

好客山东·品牌汇

# 金都招远，擦亮“金”字招牌

招远，取义“招携怀远”，蕴含“招唤远方客人，广纳八方英才”之理念。这座城市，同时拥有中国黄金之都、中国粉丝之都、红富士苹果之乡、网扣绣花之乡、石材之乡、中国首批对外开放城市、国家卫生城市、国家环保模范城市、中国优秀旅游城市等“头衔”，40多名少将以上军衔的招远籍将军更是成就了“地下有黄金，地上有将军”的美名。

面对这么多资源，用什么来概括和突出招远的地域旅游特色？招远最终选择了“中国金都”，通过推广“黄金之旅”，打造中国一流的黄金文化主题旅游目的地。



▲招远罗山脚下的淘金小镇



▼招远黄金博物馆展室

□牛国栋 摄影

□山东省国际旅游开发中心

## 发展“中国金都-黄金之旅”潜力巨大

招远旅游资源丰富，“金泉山海古村落”构架了招远旅游的特色和基础。

“凿岩千尺，淘沙万漉，背火冶精华……”早在春秋战国时期，招远人就采用火烧水泼炼金术提炼黄金用作货币。自宋代设县以来，实行“官督民办”，创办了中国历史上第一个官办金矿，并创造了溜槽淘金工艺，此后经历了元、明、清和民国的沿袭发展。境内至今保存有各个历史时期的黄金生产遗址、采选工具，更有众多的现代化矿山和黄金企业，是一处天然的黄金博物馆。

金矿开采对生态具有破坏性，但分布着亚洲最大矿田玲珑金矿的招远罗山，却是一座名符其实的生态型金山，主峰海拔759米，森林覆盖率在90%以上，人文景观众多，被评为国家级森林公园。

招远地下不仅有黄金，还有从汉朝即被开发利用的滚泉山古温泉，出水量大，出井温度高，富含钾、钠、钙、镁、碘、镭、铀等有助于人体理疗的微量元素。

招远海岸线只有15公里，却拥有细软的沙滩，呈西南-东北走向，坡度平缓，浪小水稳，最适合看日落，岸上林木繁茂，属国家重点保

护林带。

招远还拥有开发保护价值极高的古村落聚落。辛庄镇高家庄子村、孟格庄村、大涝洼村，张星镇徐家村等古村落，创造了江北出版业的摇篮——“大书铺”“二书铺”、北京成文厚、京城名铺“三义广”、济南鲁菜名家泰丰楼以及龙口粉丝等老字号文化品牌，保留有大规模的富有胶东特色的历史建筑。2013年被授予“山东省历史文化名村”和“中国传统村落”称号。

近年来，招远先后荣获“中国优秀旅游城市”、“中国优秀温泉旅游城市”、“中国旅游竞争力百强县”、“中国最具特色(黄金之旅)旅游城市”等殊荣。

## 实施“金泉山海”整体开发战略

为加快把资源优势转化为经济优势和竞争优势，招远市委、市政府加大培育和扶持旅游业，依托深厚的黄金、温泉、粉丝、民俗文化等，实施“金泉山海”整体开发战略，着力打造以黄金文化旅游为龙头，温泉和购物旅游为热点，滨海旅游为亮点的三大旅游板块，强化宣传营销，注重品牌创建。2013年，招远市接待海内外游客252.4万人次，实现旅游综合收入40.5亿元，同比分别增长18.5%和19.4%。

加快项目建设，旅游产品相继投放市场。为推广中国黄金第一游，招远相继开发建成了黄金实景博览苑、淘金小镇，黄金珠宝首饰城、招远皮革城，以及大唐金汤园、恒温海水水上乐园，《战火大金脉》影视基地，中国乔上艺术区、龙王湖风景区、架旗山游乐园等，民俗博物馆和粉丝博物馆也正在建设中。

强化市场开拓，进一步叫响“中国金都-黄金之旅”城市旅游形象。目前，招远每年投入不少于3000万元旅游促销经费，实施政府负责“中国金都”城市形象塑造，部门负责“黄金之旅”旅游形象塑造，企业负责黄金旅游、温泉旅游、滨海旅游、森林生态旅游等产品品牌塑造的营销机制，分别在电视台、报刊、网络、自媒体、楼宇、机场等媒体大范围、高频次的投放形象宣传广告，并积极组团“走出去”参加各类国内、国际的旅游促销展销会。

2014年，品牌宣传进行得更“接地气”。招远市旅游局与中国银行联合推出让市民和游客尽享优惠的“金都旅游卡”；3月份，在首都机场三个航站楼投放“从首都到金都，金都招远-黄金之旅”20秒主题广告和配套宣传彩页；先后组织企业赴西安、重庆、苏州、乌江等客源地开展招商活动，拓展与全国各地旅行社的合作；借助烟台“城市月月休闲汇”，甄选贴

近百姓的市场类媒体对景区资源广泛宣传。一系列行之有效的宣传活动，推动“金都”品牌知名度和影响力迅速走向全国。

截至目前，招远共有国家4A级景区、水利风景区、森林公园以及省级工农业旅游示范基地、旅游强乡镇、旅游特色村、旅游商品研发基地等旅游品牌单位30余家，旅游产业规模和档次有了质的飞跃。

## 打造中国一流黄金文化之旅

2014年，招远将旅游总目标定位为接待游客达到300万人次，实现旅游综合收入50亿元。

全力推进旅游产品建设。打造招远老金矿特别文化主题公园，充分挖掘黄金文化资源，策划大型山水实景演艺《金山佛喻》，强化度假区文化娱乐功能；依托罗山景区，开发建设中国财神文化主题园，把上下五千年的财神和财神文化“请进来”；提升毛公山、中国乔上艺术区、《战火大金脉》拍摄影视基地、黄金抗战遗址等载体，丰富红色黄金文化旅游精品。坚持古为今用的标准，规划开发滚泉山温泉文化旅游度假综合体。加快渔港旅游码头和滨海度假酒店建设。以辛庄古村落群为依托，开发古村落文化旅游小镇，建设金街银巷，打造胶东民俗文化旅游示范基地和影视基地。全面启动罗山黄金文化旅游度假区国家5A级景区创建，打造精品景区；推进开发区、金岭镇大



招远高家庄子一角

户陈家村、春雨集团桃源山庄分别创建省级旅游强镇、省级旅游特色村和山东省五星级好客人家农家乐；筹备组织招远第三届旅游纪念品设计大赛，丰富旅游商品市场。

积极开拓旅游市场。坚持政企联手模式，在旅游宣传的影音、文字、图片资料中体现金都文化元素，提升宣传营销效果。继续巩固机场、周边高速公路和进出招远主要路口以及重要新闻媒体投放招远文化旅游形象宣传，拓展宣传影响力半径。策划好黄金节、皮草节、新春庙会等招牌式节庆活动，打造节庆银巷品牌。编辑出版《梦想绽放——招远黄金之旅》、《不能忘却的乡村记忆——招远古村落》等体验文化旅游系列丛书。利用现有宣传渠道，高密度推介“中国金都-黄金之旅”。

目前，招远正在申报创建招远黄金文化省级旅游度假区，通过品牌创建，进一步擦亮金都黄金文化的“金”字招牌，提升综合竞争力。



# 林海绿洲 大美龙居



龙居大门

夏日，驰骋在龙居大地，放眼望去，满目葱茏。

如果你没有来过龙居，你无法想象，在东营市的最西郊，黄河岸旁，有一片“氧”生天堂，休闲福地。生态龙居毓灵秀，林海美景醉游人。九曲黄河在这里90度大转弯，龙居镇以黄河落天的大气势，精心打造生态宜居的美丽乡村。

## 森林乡村美如画

周六，家住东营西城的王先生一家一大早就驱车来到了龙居黄河森林旅游度假区，在树林里找到了一小块空地，支起帐篷，架起烧烤炉，为周末露营忙活了起来。

“龙居这个地方，树多，空气清新，环境好，还专门设置了可以野外烧烤的地方，我们一家人经常会来这里露营。”王先生边忙活边说。像王先生一样，一家人全体出动或者呼朋唤友一起来龙居度周末的不在少数，不一会，又有四五家人在周边扎起了帐篷，和王先生做了“邻居”。

今年以来，龙居镇把发展乡村旅游作为助推新农村建设的有力抓手，通过不断加大旅游基础设施建设，打造旅游文化产业、推动乡村旅游发展等有效手段，使该镇旅游产业展现出独特的魅力，旅游经济已逐渐成为该镇的支柱产业。

龙居镇把打造绿色生态、休闲观光品牌，着力建设“氧”生天堂，休闲福地，作为造福子孙后代的大事来抓，大力发展速生林、西瓜、蔬菜等特色农业。目前全镇林场面积达4.5万亩，蔬菜5000亩，成为了名副其实的“生态之乡”。龙居良好的生态资源得到了广大市民的充分认可，“小长假”“双休日”旅游观光客络绎不绝。

“国家级环境优美乡镇”、“国家3A级景区”、“山东省旅游强镇”、“山东省特色景观旅游名镇”、“省级森林公园”等等一系列的荣誉和称号，见证了龙居镇旅游业从无到有，从启蒙到成长为独树一帜的品牌发展历程。六月时节里，龙居万亩乔木葱葱挺健，时令瓜果沿河飘香，游人穿梭如织，百姓安居乐业，书写出一幅美丽乡村新画卷。



湿地美景



游客采摘乐



林海徜徉

## 乡村旅游富农家

6月份的龙居镇早已是一派郁郁葱葱，主干道兴龙路两旁高大的乔木浓荫相接，树下一个个卖西瓜的凉棚沿路排出一公里，一辆辆私家车络绎不绝。谢何村瓜农何学光夫妻俩正忙碌地接待特意前来摘瓜的游客。

跟随何学光走进大棚，热腾腾的大棚里，绿毯似的枝蔓间一个个滚圆的大西瓜格外招人喜爱。几个游客正在仔细挑选西瓜，“蓝头绳，纹路清晰的最甜……”一名小游客嘴里念念有词，蹲在一个个大西瓜间煞是认真地比较着，额头上渗出汗珠仍兴趣不减。“我们专门开车从西城过来摘西瓜，一是因为麻湾西瓜好吃出了名，再就是为了让孩子们看看西瓜的成长环境，亲手摘自己的西瓜，也把夏天的快乐带回家！”小游客的妈妈笑着说。说话间，何学光已经把一家挑选的西瓜装满小推车，推

出了大棚。受益于乡村旅游的可不止何学光一家。在韩楼草莓采摘基地，每户果农日均迎客50人次，日均收入1500元；已注册无公害商标的康源农业蔬菜种植基地，十余种无公害蔬菜均可接纳游客自助采摘，且自助采摘所占营业份额正在上升；作为龙居镇招牌的桑葚每到成熟季节，便吸引数以万计的游客入园，私家车能从桑葚园排到镇政府门口，每亩地只凭桑葚果就可为农民带来2000元以上的收益。

龙居镇围绕“吃、住、行、游、购、娱”等六个方面做文章，先后投资10.8亿元实施19个村的7个乡村旅游项目，建设接待集散、运动拓展、农业休闲、文化体验四大板块，做优麻湾西瓜、龙居丸子等11个地理标志产品，创建4个省级产业特色村，打造富民兴业特色村产业集群。精心设计龙居游览路线，举办“紫椹采摘节”、“西瓜品尝推介会”、“旅游文化节”等节会活动吸引游客。重点打造麻湾双刀、

石磨面粉、手工粗布等旅游商品，龙居月饼、龙居肉丸、龙居水煎包等地方特色小吃，打响“龙居制造”品牌。截止目前，已建成农家乐10家，可同时接待游客1万余人，年接待游客50万人次，带动就业700余人。

“我们已经抓住了游客需求，下面就要花大力气，把游客的需求变成我们百姓的收入！”龙居镇宣传委员马塞丽对记者说道。把握本土特色，创新服务模式，弘扬传统文化，龙居镇已摸索出一条旅游产业富民的特色之路。

## 乡村游打响体验牌

挖野菜、摸鸡蛋、摘西瓜、熬鱼汤、扎帐篷、做烧烤……每逢节假日，城里的游客们在母亲河畔的龙居忙得不亦乐乎。今年以来，龙居镇借助优良的生态环境，独特的黄河文化，坚持“在体验中挖特色，在体验中提品质”，重打体验牌，把乡村旅游发展推上了快车道。

“上钩啦上钩啦，爸爸你好棒！”周六的上午，四岁的小甜甜看到一条活蹦乱跳的大草鱼被爸爸拽出水面，兴奋得又喊又跳。在黄河岸边的熬鱼坊，像他们一样的三口之家不在少数，很多年轻父母都选择带着孩子到这个别具特色的“自助餐厅”过周末。这里的自助不同于其他，不但餐具自取，连要吃的食材都要自己动手捕获。先在水塘边消磨上一两个钟头，钓上一条黄河野生大鱼，在老柳树墩做的砧板上刮鳞、清洗，让孩子去树林里捡一些木柴，去旁边林下散养的鸡舍里摸几只热乎乎的笨鸡蛋，然后全家合力在熬鱼坊提供的土锅台里慢慢炖出一锅龙居风味的鱼汤。

“来这熬鱼的游客更看重的是做鱼的过程，自己钓鱼自己烧火不比吃鱼有意思多了！”熬鱼坊最年轻的工作人员小方说道，“这在城市里是花钱买不到的。”为提高熬鱼过程的趣味程度，熬鱼坊主体是用竹制品搭建的开放结构，播放节奏欢快的儿歌，还聘请当地民俗名吃“八大碗”的厨师现场演示讲解“八大碗”的制作和来历，让游客最大程度地感受农耕文化氛围。

与“自助式”餐饮同出一辙，体验式采摘、体验式乡村旅游，已成龙居镇近年来的旅游发展重点，为生态种植业带来了新的利润增长点。如今龙居镇政府和群众已将体验采摘作为今后生态种植业发展的一大重点。2013年启动的“家庭农场”项目更是主打体验采摘牌，平整土地300亩，种植桃树、梨树、香瓜等



温泉

各色果蔬12种，并规划停车场、环形路等适宜体验采摘的基础设施。

龙居镇旅游办主任曲汉峰说道：“乡村旅游的核心就是差异化体验，在餐饮业，龙居的特色就是农耕文化与生态结合，只有让游客融入制作过程和当地自然环境，才能体会到趣味和农耕文化的精髓。”

牢牢把握住“差异化体验”理念，承载着龙居百姓的致富梦想的乡村旅游业，脚步正走得越发稳健。



龙居林场快乐骑行