

圣城



文化节提升了曲阜的知名度

高铁助推圣城游

本报记者 姬生辉 通讯员 张明哲 梅花

历史久远的文化圣地

曲阜古老的土地上,孕育出了中国三大文化源流。据司马迁的《史记》等古籍记载,中华人文始祖轩辕黄帝诞生于“鲁东门之寿丘”,即现曲阜城东的寿丘、少昊陵景区处;炎帝神农氏曾在此建都;上古“五帝”之首少昊死后就葬在寿丘之北,留下了被称为“东方金字塔”的少昊陵;虞舜也曾在此曲阜长期活动;“三皇五帝”中,有四人在这留下活动踪迹,其中三人在这建都,使曲阜成为中国远古文化的标志性地区和炎黄文化的重要发源地之一。春秋末期,伟人孔子在这里诞生,他所创立的儒家文化持续影

响了我国历史2500多年,铸就了中华民族的基本性格特征,并成为中国传统文化的主流,对人类历史产生了深远的影响。悠久的历史给曲阜留下了辉煌的文化遗产,保存的文物有金、元、明、清历代古建筑1300余间,古代墓葬10万余座,古树名木1.7万株,其中千年以上古树286棵;有汉以来的历代碑刻,石刻5000余块,其中汉魏碑刻约占全国总数的1/2;有馆藏文物11万多件,包括全国仅有的元明衣冠和延时长、保存最丰富完整的孔府档案9000余卷26万件,其中国家一二三级文物6762件。

闻名世界的旅游品牌

作为中华主流文化的发源地,曲阜市相继完成了明故城南门、孔庙大

成殿、颜庙复圣殿、孔府西路古建筑群等古建筑维修工程,赢得了社会各界

的广泛认可。坚持“防治结合,重在预防”的宗旨,不断巩固完善“人防、物防、技防、犬防”四防合一的文物安全防范体系,配合京沪高铁曲阜段施工,对沿线的遗址进行了复探,并对10处墓葬组织了抢救性发掘。

文化产业的发展离不开品牌的塑造,孔子文化就是曲阜最大的品牌。近年来,曲阜充分挖掘整合儒家文化资源,先后推

出了孔子家乡修学游、孔子故里民俗游、孔子故里过大年、寻根朝觐游、孔夫子之路等旅游项目,形成了独具曲阜特色的旅游品牌。特别是1988年首次推出的孔子家乡修学游,是我国第一个以修学为主题的节庆活动,杏坛开讲,成人礼,经典诵读等活动每年都吸引大量海内外学生游客,现已成为国际国内旅游市场上的名牌产品。

高铁时代的发展良机

京沪高铁开通后,与京台高速、104国道和日东高速、327国道形成的高速交通体系大大提升了曲阜的可进入性,使曲阜成为地域性客流中心和全国重要的“高速交通枢纽”。高铁巨大的客流将产生强大的购物、餐饮、休闲、商品和服务消费能力,直接带动曲阜旅游产业链条的完善和提升。

按照“城市即旅游”和建设“A级景区群”的思路,在保护利用好三孔5A级景区的基础上,优

化提升4A级旅游景区孔子六艺城,3A级旅游景区尼山、颜庙和石门山,加快推进寿丘、少昊陵、周公庙、孟母林、汉魏碑刻馆创建国家3A级景区进度,建成颇具规模的“A级景区群”。围绕高铁游客市场的需求,加强旅游精品线路的设计,策划一日游、两日游和专项旅游产品,联合客源旅行社开发二日游以上线路,与京沪高铁沿线旅游城市、周边县市区合作策划一批跨区域旅游线路。

曲阜“三宝”

“曲阜三宝”——碑帖、楷雕、尼山砚历史悠久、堪称一绝,广受海内外收藏者喜爱。除此以外,曲阜充分利用自身独特优势,结合现代科技和工艺手法,在发展传统产品的基础上不断推陈出新。如今,曲阜楷雕已发展到上百个品种,孔子像材质拓展到数十种,商周十供、鹿头尊等文物复制品达10余种,《论语》则根据游客不同需要印刷制作出100余种版本。

“曲阜三宝”、孔子文化礼品系列被评为“到山东不可不买的100种旅游特色商品”称号,通过大赛在景区、游客、厂商、媒体中间搭建起了新的沟通——展示——交易——评鉴平台,加强了旅游商品生产设计环节与市场的直接沟通,激发了旅游商品生产企业的积极性。

曲阜孔子六艺城 孔子故里园欢迎您!



国家AAAA级旅游景区孔子六艺城·孔子故里园是一座集休闲、体验、娱乐、拓展、美食、购物于一体的大型文化主题游乐城。景区分设孔子六艺体验区和孔子故里园民俗展示区,徜徉三间,梦回鲁国盛世,畅游三孔,浸染古鲁风情。

景区依托曲阜独特的旅游资源深厚的人文底蕴,创意策划了孔子六艺文化体验之旅、孔子故里修学游、孔子民俗文化游等多项精品旅游项目,成为曲阜文化旅游的亮点和名片。品六艺古道,赏古鲁民风,筑孔府梦寐,有朋自远方来不亦乐乎!



清静候宾朋,邀客休闲游