

网友疯狂来“种草” 喜看“齐鲁青未了”

千年古岳成网红 泰山究竟“高”在哪

文/片 记者 黄寿赓 王建伟
刘国林 薛瑞 荆新年

网友纷纷“种草”—— “旅行结束了， 泰安的热情没结束”

“这次泰安之旅，我只记得，面馆的阿姨说，你一个人来爬泰山呀，你在这边很好打车，直接打车去红门就可以了；只记得，滴滴司机说，我把车停这，你去买手电、登山杖还有祈福牌，在这买便宜；只记得在楼梯上休息的时候，一位阿姨说，小美女休息呢，继续加油，快到了……”2月26日，一名来自安徽的女生在夜爬泰山之后，在自己的社交媒体上发布了500字感言，并配图记录自己在泰山上的美好回忆。

安徽女孩的经历引发不少网友共鸣，有网友在评论区说道，“当时有个阿姨看我大汗淋漓，主动给我递纸巾擦汗，虽然是一件小事，但很让人感动。”“作为山东人，出门随时随地都能搭话聊起来，顺便互相帮助。”“好客山东欢迎各位的光临”……

这名安徽女孩介绍说，自己是在机缘巧合的情况下来的泰安，又刚好夜爬了泰山，又刚好得到了很多泰安朋友、山东朋友的祝福，她说，自己真的是被网友在评论区的评论感动到了。“这次能够很幸运地来到泰安这座人杰地灵的城市，并且又很幸运地得到了很多人的帮助，让我这次旅行变得更加有意义。有人说下次带我来逛小吃街，有人说下次给我当向导，还有人说下次来带我吃饭。这些温暖的评论仿佛在告诉我，你的旅途结束了，但是我们泰安的热情没有结束。”

安徽女孩的经历并非个例。如今，在各个社交平台上，游客对泰山的夸奖并不吝啬，各种泰山旅游“小作文”比比皆是。泰山，这座象征着华夏上下五千年文明传承的历史文化名山，伴着春天的到来，持续走红。

3月8日，十八盘，泰山登山盘路中最险峻的一段，路的尽头便是南天门。十八盘两侧崖壁如削，共有石阶1600余级，不少游客面对陡峭山路选择手脚并用向上攀登。

十八盘尽头南天门处，历经艰难的游客终见胜利曙光，不少人在南天门处打卡记录。游客刘元成身穿海魂衫，头绑飘带，张开双臂让同行者为其拍照后，又掏出手机向远方的朋友发去语音分享登顶喜悦，“我们在泰山，天下第一山！”

刘元成告诉记者，他今年已经70岁，这是人生第一次来山东，来山东的主要目标就是登一次泰山。“泰山太有名了，必须要来登一次泰山，不登就太遗憾了。”来自德州的徐女士一家三口倚在南天门旁边的矮墙上休息，她告诉记者，他们一家也是首次来泰山。“现在天气暖和了，而且泰山正好也在免门票，所以就来泰山看看。”

诚如徐女士所言，免门票成为不少游客选择泰山的主要驱动力，尤其是对于囊中尚还羞涩的大学生群体而言，省下的门票钱能够用其他消费。

据了解，按照全省国有A级景区免首道门票开放政策的部署和

泰山现在究竟有多“红”？3月7日，星期二，泰山景区便对外公告，截至当日16时，本周周五、周六夜间的“0元门票”预约量就已满额。而来自泰山景区的数据显示，截至3月10日，泰山今年已经接待进山游客139万人，约为疫情前同期平均水平的3倍。如今，在各个社交平台上，各种泰山旅游“小作文”比比皆是。尤其是在大学生群体中，类似“青春没有售价，泰山就在脚下”之类的“爆梗”更是频出。这座象征着华夏上下五千年文明传承的历史文化名山为什么能在网络上持续走红？泰安和泰山景区究竟做对了什么？



游客聚集在拱北石观看泰山日出。

■新闻延伸

“引来人”还要“留住人” 红了之后，泰山着力打造夜间文旅消费新体验

记者 黄寿赓 王建伟
刘国林 薛瑞 荆新年

泰山确实红了。红了之后的泰山又该怎么办？

泰山景区相关负责人表示，此次实行国有A级景区免票政策，激发了大众旅游消费意愿，有效拉动了全省、全市的吃、住、行、游、购、娱等文旅消费，加快了文旅行业复苏，是利国利民的好政策。“为做好旅游服务，景区每天都坚持做好客流预测监测，并根据景区实时游客数量、拥堵路段做好旅游秩序维护，并坚持

全市范围内的协调联动，及时调度，确保旅游顺畅。”

泰安文旅部门则加强客源招徕，深入实施“引客入泰”行动，组织开展“青烟威”“冀豫苏”等主题推广活动。鼓励旅行社大力开拓国际市场、境外市场。2月21日港中旅国际旅行社组织的21名香港游客抵达，成为泰安近三年首个入境旅游团队，标志着泰安入境游正式恢复。同时，实施城市慢游精品工程，将重点在“留住人”上做文章，持续培育夜间文旅消费新体验，打造一批具有地方特色的

休闲街区和网红“打卡”地。

未来，随着省会城市群经济圈的快速发展和济泰一体化的深入融合，济泰两地文旅资源加速融合、同城效应更加显现。泰安市政府自2020年9月1日起，面向济南市城乡居民发行“济泰同城 畅游泰山”优惠年卡，截至目前，累计发行省会经济圈年卡、省内年卡16万余张。下一步，泰安将和济南市一道，围绕打造“山水圣人”中华文化枢轴，整合济泰文旅资源，打包推出一体化精品文旅线路，共同推动济泰两地文旅繁荣发展。

要求，泰山景区自2023年1月21日至3月31日实行免门票开放。

免门票之下，泰山旅游迅速回暖。来自泰山景区的数据显示，春节假日期间，景区累计接待进山游客30.25万人次、同比增长191.06%，游客量创历年春节黄金周最高纪录、近十年黄金周最高纪录。

假日过后，泰山上依然游人如织，登山祈福、赏景游客不断。截至3月9日，泰山今年已经接待进山游客136万人，约为疫情前同期平均水平的3倍。近期，周末的夜间“0元门票”提前五天就已经预约满额，一票难求，泰山旅游持续升温。

服务一定搞好—— 两元“平价水”， 早餐“20元管饱”

免门票客流量大增之后，泰山物价会不会急剧上涨，泰山景区相关服务质量会不会下降，成为不少游客最关心的问题。

3月8日，中天门百货商店门口，“矿泉水2元/瓶”“登山杖5元”的牌子被摆放在了最显眼的位置，店内各类饮料与零食一应俱全，所

有商品下方都对应着价格标签，明码标价。商店工作人员告诉记者，“虽然免票后客流量大增，商店的销售也随之升温，但商店并没有涨价，平价水也仍在供应。”继续上行，南天门附近的商店，商品价格较以往也未见上涨。

继续上行至岱顶天街，约百米的道路上商铺林立，百货商店、餐厅、宾馆等各类消费业态与古建筑殿宇融为一体。在天街的消费场景中，明码标价已经是实行多年的“基本操作”，同时为了带给游客最佳的消费体验，商家都拿出了十分的热情。

天街一家炸鸡店门口，店主大叔左右开弓，既要为游客做铁板鱿鱼，又要照看好锅内的炸鸡，忙得不亦乐乎。面对购买炸鸡排的游客，大叔索性又赠送了一块稍小点的，“这块是送你的，欢迎来泰山玩。”游客直称，“不愧是好客山东。”

在日出之后，为了给游客递上一碗“清晨的粥”，不少餐厅直接打出了20元管饱的牌子，只需20元，馒头、油条、煎饼、小咸菜、豆浆、粥，能吃多少吃多少。厨房内热油

翻滚，片刻油条上桌，再配上豆浆、小咸菜，成为不少游客度过泰山一夜后的首选。

由于靠近几处绝佳的观日点，南天门至岱顶之间还聚集了大量的宾馆。这些宾馆在提供正常住宿的同时，还推出了个人床位等不同价位的住宿服务，以满足各类游客需求。

南天门宾馆客房部经理李采玲告诉记者，免票对于周边经济带动明显，他们宾馆共有64间房，基本每天都处于满员状态。

对于游客所关心的泰山商品定价问题，在诸多经营者看来，定价与供求关系以及泰山货运成本密切相关，而“挑山工”这一泰山标志性职业成为他们在细数成本时最常提起的词汇。3月9日上午，记者在南天门见到了挑山工孙一强，他当时正手提扁担，赶往附近的生活垃圾转运点。

孙一强今年54岁，从事这一职业已经有6年的时间。在这6年里，他几乎每天都在石阶上爬上爬下，至少8小时的工作时间内，累计步行超过3万步。一根刺槐制成的扁担是他全部的生产工具，从他入行到现在，

扁担已经被磨得发亮，又在汗水的浸润下，包上一层“浆”。

他告诉记者，目前泰山常年工作的挑山工数量在20多人，但高峰时能有50多人，“不是所有的人每天都干”。他们就像是泰山货运中最末端的毛细血管，将通过货索运上来的货物，有时是食材，有时是杂货，有时是建筑材料，甚至还有生活垃圾，运往它们该去的地方。

网红主播助力—— 用脚步丈量7909级台阶 助景区“出圈”

泰山走红背后，与免票政策、景区服务息息相关，但与此同时，日渐壮大的泰山自媒体群体，对于传播泰山文旅来说，则像是“天上掉下来”的流量。

3月8日下午，“泰山强哥”在碧霞祠大殿门口开播。“泰山不断整修，所以台阶的数量有时候也会发生变化。现在，泰山总共有7909级台阶，我们是一步步用脚量出来的，先后数了不下三次。”

账号“泰山强哥”的主播名叫谢强，此前主要从事物流行业。2021年4月份，谢强开始接触泰山的户外直播，“那时候工作也不太忙，又很喜欢泰山，所以就慢慢开始了直播。”

目前主要直播泰山的主播数量已经有20余人。在一众主播中，“泰山娟姐”账号的粉丝量位居头部，其抖音账号粉丝量接近177万，而主播娟姐作为首位登上APEC讲坛的中国导游，基于自己此前从业经历，对于数字传播带动景区发展有着更深的思考。

“在数字传播赋能景区发展方面，南方要比北方走在前面，文旅行业三个千万级主播，两个在浙江，一个在福建，而且他们在带动本地发展的同时，还逐渐走向全国。”娟姐说道，“相比之下，北方景区，泰山对于数字化传播的认知比较深刻，能够充分利用自媒体的优势，比如说，遇到恶劣天气需要封山，景区现在会尝试通过自媒体去广而告之，但还有部分景区尚未意识到这一点。”

娟姐表示，作为“泰山娟姐”，未来创作方向还是会以泰山为主，同时也会将精力投向山东其他城市景区，通过自媒体将全国游客目光汇集，“希望未来景区也能够给自媒体充分的创作空间与支持。”

与娟姐、强哥不同，景区内工作人员刘佐仓是通过自己的摄影对外传播泰山文旅。2019年，刘佐仓来到泰山景区从事环卫工作，因为要对环卫工人进行拍照打卡，由此与摄影结缘，“最开始是使用水印相机来体现时间地点，后来发现通过标志性的背景也能达到这个效果，便开始了各种拍摄。”

多管齐下，泰山现在真的红了。究竟有多红，或许可以从诸多旅行类APP上窥见一斑。大众点评里泰山风景名胜区评论超过3.3万条，评分达到4.9；去哪儿网上，景区评分4.9，并且成为泰安最热人气榜的第一名；马蜂窝APP推荐中，泰山被评为泰安推荐必打卡地榜首。接下来，泰山要面对的将是“红了之后怎么办”的问题。