

# 端午“宴”，总有一款入你眼

当季风

端午小长假就要到了，对于终日忙碌的人们而言，除了走亲访友，也是一次外出旅游、放松心情的好机会。端午期间，山东各大景区推出了一系列别具特色的端午游主题活动，邀您前来体验。

□朱亚东

## 端午游民俗味儿足

端午节的脚步日益临近，我省各大景区精心“烹饪”节日期间的旅游大餐，具有浓浓的民俗味儿，邀请广大市民参与到活动中来，体验一个具有浓郁传统气息的端午节。

记者从济南九如山瀑布群了解到，假期期间，九如山景区推出“游在九如，爱在身边”端午民俗活动，游客可在景区内插艾草、端午食粽、品免费山珍茶、尝九如山特色美食等，在饱览景区优美自然山水景色的同时，体验我国的传统节日的魅力。据九如山景区市场服务部经理程春霞介绍，凡是在景区滴水崖饭店就餐的

游客，每人可获赠一个由山泉水蒸制的粽子，游客在游玩结束后，均可到检票口领取一把艾草，让游客亲身感受“过端午、插艾草”的民俗气氛。

沂南竹泉村景区筹备了“美味粽子自己包”活动。端午假期，景区将邀请一些民间的包粽子高手现场表演，广大游客可参与其中，学习包粽子的高超技艺；同时，多个民间艺术团体在景区内为游客展现扭秧歌、踩高跷、耍狮子、舞龙、武术、旱船等绝活儿；广大游客还可以到红石寨香山湖乘坐龙舟画舫船，体验荡湖龙舟，悼念诗人屈原。



端午小长假，到九如山登高观瀑是个不错的选择。



西霞口海驴岛鸥鹭蔽日的壮观景象。

## 老少同乐门票优惠

由于今年儿童节恰巧和端午节欢乐相遇，许多景区在做足民俗文章的同时，还卯足劲热推“老少同乐”游，并推出了优惠门票政策来吸引游客。

寿光林海生态博览园推出了“老少同乐采艾祈福”活动，邀请广大游客来林海荡舟采摘赏新荷。今年端午节来林海，可谓既好吃又好玩，游客既可以采摘小樱桃、桑葚、榧梅、无公害有机蔬菜，乘坐惬意竹筏船，荡舟二十里黄金湿地水道，游千亩荷塘，还可以到寿光宁国寺祈福；对广大孩

子们而言，骑马、垂钓、亲近小动物，体验不沉湖、浑水摸鱼，还能体验快乐大闯关。“假期期间，所有儿童(限散客)都可以免收景区门票，优惠力度非常大”，寿光林海生态博览园管理处张正玲告诉记者。

青州泰山和山景区则在精心打造双节欢乐旅程的同时，推出特色文艺演出项目，特邀云南佤族艺术团演员们为游客免费演出佤族舞蹈《摸泥黑》、竹竿舞、树叶独奏、喷火表演等节目，孩子们则能看到景区40多只猕猴表演的猴子

骑车、投篮、跷跷板等节目。

威海西霞口景区精心打造的逐海踏浪、亲近动物的“海滨风情宴”同样令人期待，家长可以和孩子们在西霞口神雕山亲近各种野生动物，在海驴岛参观海鸥们的巢居，观看“鸥鹭蔽日”的壮观场景，享用丰盛的渔家美食，一家人大手牵小手，漫步沙滩，赶海拾趣。据了解，景区对14周岁以下的“家庭游”推出特殊优惠政策，6月1日，14周岁以下儿童可购买优惠票，父母双方持身份证、户口本陪同也可享受优惠。

# 文化与旅游在这里融合

——专访蓬莱八仙过海旅游有限公司董事长李海锋

达人秀场

5月27日，恰逢泉城欧乐堡梦幻世界开业满一个月。在泉城欧乐堡办公区，本报专访了蓬莱八仙过海旅游有限公司董事长、山东省坤河旅游开发有限公司董事长李海锋。黑色Polo衫，粗布圆口布鞋，腕上没有表带，兜里不带手机，细节之处无不透出胶东大汉的质朴。从最新开业的欧乐堡谈起，李海锋讲述了他对旅游和文化的理解。

□贾鹏

## 开门红： 欧乐堡收客22余万人次

泉城欧乐堡梦幻世界自4月26日试营业以来，呈现持续火爆局面，仅五一小长假就接待游客12万人。就目前情况看，来自济南、德州、聊城、滨州、淄博以及河南、河北、北京、天津和山西等地散客和自驾游客占到90%左右，团队游客数量也逐渐攀升。

问到欧乐堡的成功秘诀，李海锋介绍说：“泉城欧乐堡本着吸纳外来、不忘本来、创造未来的设计理念，投资30亿元人民币，打造中西文化合璧的典范之作。为了这个项目，公司先后考察了美国、法国、德国、日本、韩国、马来西亚和新加坡等大型游乐园，引进德国马克、瑞士因特敏、意大利赞培拉等国际一流供应商的游乐设备，打造五星级的主题乐园。”

为了缓解节假日游客高峰

压力，五一期间，欧乐堡适时调整了开园、闭园时间，将闭园时间延长到晚上七点，并且增加了夜场的焰火表演。针对自驾车拥堵的现象，景区临时开放了五个备用停车场，疏散客流，使景区“零堵点”。为了丰富游园体验，景区增加了俄罗斯马戏表演、大型实景马战《成吉思汗》、菲律宾军乐团演出和场面热闹的花车巡游。

## 做品牌： 做旅游就是做文化

谈到坤河旅游在齐河正在建设的第五大项目——齐鲁文化大观园，李海锋介绍说，公司先后请到清华、北大、复旦、同济和天津大学等高校和十几个国家工程院院士参与项目的总体规划和把关，经过两

年多的调查研究，将阿房宫、未央宫、大明宫、铜雀台等大家耳熟能详的古迹进行1:1或者局部复原，倾力打造中国建筑艺术博览园。

李海锋告诉记者，公司始终将旅游文化融入旅游项目的开发、建设、管理、营销全过程，坚持以先进的文化理念设计项目，以丰富的文化内涵塑造项目，以浓厚的文化氛围营销管理项目。具体来说，公司在策划设计项目之初，就紧紧抓住文化与旅游融合这条主线，为项目塑造深厚的文化内涵，赋予各景点高雅的文化品位，提升旅游项目的软实力。

## 促发展： 情系当地百姓

山东省坤河旅游开发有限

公司在2010年斥资8亿元，在齐河开始建造泉城海洋极地世界，从开工到开业仅用了1年半的时间。

据了解，目前在泉城海洋极地世界和泉城欧乐堡梦幻世界就职的员工，多半为齐河当地人。李海锋介绍说，目前已经开业运营的这两个旅游项目为当地创造了解决直接就业岗位6000个，间接解决就业岗位万余个。

在发展旅游的同时，企业情系当地的父老乡亲，让当地百姓都跟着旅游沾光。企业不仅给当地居民建起了安置房，而且帮助其子女解决就业问题，改善了人们的居住条件和生活水平。李海锋在采访中表示：“我们做旅游产业，要做就做典范，要做就做百年品牌。我们走哪儿去干，都要对得起一方水土，都要对得起父老乡亲。”



“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的土壤”是李海锋独到的个人理念，也是公司的发展方针。目前公司打造了三大文化模块：一个是传统文化景区，以蓬莱八仙过海景区和三仙山景区为代表；第二个是海洋文化景区，以蓬莱海洋极地世界和泉城海洋极地世界为代表；第三个则是游乐文化，以蓬莱欧乐堡梦幻世界和泉城欧乐堡梦幻世界为代表。