



▲受红叶游拉动,黄沙埠村形成了山货市场。本报记者 王杰 摄

## 农家宴日均卖鸡120只,村民20天卖红薯5万斤 红叶舞动了乡邻红火日子

本报记者 王杰

### 赏叶成果 垛庄收入达2000万元 “红叶效益”凸显出来

按惯例,每年“十一”之后,都是传统旅游淡季,但片片红叶,却使得济南近郊秋季旅游“淡季不淡”。10月中旬,“垛庄第三届红叶节”开幕,20余天时间,赏红叶的游客量达12万;相对于垛庄红叶的年轻,今年是红叶谷举办的第18届“红叶节”。

眼下虽是红叶观赏尾期,但上述两大景区,每天慕名前来的数千名游客无疑印证着红叶的旺盛人气。据统计,“红叶效应”每年为南部山区秋季旅游带来近百万游客的增长量。在红叶遍山的季节,各旅游景区门票收入、宾馆酒店入住和团队接待量都在短时间内猛增,这无疑成为南山等景区大打“红叶牌”的原动力。

“相比其他景区,这里的红叶更加原生态,也更加壮观。”3日上午,领略过垛庄“红山翠谷”的红叶,张女士等游客由衷地感叹,垛庄红叶名不虚传。但谁也想不到,2015年前,这里的红叶资源却鲜有人问津。

2015年,针对漫山红叶的优越自然资源优势,垛庄镇政府推出了五彩山村旅游项目,该项目定位“乡村旅游+扶贫”理念,围绕大山深处十八盘、东车厢、西车厢、小石屋、西里虎5个贫困村,打造“花山、石村、清泉、原野、绿林”为主题的旅游综合载体,共涉及贫困户122户,贫困人口227人。

2016年6月,“五彩山村”乡村旅游项目正式向游客开放,它串联起垛庄镇百丈崖水库、莲华山圣水禅寺、七星台等景区,形成由点及面的乡村旅游发展格局。同年10月,垛庄首届红叶节正式开幕,当天就接待上万游客,垛庄红叶一炮而红。

随着三届红叶节的拉动,垛庄红叶品牌影响逐步扩大。到2018年第三届红叶节期间,接待游客12万人,综合经济收入达2000万元。红叶旅游这块生态品牌呈现出巨大的经济效益和社会效益。

### 乡邻沾光 农家宴日接2000人 “打工仔”回家卖红薯

每天的11点—14点,是马春香一天中最忙活的时刻。尽管已加派人手,可一天四五十桌、上千人的接待量,让“百丈崖人家饭店”的服务员们根本忙不过来。端茶倒水基本靠自助,催上菜要扯开嗓门吼,游客吃饭犹如赶大集一样热闹壮观。

“这都沾了红叶的光。”回顾这两年自家饭店的发展,面对旺季每天120余只鸡、200余条鱼的销售纪录,马春香由衷地欣慰。两年里,虽曾经历饭店迁址、顾客流失而多日失眠的焦虑,但依靠红叶所带来的人气,马春香终于守得云开见月明。

马春香介绍,开业之初,农家乐生意时



▲去南山看红叶成了深秋旅游主打项目。本报记者 蓝峰 摄

好时坏,谈不上火爆。直到2016年10月,首届垛庄红叶节开幕,饭店生意一下子爆满。据粗略统计,今年红叶节期间,马春香已经接待了3000余桌客人,就餐人数达到2万余人,不到一个月时间营业额达到60余万元。

沾光的不只马春香,东车厢村村民马延鹏也是如此。“始终觉得农村有发展潜力。”2016年春,得知家乡要开发“五彩山村”旅游项目,在外打工8年的马延鹏从城市回到山村,想着从中能寻到商机。

这一年,马延鹏种了3亩红薯,在自家门口售卖。首届红叶节开幕,因摊点地处百丈崖水库旁边,来往观赏红叶的游客必经此地,再加上红薯品质不错,马彦鹏的红薯不到20天全部卖光。

尝到甜头的马延鹏2017年投入40多万元租下50余亩山地,种植蜜薯、甘蔗、向日葵、花生、红小豆等农作物。“山区自然条件好,红薯品质好,再加上红叶吸引的人气,让我们不愁销售。”今年红叶节期间,马延鹏已卖出蜜薯5万余斤,营业额近10万元。

### 收入突破 民宿收益年年涨 村民还能拿到分红

“80%以上的客流量都是靠红叶吸引过来的,红叶资源为垛庄镇经济发展带来十足活力。”垛庄镇政府旅游办工作人员介绍,垛庄镇曾尝试养殖扶贫、中草药种植扶贫等多条道路,但从效果来看,远远不及红叶旅游所带来扶贫效益。

黄沙埠村位于莲华山景区山下,是个被漫山红叶包围的优美山村。作为镇上出名的贫困村,村民们怎么也想不到,平日里习以为常的红叶让他们走上了脱贫致富之路。

“大柿子两块钱一个,小的按斤卖。”“这儿刚出炉的炒核桃。”3日上午,在莲华山景区门口的农产品市场上,众多村民热情地招揽着游客。

“如今垛庄山货已成了抢手货。”旅游办工作人员介绍,2015年红叶未“火”之前,村民只能靠集市售卖或等批发商上门收购山货。如此一来,山货价格提不上去,且销售渠道也没有保证。而随着大批赏红游客到来,山货再也不愁卖。“游客们的后备箱都装得满满的,都想要把垛庄山货带回家。”

除了山货收入,村民们还能得到旅游分红。以东车厢村为例,村内不少人常年外出打工,部分石屋无人居住且年久失修而破败,“五彩山庄”旅游项目入驻后,该村部分石屋被第三方公司租赁,打造成精品民宿。红叶节期间,每逢周末,民宿都一床难求。

而相关收益也会分成三部分,其中51%属于经营公司,19%属于原屋主,30%则归村集体。“东车厢村一共有5间民宿,村集体的收入分红年年增加,第一年收入3万,第二年收入4万,而此前这是出名的贫困村,村集体常年根本没有任何收入。”垛庄镇旅游办工作人员说。

### 村民转变 以前捡黄栌当柴烧 如今主动看树护树

乡村游发展往往伴随着村民意识的转变。“开始那会儿,村民都不好意思出来售卖山货。”垛庄镇旅游办工作人员介绍。

随着垛庄红叶旅游兴起,村民们逐渐发现游客吃、购、游等消费需求十分旺盛,慢慢地便自发形成农产品市场。如今垛庄镇的42个村已形成十多个针对游客的农产品市场,分布在红叶资源丰富的地段。

“之前,村民大都无所事事地在村口晒太阳,现在个个没事就上山摘山楂、挖野菜,充满干劲。”黄沙埠村有865人,其中青壮年大都外出打工,留下的都是老人、孩子,约300人。如此的人口年龄构成,让这个山村显得老态龙钟,而红叶旅游的发展,让村书记毕敬美感觉到,这个村再次焕发活力。

“自家的地瓜、南瓜,山上摘的山楂、菊花都是畅销品,红叶节的时候,一上午就能卖完。”70多岁的毕奶奶说。

“向游客卖山货,可能卖不了多少钱,但有充实感,心里开心,有价值感。”看着村里近一半居民参与到红叶旅游中来,毕敬美对黄沙埠村的发展前景充满希望。“来看红叶的游客一年比一年多。今年老人们光靠在家卖山货,收入就提高至少30%。”

“以前有的村民还捡黄栌当柴烧,有的在山上乱砍滥伐破坏生态。然而,随着红叶节的举办,黄沙埠村村民逐渐意识到保护红叶树的重要性,从砍树卖树转向看树护树。”毕敬美说,随着红叶旅游品牌效应的提升,越来越多的垛庄人意识到要盯住红叶这一座“宝山”,让手中这碗“旅游饭”越来越香。



对于济南的后花园南部山区来说,丰富的红叶旅游资源让秋季旅游充满了魅力。垛庄、红叶谷等南山景区的红叶都让各地游客趋之若鹜,流连忘返。游客的到来,红叶旅游的兴起,为这些靠山吃山的村民们带来了意想不到的经济和社会效益。随着红叶游品牌效应的提升,越来越多垛庄人意识到要盯住红叶这一座“宝山”,让手中的这碗“旅游饭”越来越香。