俗改革举措，让“甜”不止于消费，更滋养精神。未来，邢台将持续深化甜蜜主题线路建设，丰富业态供给，让“太行泉城、美丽邢台”成为更多人心中的浪漫目的地。

