

做活“旅游+” 生态因文化锦上添花

郑州绿博园立足休闲旅游特色,打造生态文明窗口发展纪实

科学规划 打造生态园区样本

步入郑州绿博园,青砖灰瓦、亭台楼阁、拱桥曲水、廊腰曼回……古韵风貌让人仿若身处江南园林,抑或是西塘古镇。

这个汲取了海内外先进园林设计理念和建园风格精华的所在,既有江南苏杭美景的清新、婉约,又有北国皇家园林的厚重、气派;既有沿海风光的温润与澎湃,又有西域高原大漠的豪情与洒脱。更为难得的是,这里还汇聚了我国大部分地区的珍稀植物762种。园区中心的枫湖,更拥有中原规模最大,花型、花样最多的声光音乐喷泉。

7年来,郑州绿博园借鉴学习、探索总结,结合实际情况,以科学规划、资源整合、突出特色、打造品牌的管理理念,转变经营观念,完善配套设施,提高服务水平,构建旅游服务体系。从园林管护到景观提升,从基础设施到展园开发,从宣传推介到特色品牌,从管理服务到标准化建设,均取得快速发展,相继获得“国家AAAA级旅游区”“全国林业科普基地”“全国科普教育基地”“河南省文明单位”“河南省文明风景旅游区”“河南省第二批旅游标准化示范单位”等系列殊荣。

做活“旅游+” 服务提升生态魅力

作为生态园林景区,郑州绿博园如何做好“旅游+”这篇大文章,也成了管理者苦苦思考的问题。

而首要的、最务实的做法,当从完善“吃住行游购娱”、持续健全自身服务功能做起:改造和引进绿博生态餐厅、变形金刚主题餐厅、老家味道等,满足游客不同层次的餐饮需求;迁建两座智能温室,为举办四季花展提供了更广阔的平台;建设动物散养区,在静态园林景观的基础上,为园区增添了一抹灵动的元素,实现了动与静的完美结合;建设“勇敢者道路”“趣桥世界”等娱乐项目,满足年轻人的需求;全园实现WIFI全覆盖,方便游客无线连通;以“中原文化大庙会”和“绿博之夜”为节点,进行夜间亮化;打造主题商店,售卖当地特色工艺品,为游客购物提供方便;引进观光小火车、电动四轮车、脚踏四轮车等,并安装智能候车系统,方便游客的同时也提供了更贴心更优质的服务……

郑州向东,有这样一处所在,7年前起屋、建湖、蓄水、植树、种花……奉献给郑州市民“一湖、二轴、三环、八区、十六景”。

因为有她在,每每闲暇,这个所在总会引得郑州乃至周边市民携家带口、呼朋引伴、蜂拥而至。游客数量每年平均以20%的速度递增,2016年突破200万人次,2017年上半年更达170万人次。

因为有她在,这个区域的黄土地“光芒四射”,华强集团、华特迪士尼、华谊兄弟文化城、杉杉奥特莱斯、海宁皮革城等相继落户,10余家上市企业先后入驻。该文化产业区的发展,也被列入郑州国家中心城市发展规划。

她,就是2010年9月26日开园的郑州·中国绿化博览园(以下简称郑州绿博园)。

7年来,郑州绿博园发挥自身优势、做活“旅游+”,以打造集生态、科普、休闲娱乐于一体的生态主题名园为目标,以“特色生存、优势发展”为指导,以提升绿博园核心竞争力为中心,以打造品牌、扩大影响力为重点,开拓创新、锐意进取,实现了管理水平的快速提升和经济效益、社会效益、生态效益、品牌效益的同步增长。

郑报融媒记者 刘书芝 通讯员 宋剑丽 文/图



做强“旅游+” 文化助推旅游升级

文化是旅游的“灵魂”,旅游是文化的载体,园区管理者深谙此道。做好生态建设的同时,以丰富市民节日文化生活、弘扬传统文化为宗旨的一大批活动次第推出。

“四季花展”来了!

梅花、迎春、玉兰、海棠、牡丹、郁金香、桂花、兰花等近百种花,季季有花香。春有百花、夏有百合、秋有蝴蝶兰、冬有郁金香,四季花展各不同。灵感来源于我国传统的花朝节的春季“问花节”这一郑州绿博园自主打造的花卉活动品牌,已成为省内知名的花卉文化活动品牌。

“我们的节日”来了!

每年春节、元宵节、清明、端午、中秋佳节,陪着市民过。特别是中原文化大庙会,连续两年游客量均突破60万人次,弥补了郑州区域无大型知名庙会的缺憾。2017年元宵节当日入园更是突破15万人次,创下了绿博园单日入园纪录。中秋文化节经过5年的品牌塑造,经中国民间艺术家协会批准上升为中国(郑州)中秋文化节,成为国家级的节庆活动。

展望未来 打造生态文明窗口

如今的绿博园,已经成为郑州环城游憩带的一颗生态明珠、郑州市民度假休闲的首选集聚地,成为展示郑州乃至河南省形象的一张靓丽名片。

接下来,郑州绿博园将依托现有资源,通过对原有管理中心、科普展馆、科技园及部分配套服务设施和展园的改造升级,将传统博物馆和科技馆融合,建设国家级生态博物馆,通过高科技手段,实现游客与展示内容的良好互动。郑州绿博园也将成为我市乃至我省重要的生态文明窗口,成为全国同类博览园景区的标杆。

