

茅山东方盐湖城

## 八周年,江南山镇满城新花样

■记者 周洁 夏晨希

3月26日,茅山东方盐湖城景区以新品“山海花瀑”的亮相迎来八周年庆。

怒放的“花海”如瀑布般自喜泉阁倾泻而下,粉色与紫色的“花簇”将山翠春景衬得更加鲜绿、勃发。游人一边纷纷慨叹布景者的创意与用心,一边迫不及待用镜头记录分享。

八年来,东方盐湖城景区正是如此,不断用创想点亮景区魅力,用文化重塑远山生机:创新四季观光、更新王牌秀演、焕新非遗文博、出新食住体验……从游客体验感出发,持续革故鼎新,以满城的“新花样”让游客对这座逍遥山镇时时保持新鲜感。

## 山海主题,花境新开

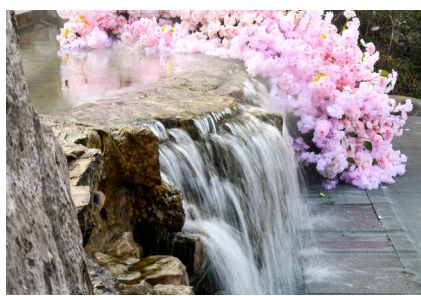
花漾多姿,欣欣向荣。这个春季,东方盐湖城推出全新山海主题花境。以《山海经》神话世界为文化背景,在逍遥山镇的各个角落植入带有神秘色彩的置景。花瀑、花墙、花廊、花巷、花船、花品……充满传奇玄幻故事文化意蕴的高颜值花境,让游客在欣赏江南山镇静态美的同时,主动加入打卡、祈福、路秀中,大大提升互动与体验感。

“我们几个平时喜欢看‘爆改’。这次在‘小红书’上

看到了东方盐湖城的山海花瀑觉得太适合做背景了。就立刻过来拍摄了。对于玩‘爆改’的人来说,最喜欢看一些很新、很美的场景,在这里我们的爱好会得到更好的发挥。”在南京上学的董同学对东方盐湖城的山海主题花境赞不绝口,几天内已经带好友来了三次。

不仅有静态的山海主题花境,东方盐湖城还即将开启与之匹配的全新演艺《山海传奇》。据悉,演出将从清明节假日开始,每天10:30、

16:00,在喜泉阁清明上演。相柳、青鸾、九尾、陆吾、夙、朱雀等《山海经》中的精怪都将以“走秀”的形式出场,秀中还包含舞蹈、杂技、武术等元素。还有各种山海主题的NPC(非玩家角色)出入花境与游客为伍相伴,可谓有花有故事,好看又好玩。整场演出将利用精致的



服化道、声光科技与实景,以《山海经》为文化背景,打造出极具特色的东方美学奇幻演艺,讲好东方故事,弘扬中国文化。

## 百花齐放,独树一帜



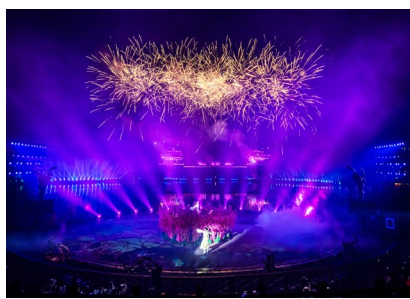
再出发,新征程。面对文旅市场百花齐放的繁荣现状及愈发激烈的竞争态势,东方盐湖城将“康养”纳入新年课题。

集团提出要聚焦“逍遥·康养”两大主题,筑牢品质根基,强化开源节流。一方面推动“白云小馆”“酸奶小铺”等高品质、高净值新型自营门店的落地;一方面加快山居知青、茅盐客栈、降魔宫改造,灯光提升等重点项目的建设,筑牢市场的品质根基。“从疗愈方向出发,我们想为游客提供多维度多感官的沉浸式文化旅游体验空间。”盐泉涵馆酒店店长介绍说,酒店自带泡脚、按摩、五行体验等多重服务,他对即将到来的清明小长假满怀期待,希望来度假的游客们能在江南山镇得到心与身的治愈放松。

东方盐湖城旅游发展有限公司董事长吴静告诉记者:“以茅山文化、非遗文化、国风文化为基因,东方盐湖城景区8年来持续融合文旅市场需求,焕新景区产品、体验及服务。已经有1027万人次游客来到这里。未来,我们将继续以强大的焕新造血能力,让游客对仙镇时时保持新鲜感。”

春山苍苍,春水漾漾。茅山以自然禀赋与文化资源滋养东方盐湖城,东方盐湖城文旅人也将继续用创新文思与辛劳汗水浇灌这满山春光。

## 逍遥一梦,山镇浪漫



新项目争俏,经典演艺也在不断更新。这个春天,景区王牌演出《逍遥游》每周末将升级为带烟花的最新版本。实景舞台、实力班

底、实时音效,带来身临其境的演出效果。每周末,配备了百万烟花的升级版演出,更是与漫天星辰形成独属于东方盐湖城的浪漫。

事实上,自2019年开演以来,精益求精的景区演艺团队先后在剧情、舞美、烟花呈现等方面为《逍遥游》做了7次全面优化改版。也正是因为这样的用

心,才不断有老粉新人持续关注。演出假期期间场场爆满,“五一”“十一”及暑假的每晚甚至需要加演1场。累计观看人次近150万人次。

还有,90分钟的剧场大秀原创爆笑喜剧《嘻哈道》,每场的掌声笑声表达了观众的认可与青睐;原创武侠餐秀《江湖盛宴》让游客化身江湖客,边吃大餐、边看演出、边互动游戏,节假日即使每晚加演照样一座难求;主题路秀是到东方盐湖城必看的节目,不同阶段有不同主题

剧情,相同的是每次演出都有上百名NPC在千米道风街展开戏剧故事……“我们去年‘五一’看过东方盐湖城的《木兰传》路秀。我以为从观众变成演员,换上甲冑体验沉浸式演出已经很有意思了。今年居然又增加了白日焰火。现场真的震撼,非常大制作。小朋友记住了好多历史故事里的人,亲身体验获得的知识果然更生动。”来自无锡的李女士一家是景区家庭年卡用户,每年来好多次,每次都有新体验。

## 创意不竭,国风鼎盛

八载经营,已饶气象。一路走来,盐湖城前行的步履坚定热诚,发展的创意不竭翻涌。2023年,东方盐湖城依托文化赋能实现特色场景的打造推动品牌口碑的质变,全年超百万人次入园,获得“江苏精品”企业认证,王牌IP“国风大典”再受追捧,进一步巩固了盐湖城国风引领者的领先地位。

通过连续4年举办的国风大典等系列品牌活动,

东方盐湖城已然成为国风度假潮流的引领者。据统计,“2023国风大典”全网曝光超40亿,多个话题在抖音和微博热搜占据TOP10,实现持续高位霸榜。全网共斩获72个热搜,拿下15个抖音热榜TOP1。国风美焕夜直播曝光1.4亿,累计看播2800万,直播间互动高达230万次。国风大典抖音话题累计45.2亿次播放。

另外,东方盐湖城依托

“道文化”地缘优势落地道文化大会等活动,增强道文化博物馆及系列文化体验,景区不仅获得越来越多年轻人的喜爱,其传承千年的文化基因也让海外游客不远万里来到东方盐湖城,感受中国文化的魅力。今年春节大年初一至初七,东方盐湖城入园



人数为9.3万人次,较2023年同期上涨40%,酒店连续多日满房,平均出租率达95%,均创历史新高。