

## ■探访泰安四宝①

# 泰安“10个一”知名旅游形象品牌揭晓

### 编者按

旅游商品是一个城市旅游记忆的延伸。近年来,泰安市培育研发了一批具有泰山文化特色的旅游商品,弥补了游客旅游购物的短板,使其成为泰安旅游收入的重要增长点。9月12日,泰安“10个一”知名旅游形象品牌评选结果揭晓,其中,有“泰安四宝”之称的泰山玉、泰山茶、肥城桃木以及泰山汉麻,当选为“一组最具泰安代表性的旅游商品”。《泰安新闻》今起推出“探访泰安四宝”系列报道,敬请关注。

□记者 王佳声 见习记者 郑莉 报道  
**本报泰安讯** 9月12日,泰安“10个一”知名旅游形象品牌评选颁奖仪式举行。该评选活动自今年7月份开展以来,共征集作品2700多件,最终,按照业内专家投票与公众投票各占50%的计票方式,评选产生泰安“10个一”知名旅游形象品牌。

泰安市立足旅游项目集群优势,以泰山、方特欢乐世界等客源相对稳定的景区为龙头,整合串联全市旅游资源,泰山+岱庙+宝泰隆景区线路当选为“一条最热销的泰安一日游线路”。

缤纷多彩的节庆活动让泰安这座城市充满了朝气和活力。“一个最具吸引力的节庆活动”非泰山国际登山节莫属。

来到泰安,不得不品尝泰安当地的特色美食。泰山三美早已闻名遐迩,随着“吃”要素的深入挖掘,水饺宴、道家宴等美食不断挑逗着游客的味蕾。“一组最具泰安特色的地方美食”是:泰山三美、泰山豆腐宴、泰山道家宴和水饺宴。

旅游商品是一个城市旅游记忆的延伸。目前,泰安市旅游商品生产经营企业600余家,开发出8大类100余个系列3000多个品种的旅游商品。其中,被评选为“一组最具代表性的旅游商品”的是“泰安四宝”——泰山玉、泰山茶、肥城桃木、泰山汉麻。

一句响亮的旅游宣传口号往往能给人留下最深刻的印象,让人记住泰安,记住泰山。“中华泰山 天下泰安”成为“一句最具震撼力的旅游宣传口号”。

泰安的动感、泰安的厚重,如何在标识中完美体现?泰安旅游标识脱颖而出,当选“一个最具泰安文化的标识”。

被评选为“一部最具影响力的旅游书刊”的《天下泰安——全景旅游攻略》,涵盖了泰安旅游“吃、住、行、游、购、娱”六大要素,让游客实现“一册在手,游遍泰安”。

游客只需要去一条街,就能解决“去哪里品尝美食、购买特色商品”的难题,宝龙“澳门街”暨特色美食街区凭借“一站式服务”,被评选为“一条最具地方风韵的旅游娱乐街区”。

泰安市创新旅游宣传营销模式,通过拍摄制作旅游微电影,展示城市风采和旅游特色,投身“微时代”,旅游市场影响力日益扩大。《i泰安》被评选为“一部游客最喜爱的旅游微电影”。

一首歌曲往往能唱响一座城市,而且泰安一日游产品,也需要通过歌曲传唱这种传播速度快、影响面广、带动力强的方式进行强力营销。《家园》获评“一首游客最爱传唱的旅游歌曲”。

## 打造文化产业的“东平专属”

□记者 姜言明 见习记者 曹儒峰  
通讯员 李娜 陈浩 报道

**本报东平讯** 泛舟东平湖,听的是水韵故事;吃一口全鱼宴,尝的是非物质文化遗产;漫步东平大地,处处都能感受文化的氛围。“东平有山有水有文化,这是众所周知的。但如何将文化产业做出东平特色,一直是我们的目标。”东平县委书记赵德健对记者说。

记者近日走进聚艺影视文化传媒公司的制作车间,仿佛走进了一个古代仓库。大到攻城战车,小到发髻荷包,样样都是精妙逼真。该公司经理李涛对记者说:“我们的主要业务是制作影视道具、租赁器材和拍摄广告等,年销售额最高时能达到1000万元,我很喜欢这个行业。”

近年来,东平水浒影视城承担了30多部影视剧的拍摄任务,成为国内影视拍摄新基地。在水浒影视城周边,吃“影视饭”的公司共有20多家,而周边村子的群众演员数量也达到3000多人,影视产业成为了文化产业中的“独一份”。

一粒粒小小的莲子上,雕刻着水浒人物的京剧脸谱。一块块普通的泥巴,不一会儿就变成了栩栩如生的水浒好汉。每年的省市文博会上,东平的这几样展品都供不应求。

“这些文化产品之所以倍受欢迎,是因为它们身上刻着东平符号。”赵德健对记者说:“文化产品要能够体现一个地方独有的特色,才能焕发出长久的活力。”

随着旅游业的快速发展,该县注重挖掘和打造具有东平特色的文化产品,并将文化产品投身市场,变身成为旅游产品,让游客记住东平美景,带走“东平记忆”。据统计,该县拥有东平湖莲子彩绘、百年杜氏泥塑、东平糟鱼、红心麻鸭蛋等文化旅游产品60多种。

而在文化品牌的打造上,东平县将历史文化和景区建设结合在一起,在全县范围内建设水浒文化产业园、白佛山文化产业园和运河文化产业园三大园区,主推水浒文化、运河文化、佛教文化三大品牌,更是充分展示了其特有的“东平魅力”。

水浒文化产业园是以东平湖周边300平方公里的景区景点为依托,着力打造成集文化体验、休闲度假、影视拍摄于一体的综合性文化产业园。其中包括水浒影视城、水浒度假酒店、六工山山寨水寨、腊山度假村等。

运河文化产业园东起“运河之心”戴村坝,向西沿大清河、古运河,经东平湖通向黄河,全线约150公里,包括戴村坝非物质文化遗产博物馆、古运河码头、东平湖湿地、千年宋城、渔家风情园等景区景点。

白佛山文化产业园位于东平县城西部,以拥有“隋唐第一佛”的白佛山为主轴,由北向南依次规划建设了东平博物馆、万里图书馆、文秀大剧院、东平体育馆等标志性建筑,如今已成为东平老百姓享受公共文化服务的文化新区。



□郑莉 郭程 报道

## 肥城桃木旅游商品已占全国桃木旅游商品市场的八成份额——

# 肥城桃木:从烧火棍到工艺品

◆肥城桃木因承载着吉祥文化和桃源风情而备受人们喜爱。近年来,肥城桃木产业异军突起,规模越做越大,产品也越来越丰富。如今,肥城桃木旅游商品已占全国桃木旅游商品市场的八成份额。然而记者调查发现,历经十多年的发展,肥城桃木产品的研发设计还处在初级阶段,想进一步做强还需要寻求突破。



▲9月16日,在肥城一家桃木工艺品生产厂家,两名木雕师在桃木上专心雕刻。

□本报记者 王佳声  
见习记者 刘涛

### 小桃木十余载长成产业

作为最早投资肥城桃木产业的商人,肥城正港木业工艺品厂总经理程银贵,见证了这个行业如何在肥城生根发芽。

程银贵自幼在江苏南通长大,受南方家具制造工艺的熏陶,在学校习得工艺雕刻的本领,后来做起了红木家具生意。2000年,他应朋友邀约,到肥城赏桃花,此行却意外让他寻得一个商机。

据他回忆,那时肥城桃木市场尚未开发,能在市场看到的仅有桃木拐杖和挂在脖子上的桃木饰品,由于做工粗糙,鲜有人问津。“当时桃木最大的用途是用来烧火。”程银贵说,眼瞅着这些桃木不能得到更好地开发利用,感觉非常可惜。

2001年,他再次来到肥城,不过这次不是来赏花,而是作为一个投资商在当地兴办桃木工艺品厂,霎时间桃木改头换面,变成了一件件工艺品。

成立肥城第一家桃木工艺品企业,程银贵从一开始就压力重重。当时厂内专业的工艺雕刻师很少,企业要想发展必须培育人才,于是他开始向当地人传授工艺雕刻这门技艺。

雕刻师的培养并不是一件简单事,从设计、绘画到雕法一般需学习3年,从简单刻画形状到能将事物不同形态表现出来又需3至5年。“一般要想成为一个相对成熟的雕刻师至少需要10年时间。”程银贵说。

从最基本的取材解板到浸、泡、晒、晾形成半成品材料,从最初的图纸设计到工艺雕刻做成工艺品,程银贵在当地培养了一批工艺雕刻师,在他们的共同努力下,企业生产的桃木剑开始慢慢占领市场。

然而企业规模小,产品单一,程银贵的桃木工艺品并未在市场上掀起大波澜。他认为仅有一个工艺品厂不成气候,便开始鼓励工艺雕刻师们走出自建厂房,自立门户。现在肥城桃木企业已发展到100多家,至少有一半技师都曾接受过程银贵的指导或培训。

随着肥城桃木企业越来越多,规模越来越大,产品种类也越来越丰富,目前已形成20多个系列,3000多个品种。肥城桃木渐渐为消费者熟知,被评为“全国最有特色的旅游纪念品”,年销售收入达5亿多元。

□王佳声 刘涛 报道

### 产品研发还处在初级阶段

肥城桃木商品虽历经十多年的发展,却没有几个叫得响的品牌,桃木企业出现了创新难、品牌弱等问题,在一定程度上限制了桃木产业的发展,肥城桃木走到了一个十字路口。

“我去肥城桃木市场逛的时候,发现市场上出售桃木剑,如意为主,很少有其他衍生品。”中国工业设计协会副秘书长宋慰祖说,“当前,肥城桃木企业仅围绕‘辟邪’、‘吉祥’这种传统功用做文章,工艺品仍停留在室内陈设层面。”

“当前我们的产品研发还处在初级阶段,很大程度上受困于企业的设计理念。”宋慰祖说,在与一些企业老板交流时得知,产品设计多出自他们的现有经验,产品设计老套,跟年轻人审美脱节。

工艺品的制作技艺也不精细,产品缺乏特色。就拿肥城桃木市场上的工艺品“知足者常

乐”为例,“脚上的那只蜘蛛创意很好,只可惜雕刻太简单,本来很有艺术价值的东西结果就浪费了。”中国木雕艺术大师陆会勇说,一些木雕技法不讲究,在实际雕刻中桃木空间的利用不合理,“本来应该充分利用的空间却没有用上,造成空间的浪费。”

### 专家建言提升科技含量

9月7日,2014全国桃木商品创新发展研讨会在肥城召开,10余名国内知名木雕大师、旅游工艺品设计专家、品牌营销专家、旅游企业负责人相聚一堂,就设计、雕刻、品牌、市场等议题展开讨论,助力肥城桃木商品提档升级。

“产品研发设计首先要抓住消费者需求,让产品更具有实用性,可尝试跨界研发。”宋慰祖说,“可以用桃木做桃木台灯,还可以将台灯底座嵌入芯片做成音乐播放器等,这样一来产品附加值就会更高。”

实用的同时还要呈现时尚之美。北京林业大学艺术设计学院副院长张继晓教授说,桃木不仅可以制成纯粹的旅游商品,还可以将与室内装饰结合起来,与建筑业、门窗业相结合,“使桃木制品不但具有实用性,还兼有时尚性,以此吸引更多的年轻人。”

“雕刻师要有精品意识,不仅要掌握基本的刀法,还要在造型上下功夫。如果仅停留在原有的造型观念上,路子只能越走越窄。”陆会勇说。

产品有了特色,要想立足市场得靠品牌。四川省旅游商品协会秘书长杨荣建议:“做品牌既要注重本地文化传承,还要吸收他地文化,这样的产品才易于被别人接受。”同时他还建议建设物流平台,方便产品流通。

品牌有了,还要懂得去推广。中国旅游商品产学研联盟秘书长陈斌认为,当前肥城桃木市场还是一个销售市场而不是营销市场,应向科技营销、休闲营销和旅游营销发展。随着3D打印的出现,桃木雕刻将变得更加简单,“谁拥有高科技,谁就掌握了主动权。”在陈斌看来,肥城应建立一个桃木体验馆,能全景展示桃木工艺品的制作过程。

面对专家们的指点,以程银贵为首的肥城桃木企业家们表示深受启发。“未来肥城的桃木发展要有自己的模式,依托科技发展桃木工艺品将是一个方向。”程银贵说。

员,当天他骑电动车去当地信用社交账,办完业务回村的时候不慎将包丢在了乡间小道上。

“信贷员是一个责任活儿,村里人把自家存折交给我就是对信任,要是丢了,补办事小,失信事大。而且账本也在里面,农村人存钱可能数额不大,但那是血汗钱,丢了的话没法对账。”马振峰告诉记者,当天他到家发现钱包没了,身上冷汗接着就冒出来了,找了很多一起帮着沿路找,正在他沮丧地以为找不到的时候,接到了魏宗斌打来的电话。

下午4点多,马振峰赶到魏宗斌家。经过对包裹物品的一一核实,魏宗斌把包完整地归还给了他。马振峰当场拿出1000块钱给魏宗斌作为答谢,“我要是收这个钱,当时就不会联系你了。”魏宗斌拒绝说。

其实,魏宗斌家境贫寒,上有年近八旬的父母,母亲高血压、父亲气管炎都要长期服药,下有分别上初中和幼儿园的两个女儿,妻子在家操持家务没有收入,而他也患有胃病,身体不好。

钱包里5000多元现金相当于魏宗斌全家两个多月的收入。事后有人说他傻,该把钱留下,魏宗斌却坚定地说:“不能这么干,我要是掉了百十块钱都会心疼,包里钱这么多,万一这是救命钱呢?老话说‘外财不富穷人’,要是我再遇到这样的事,还是会选择这么做。”

## 虽家境贫寒,面对十几万元巨款却毫不动心——

# 魏宗斌:拾金不昧的“中国好人”



□本报记者 王佳声 见习记者 郑莉

9月11日,记者初见魏宗斌时,他刚刚从工作的矿井下升井,瘦弱的身躯套着一身藏蓝色工作服,沾满煤灰的脸上,一双眼睛布满了血丝,略显疲惫。他向记者挥了挥手说:“人不能图财,捡到钱还回去是应该的,没必要报道。”

金阳矿业集团金阳煤矿办公室主任李凯告诉记者,43岁的魏宗斌已经在金阳煤矿运搬工区工作了7个年头,为人内敛、勤恳朴实,去年10月因拾金不昧荣获“中国好人”的称号后,一直对前来采访的媒体说“这是应该做的”。

说起2012年2月13日捡到钱包的那个下午,魏宗斌仍然记忆犹新。

“那天我上早班,从6点上到下午2点,骑摩托车走到捡钱包的地方时,大概是下午2点半。



□王佳声 郑莉 报道  
▲9月11日,魏宗斌在金阳煤矿认真工作。

我走着路上像是个钱包,骑出去了五六米又绕回来了,当时钱包的拉锁开着,能看到里面有工资卡、钱、账本、存折。以前在电视上看到过设陷阱骗钱的,我害怕被坑就没直接拿走,但是一直等了半个小时也没见有人来,我就想着先拿回家再想办法找失主吧。”魏宗斌停下喝了口水接着说,他回家后仔细地翻看包里的东西,发现一共有5000多元现金和十三四万

元的存折。

“我当时第一反应就是丢了这么多钱和存折,失主该多着急,得马上还给人家。”魏宗斌说,“还好钱包里有张身份证,地址显示的曹家寨村,距离我家差不多5里路,我就赶紧打电话给一个亲戚,他也是那个村的,这才联系上失主。”

原来,失主马振峰是一名农村信用社信贷

## 7旬“驴友”泰山迷路获救

9月17日11时,迷路困于泰山月光崖19小时的济南70岁女“驴友”,在消防官兵的搀扶下下山。该“驴友”于9月16日9时50分进山,由于下雨山上雾气大,辨错方向找不到归路,在当天12时50分报警求助。泰山景区搜救人员经过一夜搜寻,在17日上午9时20分找到该“驴友”。目前,该“驴友”身体并无大碍,表示不会再冒雨走未开发的山路。

### 导读

## 22 视点

### 精神病患

### 大多“有病缺治”

记者调查发现,“因病致贫”、“因病缺治”是很多精神病患家庭的现实状况。9月底,泰安将筛选出50个贫困重症精神病患者家庭,加入到民政部、李嘉诚基金会大爱之行“心灵家园”项目,这些家庭将得到免费救助。

□责任编辑 王菁华