

践行“两山”理论 弘扬沂蒙精神

天蒙景区唱响“沂蒙山小调”



过去,在天蒙山下由抗大一分校文工团创作的《沂蒙山小调》唱响了祖国大地,激励着一代代革命者忘我奋斗、再立新功。今天,依托沂蒙山小调诞生地,沂蒙山银座天蒙旅游区矢志打造沂蒙文旅产业新高地,走出了一条创新发展的新路径。

鹃也几乎绝迹。通过天蒙景区的开发运营,生态效益很快得到彰显,望得见的绿水青山变成了摸得着的金山银山,基本实现了“游客满意、企业盈利、业内好评、政府欢迎、群众受益”的良好效果。

景区开业两年,就从旅游行业的“小白”快速成长为山地旅游的样本,实现了“以三流的资源,打造了一流的产品,通过一流的运营营销,发展成了一流的景区”的嬗变。

天蒙景区开业以来,直接用工500多人,间接用工千余人,周边乡镇新开业农家乐、民宿宾馆等近百家,这给当地群众开启了一条脱贫致富,实现跨越式发展的捷径。天蒙公司还通过开展村企结对帮扶活动等多种方式途径爱心助农,拉动农产品销售。

沂蒙山银座天蒙旅游区的成功打造,仿佛一驾马力强大的机车,带动了当地文旅产业的蓬勃发展。

下一步景区将继续投建二期项目,重点打造包括天蒙温泉康养小镇、塔山地面客运缆车、房车营地、民宿酒店等在内的休闲度假产品和配套设施,以实现景区从一日游到多日游、从观光游到休闲度假游的转变。力争到2023年把沂蒙山建设成为“引领山东、示范全国、世界知名”的大沂蒙山旅游目的地,成就“沂蒙乡村振兴的鲁商样板”。(乔昱佳 石新)

“红绿共舞”打造“遗产级”旅游项目

1940年,时任抗大一分校文工团团长的袁成隆,组织团员李林、阮若珊,在天蒙山下白石屋村,创作了《沂蒙山小调》,后来随着部队南征北战红遍全国。那时候,小调是战胜敌人的武器。2016年7月16日,由鲁商集团投资,依托沂蒙山小调红色文化资源和沂蒙山绿色生态资源开发建设的沂蒙山银座天蒙旅游区正式开业,小调又成为了带动当地村民脱贫致富

富的响亮号角。

围绕“全面构建新时代‘大旅游、大市场、大产业’的大沂蒙山旅游目的地”奋斗目标,天蒙景区通过培育经典、创造精品、传承基因、融合发展,大力推进了沂蒙山红+绿旅游产品体系建设,擎起了临沂旅游的一面旗帜;开展“唱好一首歌、演好一台戏、拍好一部剧、读好一本书、上好一堂课、建好一处党性教育基地”的六个一工程,先后已有数十万名党员干部前来参观学习。

开业三年来,景区已累计接待游客超过300万人次,累计营业收入近3亿元,成为临沂地

区接待游客多、收入高的景区,确立了在临沂市的龙头景区地位。景区先后被评选为2013年省重点建设项目、省文化产业重点项目、省服务业重点项目,2016年山东省服务名牌,2017年山东省最受欢迎的文化旅游景区,2018年省国资委新旧动能转换重点项目,2018年中国最佳自然生态旅游项目,2019年又成功入选了省新旧动能转换重大工程重大课题攻关项目。

为保证在市场上有足够的核心吸引力,景区在开业前进行了高起点的规划和高标准建设。

围绕“第一和唯一”的目标,打造了一批精品项目,其中“沂蒙山小调活态博物馆、世界第一人行悬索桥和江北第一悬崖栈道”三个项目被有关专家称为有可能成为遗产;“360度全景索道、望海楼和玉皇宫”三个项目被有关专家评价为三大精品工程。

成为服务乡村振兴、实现精准扶贫的有力抓手

在开发前,天蒙山当地常年戴着“贫困”的帽子,大山深处的中药材、名贵树木等被盗窃,就连曾经漫山遍野的山杜

“文旅融合看山东”走进淄博

淄博文旅落脚“齐文化”

今年的淄博市第十六届齐文化节,围绕“泱泱齐风”主题,举办“祭姜、蹴鞠、双招双引、寻古、探宝、闻韶、惠民”7大板块40余项文旅活动,市场迅速升温。

体验“泱泱齐风”不再零星点点

“这次带着孩子专程来临淄参加齐文化节的,想好好体验下这里的文化氛围。”开幕式现场,来自济南的游客李先生告诉记者,这个月淄博好多景区都有优惠,他们打算再去其他的景区逛逛,感受一下齐国故都、聊斋故里的魅力。

近年来,淄博在推动“旅游+”的过程中,非常注重与相关文化产业的联合发展,形成了一系列极具淄博特色的文化旅游产品。“以前很多游客来到淄博,就是游览单个的景区,即使想深入了解齐文化,也没有合适的串联线路。”淄博市文化和旅游局党组书记、局长周茂松表示,为了留住游客,淄博将当地的古车博物馆、齐文化博物馆、足球博物馆等整合成一条线路,一圈逛下来,游客会对齐文化有更深入的了解。

同时,淄博还推出了齐风陶韵体验之旅、商埠民俗文化体验之旅、纵情山水休闲之旅、水乡风情体验之旅、生态乡村

休闲之旅、梦幻聊斋体验之旅、追忆古今研学之旅的“七大主题文化旅游线路”产品,涵盖了淄博经典文化、传统民俗、自然风光等优质资源,推出后深得游客喜爱。

在不再收取任何门票费用的齐文化博物馆和足球博物馆,展厅通过实景沙盘、声光电等现代科技手段,让文物“活”起来,让游客有一种身临其境的感觉,切身感受齐文化的魅力,增加了展陈的趣味性,也增加了与游客的互动性,让游客行有所获。周村古商城作为诠释鲁商文化的重要载体,集结非遗文化传承人和各行业专家为研发团队,采取了解鲁商文化+体验传统项目相集合的方式,让游客“游中学、学中游”。走进齐山风景区,山里每隔一段就会有指示牌,介绍齐国的历史故事及人物等,也让游客们更加喜闻乐见。

众多优质文旅产品攥成一个拳头

前不久,“这就是淄博”系列海报及宣传片、赞美家乡的



原创歌曲《乐游淄博》等一系列淄博文旅宣传篇刷爆了不少淄博人的朋友圈。在周茂松看来,当前网络营销中流行的“城市IP”,是对一座城市人文精神的具象化表达,能创造出超级吸引力,并借助旅游渠道广为传播。

在今年齐文化节开幕式现场,淄博市全新打造的齐文化形象代表“小牺宝”正式同市民游客见面。据了解,“小牺宝”外观设计借鉴了齐文化博物馆的镇馆之宝——战国牺尊,并结合现代动漫技术将牺尊以卡通形象灵动呈现。同时,陶瓷琉璃、周村烧饼、临淄蹴鞠等淄博特色元素在“小牺宝”身上也全

都有所体现。

除了是齐文化的重要发祥地,淄博还是一座老工业城市,工业遗存较多。“淄博的陶瓷、琉璃、酿酒、丝绸等工业旅游资源也十分丰富,拥有各类博物馆纪念馆,具有很强的旅游吸引力和研学价值。”周茂松表示。如今,以齐文化为统领,一批陶琉、白酒、丝绸主题小镇的策划和规划正在实施落地,陶琉文化、鲁商文化、聊斋文化等众多淄博文化资源相继被开发,带有“泱泱齐风”特色的历史文化游、红色经典游、民俗风情游、绿色生态游、地质考古游、漂流温泉游等产品也日益丰富,正逐渐成为淄博旅游的招牌吸引物。

在采访中注意到,为加快“齐国故都”文化旅游目的地建设,淄博市编制了《齐文化传承创新示范区发展规划》,突出抓好齐古城、齐国故城考古遗址公园、稷下学宫项目、陈庄西周古城遗址博物馆、管仲纪念馆和姜太公祠扩建,齐长城生态文化旅游带、华侨城文化旅游综合体、鲁商示范园、陶琉古镇等一批重点项目建设,架构形成组团式连片发展的目的地旅游产品。

围绕齐文化传承创新发展,通过深挖资源,着力寻求文旅融合的新契合点,淄博市将“齐国故都、聊斋故里、陶琉名城、足球起源地”等淄博文旅招牌越擦越亮。(王逸涵)

