



# “栽”出来的景区，游客用脚投票

## 九如山景区开业十周年，经济效益社会效益均显著

0531-85196613, 85196576  
**旅游第一眼**  
请关注微信公众号:老乔游记  
话题参与通过微信公众号和电话

本报记者 乔昱佳

### 一座“栽”出来的景区

9月9日晚,位于济南市历城区西营镇的九如山景区举行消暑晚会,一下子来了上千游客,大家在四周植被茂密、山势优美的环境中哈啤酒、看演出,享受“暑期最适宜的打开模式”。

为庆祝开业10周年,今年暑期九如山组织消暑晚会,一连搞了5场,场场千人以上。景区的影响力可见一斑,很多游客“用脚投票”,为景区庆生。有的还把帐篷带来,享受拥着36平方公里九如山漫山绿涛入睡的滋味。

2005年接手这片山体时,情况完全不是这样。当年的照片显示,这里还是连片的荒山。新主人接手后,组织常年大规模植树,景区开始蜕变。

十年间,本报记者多次前往景区采访,植被情况每年都有明显变化——树木变密、山体变绿、变青。有时候在“五一”“十一”这样的游客高峰时节,景区总经理、副总经理还在亲自带领职工、村民植树。

今年4月,记者在景区登山木栈道看到,数十人像“挂”在悬崖峭壁上一样,在脚下的方寸之地勤恳挖坑,有的地方没有土,还需要背土上山,一人一次平均背土60斤。这种植树的方式无疑是有一定风险的。实际上不仅春天夏天,九如山人全年植树,冬天也不停歇,用镐头一点一点撬开冻土栽树。

用九如山瀑布群景区总经理刘征的话说,植树对他们来说不是3月12日的应景,而是365天的持之以恒;不只是提供场地、工具呼吁公众植树,而是亲力亲为,只有这样才放心。景区不接受任何社会团体运动式突击植树活动。2017年植树节期间,曾婉拒8000多名小朋友的植树要求。

2005年植树时,目标是平地、缓坡,后来扩展到高岭甚至悬崖。在海拔超过800米、坡度达到60度的方寸之地,挖坑、栽树。

在长期植树中,景区总结出很多有效经验。九如山植树讲究分层种植,高低搭配,结果让山林中的植被更有层次,视觉效果好。据不完全统计,12年间,九如山累计栽树200余万株,森林覆

盖率由当年的18%,提高到97%,成为“北方九寨”“中国最具生态保护意识的景区”。

如今到九如山游览的游客会发现,景区仍安排人每天栽树。用景区董事长刘东胜的话说:“九如山植树已经进入深水区。”目睹变化的各领域专家认为,九如山在森林资源的保护和利用之间,实现经济效益和社会效益之间,走出一条新路,拿出一个可供参考的样本。



▲九如山水

想要的效果,其间还多次拆掉重建,而这还是数年来工匠们每天加班加点的结果。

九如山高端民宿“不二木居”名声在外。建设方面精益求精,木材的选择、木纹的利用,空间的构造,以及木屋内的装饰、氛围营造,都达到相当高的标准。木结构的游客中心为九如山添彩不少,这里功能设施齐全,游客在此可吃、可休、可观、可居,纷纷将其收入镜头发了朋友圈。

在各地旅游景区中,近些年兴起一种“集装箱住宿”,极具个性化。九如山悄悄地落成类似居住设施,记者实地探访发现,其体验更好、创意更新,尤其是对自然环境的充分利用,大大提高了游客的居住体验。

经营方面也靠“养”。2014年8月起,九如山推出一度被人质疑的“终身园主卡”,实行“一次购票,终身免费”。9月10日,刘东胜在一次聊天中介绍,“终身园主卡”已经累计发行将近80万张,对每位“园主”景区都掌握其信息,平时吸引其多次消费,成为九如山打造休闲业态的重要支撑。

近十几年来,济南近郊景区在激烈的市场竞争中发生了巨变,不下数十家大小景区退出了竞争,而像九如山,则依靠并不突出的资源禀赋,一步步彰显自身特色,形成“拳头产品”和不可替代的竞争力,并逐步具有堪比“5A级景区的气质”。客源半径



◀不二木居

好?”“这里这么美!”

在记者看来,九如山现在的美是养出来的。景区除了在植树方面下大力气,设施建设方面也十分用心,开业之初,推出十公里登山木栈道,最大限度地保护植被、山体,自成一风景;这些年又新增设纯木结构的游客中心、“不二木居”风格民宿等;在半山腰打造有一定规模的度假酒店。这些设施项目极大增加了游园舒适感,较好地契合了景区的自然环境,可谓件件精品。

### 一座“养”出来的景区

到过九如山景区的不少游客感慨:“这里的山水品质这么

明显扩大,拿北向来说,河北、北京甚至东北的团队游客都蜂拥而来,景区每天游客盈门。

刘东胜认为山岳型景区属于长线投资,千万急不得,投资者不能急于赚钱回本。他说,因为景区投入大,九如山开业十年来,尽管接待游客量数已百万,但他本人“未从景区拿一分钱回家”,而是每年从其他产业拿钱不断投入,正是因为这样长期的“养”,才有了今天人们看到的九如山。

看了九如山的变化,嘉华旅游董事长张明十分感慨,他说:“九如山景区创业十年高举高打,坚持高标准建设,守住底线原则,坚持做旅游精品,他们的成功绝不是偶然的。”

### 一座“留”出来的景区

九如山人用12年的时间,为社会奉献上了一片“春季生机勃勃,夏季郁郁葱葱,秋季五彩缤纷,冬季绿色依然”的绿色山川,所取得的经济效益、社会效益和生态效益是无法估量的。

与在植树方面十几年如一日的“做加法”相对,在景区一些项目的选择上,则坚持“做减法”。这一点同样坚决。

九如山景区在日常管理方面,坚决维护生态环境,为从根本上杜绝垃圾,杜绝水的污染,所有商贩禁止售卖方便面。另外,为保护水生态,水中只投放两种鱼:草鱼和鲢鱼。草鱼可以吃水中的水草,鲢鱼可以吃水面的浮生物,都利于净化水质。

随着九如山景区在省内旅游景区业界声誉鹊起,刘东胜收到许许多多的建议。譬如,有老板主动提出,要帮助景区建一尊68米的大佛;有人看到家庭客对儿童乐园的需求,建议九如山抓紧上项目,当时南部山区的很多景区都建有类似设施。刘东胜对此坚决抵制。如今,很多项目因为太多,竞争激烈,升级太快被淘汰,让人看了很心疼,证明他当初的远见。

景区上市也是热点话题。最近两年不少机构找来,刘东胜只表示,现在没想干这个事儿,等条件具备再说吧。

“我的经验就是,大家都干的事情一定不要干。”刘东胜说,“我是典型的不听专家,或者说不盲从专家。有一位园林方面的专家来了,热情地给我支招,我说不行啊,你这样就把我这儿弄得跑泉大明湖了,园林的痕迹太浓了!”

欢迎您扫右上角“老乔游记”二维码,就“栽”出来的景区与老乔互动。



双节到来  
赠您  
“出游宝典”

9月26日,一份齐鲁晚报创刊30周年暨十一、中秋“双节”出游宝典,将与广大读者见面。

在之前的10000多个日日夜夜,齐鲁晚报一直与广大读者同行,与您相伴!成为山东省发行量最大、美誉度最高、市场效果最佳的报纸。从1988年1月1日创刊至今,迄今30个年头,齐鲁晚报一直深深扎根于读者、扎根于社会、扎根于各行各业。随着旅游休闲业的兴起,我们及时调

整、推出大众喜闻乐见的传播产品,与千千万万的旅游休闲读者、消费者、企业业合作伙伴、相关业态,共同成长。

今年国庆、中秋“双节”即将临近,又到了广大读者和游客出游的井喷时节,我们在采访中了解到,今年“双节”旅游市场预计将形成供销两旺的火热局面。为给您“双节”出行提供一份有价值的出游指南,同时为展示广大旅游界的风采、节假日

期间推出的旅游新品、新玩法,我们正在策划推出一份齐鲁晚报创刊30周年暨国庆中秋“双节”旅游特刊。

为强化传播效果,这次特刊我们将采取融媒体方式进行推广,在特刊上刊登的内容,同时在齐鲁壹点旅游频道、老乔游记订阅号、齐鲁晚报微博和微信以及齐鲁晚报旅游V联盟范围内进行二次、三次传播。

特刊出版时间定于9月26日(周二),刊载内容包括各类

旅游业态的新闻、攻略、硬广、软文以及专题策划、图文综合等,具有较强的“双节”特色。特刊也是山东及国内外旅游目的地形象的展示窗口。有意合作者请与齐鲁晚报旅游融媒新闻事业部联系。咨询采购电话:0531-85196576 85196613。

出品:旅游融媒新闻事业部  
设计:壹纸工作室  
本版编辑:穆静  
组版:马秀霞