

2013年4月份开业的泰安太阳部落景区如平地一声惊雷，骤然改变了山东省固有的、沉寂的主题公园市场格局，在短短一年的时间内，太阳部落迅速由一匹黑马成长为山东主题公园市场的引领者，让全国旅游界为之哗然。2014年，太阳部落动作更大，二期更震撼、更有文化特色的10个特色项目将陆续接待游客，并对原有的特色项目进行改造提升，这都给游客留下了更多的期许。

新项目巩固太阳部落翘楚地位

诸侯争霸、群雄逐鹿齐鲁大地来形容时下的山东主题乐园市场一点也不为过，山东省15.3万平方公里的区域内投资过5亿的主题乐园将在2014年底达到9家，另外还有十几家小型主题乐园，竞争不可谓不激烈。泰安太阳部落景区总经理孔祥海认为竞争不可怕，关键是练好内功，找准自己的市场特色，坚持走差异化的道路。针对山东省内主题乐园扎堆的现象，孔祥海举了一个很形象的例子，如参加长跑比赛，不管参赛选手有几十人、几百人甚至上千人，只有自己具备前三名的能力和实力，就不怕参赛选手的多寡。太阳部落景区在景区规模、文化特色、独特项目和营销策略方面都在引领市场，随着景区二期项目的陆续开业，太阳部落将完全进入无竞争领域。

巧用文化是动力， 错用文化是累赘

一个景区要想有持续发展的动力，必须有文化作支撑，文化用好了是景区发展的动力，用不好会成为景区发展的绊脚石。

孔祥海认为，游乐项目与当地史前文明完美结合是太阳部落最核心的竞争力。太阳部落不再是传统意义上的主题乐园，是赋予了大汶口史前文明的文化主题公园，实现大汶口文化与时尚现代游乐的完美结合，满足游客游玩体验和文化熏陶双重需求。来自济南的游客马先生对太阳部落设置的体验项目赞不绝口，他说



到：“以前到一些主题乐园游玩，仅仅是参加几个娱乐项目，刺激过后很快就把体验忘得一干二净，来太阳部落不一样啊，女娲补天、盘古狂叫、共工的愤怒等项目让我和家人在玩得过瘾的同时，好好地学习和了解了中国的史前文化，也培养了孩子对史前神话优秀文化的兴趣，没白来啊，孩子说等二期项目开放后继续来玩。”

正是有了史前文化作支撑衍生出各具特色的游玩项目，给景区输送出持续不断的竞争力。

景区二期即将上马的文明之光、远古大战、地心历险、激流勇进和野人谷等项目，继续贯彻文化与游乐结合的模式，这些新项目的建成纳客将进一步丰富景区的旅游内涵，进一步拉大与竞争对手的距离。

有了独特项目的大魔力， 不怕引不来游客

太阳部落景区从建园之初就奉行不跟市场上已经存在的主题乐园搞同质化竞争，遵循高起点、错位竞争的原则，景区主打项目突出全国唯一性，甚至世界唯一性。

景区时空隧道开创了全国景区入园形式的先河，长度世界第一；女娲补天将开天辟地、女娲造人、共工祝融世纪战、撞倒不周山、女娲补天等神话色彩的故事融合在4D球形影院中；即将建成的文明之光项目，游客以漂流的形式通过六个不同的场景感受中国5000年的文明史，重温中国昔日的大国辉煌，畅想中国梦，这个项目将刺激体验、国情

教育融为一体，不仅是中国唯一，也是世界唯一；二期的远古大战是国内首家双球幕影院，由走在世界最前沿的美国环球影视城特效团队倾力打造，另外，二期的地心历险和野人谷都是国内唯一的文化参与项目。

据了解，太阳部落将在开业5年内持续不断建设独特性的参与项目，让景区保持持续竞争力，并在开业5年内提升和改造已有项目，让景区在10年内保持强劲发展势头。

发展目标：景区规模、 游客量进入全国三甲

主题乐园要想在竞争中占据领先地位，大体量的建园规模是必要的，只有这样才会有充足的地方建设不同的参与项目，只有

这样才会让游客玩得舒适、没有压抑感。据了解，太阳部落景区一期占地规模就1000亩，即将开业的二期规模在800亩，另外，为景区的后续发展还预留了2000亩地，而山东省内已开业或者正在建的主题乐园没有超过1000亩的，从企业发展规模来说，太阳部落在山东省内处于遥遥领先的地位。

孔祥海和整个太阳部落管理团队没有把目光仅仅盯在省内，而是把眼光放在全国，太阳部落今年的目标是十个更有竞争力新项目的上马，让2014年景区游客量达到80万到100万人以上，旅游收入在1.5亿以上；争取再过3年的时间，景区游客要达到200万人以上，旅游收入达到5亿元，进入全国主题乐园前3名。

(东方)

第八届春季旅游促销大篷车落幕

贺年会快讯

经过为期12天，山东省9个地市不间断推介，第八届山东省春季旅游促销大篷车在济南站落下帷幕。3月5日，最后一站济南站的推介会在山东新闻大厦举行。

山东省春季旅游促销大篷车是由山东省旅游局支持，济南市旅游局主办，山东嘉华文化国际旅行社、山东“齐之旅”旅游联盟承办，迄今为止

已成功举办八届。大篷车每年都会吸引国内众多知名景区与供应商参与，与旅行社共同搭起旅游交流推介的平台。据了解，本届大篷车覆盖济南市、济宁市、临沂市、青岛市、烟台市、潍坊市、东营市、淄博市、德州市等山东省9个地市，内蒙古赤峰旅游局、贵州黔东南旅游局、云南普洱旅游局、山西太行山大峡谷景区、

江西婺源景区、江西庐山景区、无锡灵山大佛景区、派出精英队伍全程参与。

在活动现场，优质的景区资源、新颖的平台渠道、广泛的宣传吸引了众多当地旅行社的参与，参与大篷车的旅游局及景区也将最优惠的政策带到山东，有合作意向的还会现场签约，实现资源搭配渠道的最佳效果。

业界分析人士指出，相较

于2013年旅游业的“求变”，“回暖”将成为2014年中国旅游业的主题词。山东省春季旅游促销大篷车以其新颖的宣传形式、显著的促销效果受到景区和旅行社的一致认可。在旅游旺季来临之前，大篷车已经将优秀的旅游资源带到了山东人民的家门口，也让“好客山东”的旅游资源走向全国各地，为山东旅游吹响起航的号角。

(西媛)

九顶塔第十届“山歌节”盛大开幕



“山歌好比春江水，对歌声脆鸟啼”。伴着春天的脚步，济南九顶塔中华民俗欢乐园春季重大旅游活动第十届“三月三山歌节”于3月1日盛大开幕。据了解，本届“山歌

节”文艺演出更加精彩纷呈：上百名少数民族姑娘小伙穿着节日盛装，聚会在壮寨、侗寨、苗寨、佤寨等唱情歌、吹芦笙，尽情歌唱生活、歌唱爱情，有迎宾歌，祝酒歌，送宾

歌，语言通俗易懂，生动传神，游客们在景区内领略欣赏到原汁原味的少数民族风情。“山歌节”期间，游客们还可欣赏“山歌节”的重头戏——大型实景剧《刘三姐招亲》。招亲现场有热闹的对山歌、紧张的抛绣球及喜庆的娶亲等精彩环节，有兴致的游客朋友都可以参与其中，与“刘三姐”对唱山歌，与壮族小伙PK山歌，亲身感受迎娶“刘三姐”的喜悦。届时各民族兄弟姐妹与来自四面八方的游客朋友们将共同欢呼祝愿，一起参加一场热闹的壮族、苗族婚礼。

针对初春团队出游较多的情况，“山歌节”还特别推出了培养协作与团队精神的大型广场综艺节目“少数民族趣味运动会”。“三八”妇女节期间，景区每天

招收女八路、女游击队员、女村民参演地道战，让大家真正过把演员瘾。“山歌节”期间，九顶塔重磅推出大型马战实景剧《好汉秦琼》、红色经典参与剧《地道战》、好莱坞场景剧《山洪暴发》等三大实景剧也将每天上演。

据了解，九顶塔“三月三山歌节”自2005年开始已经连续成功举办了九届。“山歌节”的举办，让以原生态民俗村著称的九顶塔成为山东乃至华东华北地区名副其实的“歌乡”。“山歌节”上汇聚景区内的16个中华少数民族村寨村落寨寨摆歌场，姑娘小伙把歌唱，春风伴着歌儿舞，山歌越唱越嘹亮，节目一届比一届更丰富。“三月三山歌节”已成为九顶塔品牌节庆之一，吸引了越来越多的游客。

(朱亚东)

三八节去哪儿 海底后花园

3月8日和9日两天(周六、周日)，青岛海底世界开展“三八节去哪儿海底后花园”主题优惠活动，针对女性游客推出特价门票88元/人(已享受其他优惠政策的除外)。

三八节活动期间，青岛海底世界全天有8场表演，除“梦幻美人鱼”、“人鲨共舞”表演之外，春节新推出国际首创的情景剧“海底后花园”表演将继续上演，精彩纷呈不容错过。

海底情景剧《海底后花园》采用了3D动画技术和真人水下表演虚实结合的表现方式，利用超大高清屏幕把图像以现实的层次、三维空间的状态呈现给观众，再现了美人鱼姐妹们经历千辛万险挽救被污染的海洋，使美丽的“海底后花园”重新恢复生机的故事。3D动画立体展示所带来的震撼效果，超宽高清屏幕所呈现的视觉冲击，激昂澎湃的音乐旋律，让观众感受潜入海底的真实体验。

(东方)