

平安泰山有三宝 泰玉泰石桃木雕

“平安泰山”旅游商品开发研讨会召开,正式推出“泰山三宝”品牌

4月20日,以“平安泰山”为主题的旅游商品开发研讨会在泰安召开,全国知名旅游商品专家、企业家齐聚一堂,为泰安旅游商品发展出谋划策。会上,“平安泰山有三宝,泰玉、泰石、桃木雕”的品牌形象口号被首次提出,今后,以平安为主题的泰安旅游商品将以更加鲜明的形象亮相。

文/片 本报记者 薛瑞



泰山玉、泰山石、肥城桃木组成“泰山三宝”。



套完全可以捆绑销售。”
泰山三宝需细分档次 适应不同市场需求

“泰山三宝”是平安文化与游客诉求之间的准确结合点,除了旅游商品,“平安泰山”还是集祈福平安、休闲康体、生态度假、文化体验旅游于一体,具有国际影响力的世界著名文化旅游目的地品牌。北京工艺美术院常务副院长陈斌表示,打造旅游目的地的思路是对的,很多地方陷入门票经济怪圈,看完景点就走,对于旅游发展无益。

“我对泰安旅游商品发展的建议是广培训、制规划、推品种、树品牌、用科技、出政策。而且泰山三宝还需要再细分、定位,游客构成有高中低三类,相应的,泰安旅游商品、



以平安元素为切入点 打响“泰山三宝”口号

随着市委、市政府对于旅游业发展的高度重视,旅游业已经成为全市战略性支柱产业和转方式调结构的重要产业。2014年,山东省整合推出全省十大文化旅游目的地品牌,“平安泰山”荣列其中。“登泰山,保平安”,泰安因泰山而得名,寓意“国泰民安”,而以“平安”二字为象征的泰山文化、泰安文化,也得到越来越多游客的认同。

作为旅游业吃、住、行、游、购、娱六要素之一,旅游商品购物是游客到达目的地后必定会做的事情。中国地质大学珠宝学院副教授何雪梅女士介绍,通过调研,测算出来泰游客的平均花费中,旅游购物花费占到16%左右,而这个比例还能有相当大的提升空间。

因此,围绕“平安泰山”文化旅游目的地品牌建设,泰安已经确定以平安文化为切入点,创新包装“泰山三宝”品牌,全面打响“平安泰山有三宝,泰玉、泰石、桃木雕”的品牌形象口号。前有“泰山三美”、“泰安四宝”,而以平安为象征的“泰山三宝”,今后将以更加鲜明的品牌形象、独特的文化内涵全新亮相。

据了解,截至目前,泰安旅游商品生产经营企业已达600多家,开发旅游商品200多个系列,3000多个品种。2012年至2014年,泰山玉作品《泰山印象》、肥城桃木作品《桃趣》和《泰山玉缠枝莲纹葫芦》连续三年荣获全国旅游商品大赛金奖,成功实现“三连冠”,这在参赛的全国所有地级城市中,尚属首例。省旅游局局长于冲表示,泰安推出旅游商品顶层设计,符合发展要求,“而且,泰山玉、泰山石、桃木三件

营销商也该分为高中低三类。”陈斌举例,高档店铺内泰山三宝商品完全可以在工艺品方向发展,也不用担心没有销路。

目前,泰安已连续举办八届全国桃木旅游商品创新设计大赛,桃木商品也多次参加全国性大赛,陈斌基本上见证了整个过程。“肥城桃木参赛的第五年,才终于得到9位评委一致认同,拿到金奖。因为当年的变化是明显的,肥城桃木作品不再只有剑、如意,而是开始做各种造型,可以给全国带来示范作用。”同时陈斌认为,肥城桃木商品目前面临新的瓶颈,即如何再次突破创新。“对此我的建议还是分档次发展。”

泰山玉设计主题 扣紧泰山文化

在研讨会现场,主办方设置了“泰山三宝”泰山玉、泰山石、肥城桃木等精品展示,而其中不乏获得全国性大奖的作品。中国地质大学副教授何雪梅曾多次来到泰安考察泰山玉市场,在她看来,很多泰山玉作品比如腰带扣、手串、戒指等,都可以作为赠送亲友的佳品,质量上乘的泰山玉做成高档珠宝,比国际品牌也毫不逊色。

何雪梅认为,泰山玉作品设计主题应该向泰山主体风情、泰山平安文化、泰山碑刻、泰山神、诗歌意境以及孔子文化等贴近泰安的文化上靠近,在作品造型上,更应该与本地文化结合。“我看到过一些泰山玉作品,比如汶河之光、泰山玉白菜都十分打动人,但也有些像泰山灵犬、沉香狮子、黄釉青花葫芦等,我没感觉到它们的灵性。泰山与灵犬有什么关联么?没有,这些作品的行情也不是很好。”

泰山学院泰山研究院研究员周郢也认为,想要打响泰山玉品牌,应该多在挖掘泰山文化下功夫,碧霞元君、泰山石敢当都是可以充分利用,但目前却尚未得到充分开发的主题。“民间流传北元君南妈祖,妈祖文化在台湾、福建都很流行,碧霞元君作为我们本地题材,却很少出现在旅游商品中。”

何雪梅还建议,泰安应该有关于泰山玉的旅游公司,做活整个产业链条,并把它发展成泰安旅游的一部分。泰山玉的开采、加工,文化全部都可以展示给游客,既可以收门票,还可以出售商品。另外,泰山玉中的金丝玉、金星玉都是近几年才发现,这些特色新品种可以提升泰山玉在整个行业中的地位。

三月三祈福会 数万游客进香



大批香客涌入红门宫、王母池进香祈福。 本报记者 薛瑞 摄

本报泰安4月21日讯(记者 薛瑞) 21日是农历“三月三”,民间俗称王母娘娘寿辰。大批游客从四面八方蜂拥而至,到泰山红门宫、王母池、碧霞祠里进香祈福。在“主战场”王母池,工作人员估计香客人数量肯定已超万人。

21日天气晴好,早上7点左右记者来到红门时,大批市民、游客早已开始登山。红门附近商贩介绍,步行游客在20日晚上就已动身开始上山,晚上11点时道路两旁已经停满私家车和旅游大巴。在小泰山和王母池,排队进香游客一直排出了售票处几十米外,王母池则在清晨4点开门迎客。

“三月三这一天接待的游客总数在22日早上9点才能算出来,但仅仅王母池一处,香客数量估计能达到两三万人。60多名工作人员分成两班,轮流上岗维持秩序,温度太高烤得大家都受不了。”泰山景区工作人员表示,大批游客前往碧霞祠祈福,索道4点20分正式开放,直到下午1点左右,运送压力才开始减小。

20日,泰山景区还联合东岳泰山国际旅行社,在天外村广场举办了“三月三”大型祈福活动,来自临沂的300多名香客前来泰山祈福,并在倡导文明进香的横幅上签下自己的名字。泰山景区祈福游市场经过5年的培育和开发,半径300公里的“环泰山香客圈”基本实现全覆盖。



波光潋滟 彩石溪

现在正值春暖花开踏青时。四月的彩石溪水清景美,桃花盛开,波光潋滟犹如泼墨大写意,为市民提供了周末游玩的好去处。

本报记者 杨思华 摄

微电影《泰山中 桃源里》完成拍摄

展现泰山文化和传统茶艺,计划在十家电视台播出

本报泰安4月21日讯(记者 杨思华) 近日,以展现泰山文化为主题的微电影《泰山中 桃源里》在桃花峪彩石溪完成拍摄。影片时长10分钟左右,拍摄用时3天,后期制作需要3个月时间。制作完成后,将在网络平台、电视台同步播出。

《泰山中 桃源里》的导演孟梦介绍,这是一部展现泰山文化和传统茶艺精神的微电影,主要讲述男主角与同伴来到泰山祈福,闯入泰山桃源仙境,仙女用茶的清淡让男主角领悟了看淡钱财才能回昧人生

美好的哲理,在影片中还将充分体现泰山犹如仙境般的自然风光。

孟梦表示,拍摄该微电影的灵感源于她曾经爬泰山的一次体验,被泰山风光吸引的她,萌生了拍摄一部微电影的想法。“两年前来爬过泰山,觉得泰山像仙境一样,恰好看到云海,给人一种伸手就能摸到天堂的感觉,那时候脑子里就有了这个故事的构思。”孟梦说,下山途中听说了桃花源景区,觉得适合此次微电影的拍摄,经过对红门、天外村、岱庙、南

天门等景区的考察,最终把拍摄地定在桃花源彩石溪。此外,影片也在后石坞、普照寺两地取景。

据了解,孟梦为旅居美国的华人,美国里蒙特大学电影硕士,曾经执导微电影《迟暮》、《不差米》、《扇缘》。此次的微电影由泰山景区联合西安森泽企业文化传播有限公司联合拍摄,制作完成后,主要在国内外电影节参赛,在美国、加拿大电视频道、美国ICN电视台播放,在国内五家网络平台、十家电视台播出。



微电影取景于风景秀美的彩石溪。 本报记者 杨思华 摄