

沂水(泉庄)桃花节开幕,万亩桃花绽放待客来

## 蒋大为桃花节上唱桃花

本报4月6日讯(记者李丽 通讯员田宝宗 杨明美 陈玉霞)羊年春节早,万亩桃花开。沂水泉庄佃坪桃花山漫山遍野的桃花争奇斗艳,竞相开放。4月4日,随着开场舞《中国笑容》的跳动,以“天下泉庄乡愁之旅,世外桃源乡之梦”为主题的2015山东沂水·泉庄第四届桃花节在泉庄镇佃坪村桃花山正式拉开帷幕。中国著名男高音歌唱家蒋大为和知名歌唱家江垠出席了开幕式,并真情献唱了《在那桃花盛开的地方》《父老乡亲》等多首经典歌曲,数万游客慕名而来。

4日9点,泉庄镇桃花山聚集了众多游客。“看着漫山遍野盛开的桃花,呼吸着新鲜空气,心情舒畅很多,这里确实是个好地方,明年桃花节我还要带着家人来。”潍坊的王先生

说,眼前的景色完全超出了他的想象,而且空气也好出乎他的意料。

9点30分,开幕式正式开始,精彩的文艺演出博得阵阵掌声,蒋大为的演出把开幕式演出推向高潮。“我是专门奔着蒋大为来的,终于见到真人了,太高兴了。”赵建波说。

“自从有了桃花节,村子里可热闹了。”今年83岁的张玉荣老人在孩子的陪同下到山上看桃花,她说可以听游客讲讲外面的世界。

据了解,今年桃花节的主题是“天下泉庄乡愁之旅,世外桃源乡之梦”。此次桃花节从3月25日一直持续到4月20日,佃坪桃花山、石旺峪桃花源、三庄桃花涧三大主阵地全天候向游客开放,连续30余场次的轮回文艺演出等10大活动助推整个桃花节。



蒋大为演唱《在那桃花盛开的地方》。

沂水县(泉庄)自2012年举办桃花节以来,积极整合资源,借助桃花节品牌和平台优势,成功打造了“天上王城、天下泉庄”核心品牌,深入实施

了“生态靓镇、农业富镇、工业强镇、旅游兴镇、文化名镇”五大战略工程,打好了生态牌、林果牌、群团牌、多泉牌、文化牌。

## 相关新闻

## 蒙阴第十届桃花节开幕

本报4月6日讯(记者 郇恒雪 通讯员 李朋 圣虎)4月6日,首届中国岱崮地貌全国摄影大赛颁奖暨中国·蒙阴第十届桃花旅游节在蒙阴县岱崮地貌景区隆重开幕。本届桃花节以“崮乡情、崮乡行”为主题,旨在以花为媒,着力推介“天下第一崮乡”,扩大岱崮地貌旅游区的知名度,进一步提升旅游区的品牌效应。

人间四月芳菲尽,蒙阴县65万亩桃花竞相绽放,漫山遍野的桃花红的如火,粉的似霞,风景如画。在开幕式上,除了首届中国岱崮地貌全国摄影大赛颁奖仪式之外,还有精彩纷呈的文艺演出活动。

据了解,此次活动从4月6日一直持续到4月20日。活动分为桃花节之爱情活动、阳光活动、民俗文化文艺活动、田园活动四大板块,这些活动中包含了真爱永固——崮上爱情许愿、岱崮影像——爱情记忆主题摄影展、“桃李满天下”十佳教师游岱崮、齐鲁拍客团百人采风、桃花节最美笑脸摄影评选、各种文艺演出、漫游桃花骑行观光、桃花特色美食宴、岱崮特产限时抢购等20项内容,让广大游客到蒙阴来赏崮看花的同时,体验和享受生态乡村的休闲时光。

## 山东赛兔会在蒙阴举行

本报4月6日讯(记者 郇恒雪 通讯员 李朋 张圣虎)4月5日,第二届(2015)中国毛兔产业发展大会暨山东省第三届长毛兔赛兔会在蒙阴县举行。来自全省14家养殖场(户)的84只预赛兔参加了比赛。

比赛过程中,采用电动剪毛的方式,有效避免了手工剪毛出现差异的问题。在参赛兔防伪方面,在使用耳标的基础上,使用进口防伪芯片,确保了比赛公平公正。

最终,经过山东省第三届长毛兔赛兔会比赛委员会的评定,蒙阴县长毛兔种兔场提供的参赛兔以平均产毛量1039.31克、个体产毛量1188.92克和产毛率29.40%、30.08%的成绩获得了组赛组金奖、个体赛公兔组冠军和公、母兔个体产毛率比赛的第一名;蒙阴县益达兔业有限公司提供的参赛兔以个体产毛量1092.32克的成绩获得了个体赛母兔的冠军,产毛量均创全国新记录。

据了解,蒙阴县长毛兔饲养量600万只,年产兔毛4000吨,占全国的30%,种兔质量全国领先,兔一沼一果生态农业循环模式全国首创,被认定为“中国长毛兔之乡”、沂蒙长毛兔国家级标准化生产示范县。全县万兔村达到23个、千兔场62处、五百只养兔户4520户。

## 记者调查

专家建言品牌塑造:

## 办好节庆品牌,得融入地区特色

桃花节、梨花节……清明前后,各种节庆活动扑面而来。但是,记者在采访过程中发现,尽管各地大大小小的节庆活动很多,但是被市民所熟知的形成品牌的节庆活动较少。

本报记者 郇恒雪



4月6日,在莒南县天马岛景区,盛开的大片桃花吸引游客拍照。记者 廖杰 摄

## 现状 节庆活动多,知名品牌少

具有临沂特色的节庆旅游活动有哪些?

对此,记者采访了市区多家旅行社的导游,多数采访对象的回答不超过5个。“临沂地区的红色旅游算是一大特色,但具有临沂特色的节庆旅游活

动,除了书圣文化节,其他知名的好像不多。”韩姓导游说。

据临沂百事通国际旅行社营销部经理刘金梅介绍,目前,临沂的节庆旅游活动的现状是,节庆旅游活动很多,但是有临沂特色的或者被市民所熟知

的较少。外地游客大部分对红色景点、峡谷、山川比较感兴趣。

“对于现下这个季节各地开展的桃花节,市民熟知的有沂南李官、蒙阴岱崮、沂水泉庄三处。”刘金梅说。

“临沂目前的节庆旅游活动数量多。最有影响力的、形成临沂品牌特色的少,节庆效应不高。”临沂大学商学院副院长、教授朱孔山说,目前,临沂节庆品牌做出特色的是书圣文化节和诸葛亮文化旅游节。

## 短板 易流于形式,多缺乏特色

据朱孔山介绍,节庆旅游活动有多种类型,有人物型、事件型的节庆旅游活动,还有根据水果的生长阶段衍生出来的桃花节、采摘节等节庆活动。

“举行个开幕式,加上民俗表演或者文艺演出,做一些商

品展会,吸引开发商,这是目前桃花节、梨花节这类节庆活动的一般形式。”朱孔山说,国内的桃产业分布广泛,各地由此衍生出此类节庆活动,如果单纯将桃花、梨花作为旅游资源,容易缺乏特色。

刘金梅认为,受游客欢迎

的关键是景观吸引力,另外,景色与当地文化特色相结合的演出也是吸引游客眼球的关键。对于一些节庆活动,前期的宣传工作一定要到位,这样才好把知名度打出去。

“许多地方的节庆活动流于形式,缺乏特色,品牌少,是

目前目前节庆旅游活动的短板。”朱孔山说。

朱孔山表示,节庆旅游有重大意义。节庆旅游吸引游客,具有一定的轰动效应,对景区有一定的宣传作用,这是为什么多地举办节庆活动的原因。

## 破题 提炼地方特色,融入文化底蕴

“不同类型的节庆,构成要素和举办形式不同。”朱孔山说,例如书圣文化节和桃花节,肯定不一样,因为它们的内涵不同。

对于如何塑造节庆品牌,

朱孔山从节庆类型策划、节庆品牌投入和节庆品牌营销等方面给出了建议。

“要因地制宜地进行节庆品牌类型策划。”朱孔山说,依托当地的历史事件、人物故事,

地理特征等旅游资源,深入挖掘其中的文化内涵,把特色提炼出来,融入到节庆活动中,这是前期策划组要做的,也是形成节庆品牌的关键。

在节庆品牌营销方面,朱

孔山建议,把节庆品牌化包装,通过各种媒体,特别是新媒体,把信息传播出去,吸引游客来参与。“一届一届连续做下去,品牌效益就出来了。”朱孔山说。