

以优秀民营企业企业家杨植森为代表的老君山人,矢志不渝践行“两山”理论,打造“一座山带火一座城、带富一方人”的文旅发展样板

老君山人,“两山”理论笃行者

秦岭余脉,八百里伏牛山主峰——老君山,承载着多少人的梦想?

日出东方,第一缕晨曦在云海的尽头刺破天际,为起伏的峰峦、巍峨的殿宇勾勒出金灿灿的轮廓。

群峰之巅,夙夜的守候,只为这一刻的震撼与浪漫。在凝望和注视中,每一个人都赞叹于大自然的鬼斧神工,也许下最美好的愿望。

恰似“天时地利人和”造就了老君山无与伦比的壮丽奇观和万千人无限憧憬的美好邂逅,她的拓荒人——老君山文旅集团董事长杨植森,也常以此感慨自我奋斗与伟大时代相互成就的人生际遇。

回溯17年前的今天,2007年8月23日。出身于农村、发家于工矿,且已过花甲之年的杨植森,在栾川县“工业反哺旅游”的号召下,在30万山城人民的瞩目中,郑重接过老君山开发的重担。

时间的年轮,镌刻下奋斗者的足迹。17年间,老君山从负债累累的国有林场跻身国家5A级景区,客流量从每年约1.5万人次增长至450万人次,综合收入从30多万元增长至超10亿元,总资产由1300万元增长至60多亿元,创造了“一座山带火一座城、带富一方人”的绿色发展奇迹。

目光聚焦当下,2024年8月23日。年近八旬的杨植森又以极大的气度、格局和胸怀,自愿将持有的老君山文旅集团60%的股权转让给栾川县属国有企业洛阳伏牛山文化旅游发展有限公司,以期老君山在新文旅理念引领下继续擎起全域旅游发展的旗帜。

青山为证,一诺一生。上善若水,大道至简。

老君山——当之无愧为全国旅游业高质量发展的标杆。

以杨植森为代表的老君山人——当之无愧为“两山”理论的模范践行者。

是一帆风顺的。因投入不足、设施落后、机制不活,经过多年建设的老君山一年门票收入才区区30万元,欠账还不上,甚至连保工资都成问题。

接手老君山,杨植森又是何种心境?

当年,生于老君山脚下七里坪村的老杨,已是栾川数一数二的企业家。

回眸老杨的前半生,堪称励志的典范。一穷二白的年代,极度贫穷的生活,磨炼了他的意志。担任村组干部36年,他带领群众抓生产、解决温饱,在乡邻中有口皆碑。改革开放后,伴随着栾川铝业经济的繁荣,他从小推车、拖拉机起步,不仅成为全县社第一个被挂红挂彩的“万元户”,更是在全县第一个招来上海企业联合开矿办厂。此后,他相继掌管11家工矿企业,经营无不利水起。

一边是工矿经济的快速繁荣,另一边是旅游开发的步履维艰。迈进新世纪,栾川县委县政府审时度势提出“工业反哺旅游”的战略决策,引导工矿企业家投资开发旅游业,在运作模式上变“政府主导景区开发”为“混合所有制经营”,全面推动“黑色经济”向“绿色经济”转型。

老君山,谁来干?这个龙头,谁能舞起来?经过深入考量和层层遴选,县委县政府把目光锁定在杨植森身上。

创业多年,老杨干一场,成一场,栾川人说是“常胜将军”,是“不倒翁”。不过这次他犯了嘀咕:干农业、搞工矿,是本行,干旅游却是地地道道的“门外汉”。况且,面对负债累累的老君山,一切前途都未可知,干砸了,就要赔掉一生名誉。

老杨也曾几度请辞。最终,党委政府“三顾茅庐”,父老乡亲翘首以盼,老杨松口了。如此就有了2007年8月23日的一纸约定。

这约定,众望所归,饱含着一位大山儿女的赤子深情,也照见优秀民营企业家的胆识气魄。

一个花甲老人的跨界创业之路,就此开启!

02 以山为命 蝶变新生

从2007年到2024年,17年岁月流转,弹指一挥间。静坐在老君山脚下办公楼里,看千万人为爱奔赴,杨植森不禁思绪万千。

遥想当年的抉择,看似一次“赶鸭子上架”的偶然,实则是个人融入时代的必然。

大家笑谈,“老杨的钱几辈子也吃不完”。老杨却有自己的看法:家财万贯,日食不过三餐;广厦千间,夜眠仅需三尺。所有的财富是拼搏半生的回报,更是改革开放的时代红利,是伊水栾山的宝贵馈赠。取之于大山,用之于大山,才是财富最好的归宿。

像老杨这样执着的人,干任何事,不干则已,干必干好。他立下誓言:集北山之财建设秀美栾川,汇南山之灵再造二次资源。他也打心底认为,开发老君山,是一场大事,是值得他下半辈子倾其所有为之奋斗的大事。

以2007年8月23日为坐标,在杨植森的运筹帷幄之下,老君山拉开了高起点、高格局、大规模的开发建设的帷幕。

规划科学是最大的效益。老君山的开发从来不是漫无目的蛮干,而是一场连续的、有领导的、有规划的跋涉。

接手之初,老杨不惜重金相继聘请同济大学、清华大学、绿维文旅等顶尖设计团队,编制《老君山风景名胜区总体规划》《老君山金顶庙宇群详规》《老君山提升全案策划》等一揽子规划方案,塑造了“一轴两翼七游览区”的宏大格局。

一张规划图挂起来简单,但要落实下去,就必须真刀真枪地干,真金白银地投,而老杨没有丝毫犹豫,也从吝惜。

老君山之灵秀,在山水。17年间,老君山相继建成完善外联内畅旅游交通环线 and 基础设施体系,一体开发追梦谷、寨沟景区;建成云景、中灵、峰林3条世界一流索道;修筑穿云、步云、飞云万米绝壁悬空栈道,让游客以最快时间、最近距离感受君山仙境的雄奇魅力。

老君山之魂魄,在文化。翻阅中华优秀传统文化的浩瀚典籍,老子文化蕴含的“上善若水”“道法自然”的智慧与境界,就是其中灿

烂的篇章。多年来,老君山始终秉持“以文塑旅、以旅彰文”理念,以极致的精神追求,高标准实施老子文化苑、灵官殿修复、金顶建筑群等文化工程,让游客身临其境感悟文化之美、陶冶心灵之美。

一项项具有里程碑意义的工程,说起来三言两语,做起来却是千难万难。

拿投资来说,老君山的每一处新变化都是“钱砸出来”,开发之初,每年投入都上亿元。要知道,景区旅游营收到2017年才突破亿元。所以,起步的前10年,老杨是抱定多大的决心啊!

花钱,老杨不心疼。但老杨这人,大伙心疼。六七十岁的年纪,他事必躬亲。记得,一次实地踏勘,他不慎跌落,脚脖子肿得比碗口还粗,可当天他就又出现在山上……

以山为命,呕心沥血。老君山发展几年就上一个大台阶:2008年成功创建国家4A级景区,2012年跻身国家5A级景区行列,并被纳入伏牛山世界地质公园、国家级自然保护区、省级文保单位、省级风景名胜区分区……

一步一步丈量,一砖一瓦垒砌,在老杨的手中,老君山华彩蝶变!

03 声名鹊起 双向奔赴

若把老君山比作一艘大船,营销就是那破浪之帆。回望17年航程,大规模开发建设与大手笔营销创新,共同驱动老君山的强势崛起。

且看一组热气腾腾的数据:2007年前,经营步履维艰,门票收入仅有30万元;

2017年,历经十年磨一剑的积淀,营收

下,越来越多时尚化、年轻态、有调性的营销策划,成为老君山不断刷新业绩的关键增长点。

——人文关怀、双向奔赴,“不让一位游客受委屈”。

忘不了,君山飞雪,游客涌上金顶,流连于唯美雪景。老杨带着大家轮流值守,一句“游客不下山,我们不下班”,照亮了寒夜,温暖了人心。

忘不了,2023年的“五一”长假,景区因限流停止售票。为此,老君山给游客开具了“我欠你一次旅行”的“欠条”,“欠条”有效期10年,排解了怨气,收获了感动。

忘不了,连续7年“十一”黄金周,老君山推出“一元午餐”,只为游客能吃到一口热乎饭。虽然无人收款,但景区每天收入都高于发放的餐品数。这何尝不是一场将心比心的情感共鸣?

——敏锐洞察、把握大势,“热情拥抱互联网新媒体”。

2020年11月21日,疫情之下的一场大雪让银装素裹的金顶宛若仙境。社交平台突然爆出一句“远赴人间惊鸿宴,老君山上吃泡面”火遍全网。雪后10天,老君山相关话题在抖音等平台曝光量数十亿次。这次现象级传播,让老君山真正成为“一年四季无淡季”的景区。

互联网时代,市场瞬息万变,识变、应变、求变方能立于潮头。老杨上了年纪,但始终保持对新事物的好奇与热情。在他的主导下,老君山拥抱互联网,发力移动端,搭建智慧旅游体系,真金白银激励全员创作短视频,

一剂强心针。在他带动下,一批工矿企业家完成“绿色转型”。如今,在栾川旅游上投资超亿元的10多位企业家中,八成曾是工矿企业家,栾川全域旅游开发也因此迈向“黄金时代”。

旅游大发展“激发”生态大保护。从前挖山开矿,如今养山护山,栾川成为河南省首个获评国家“绿水青山就是金山银山”实践创新基地的县。2023年,全县年游客接待量达1500万人次。

——文旅质态的迭代升级

步入老君山下七里坪村,房前有溪、屋后有山,一座座民宿小院与山林景观融为一体,唯美的设计、舒适的体验,别有一番情调。从几年破败农房到改建农家宾馆,再到如今升格为高端民宿,“东有莫干山、西有老君山”民宿品牌正冉冉升起。

民宿经济只是老君山业态转型的一个缩影。当下,文旅产业从内容引流转向场景引流,文旅营销从线下宣传转向线上传播,文旅业态从传统观光转向深度体验……面对旅游行业的激烈竞争和重新洗牌,杨植森总能带领老君山人一次次把准风口、突出重围,以新业态新场景新模式,引领栾川文旅迭代升级。这就是“王牌”“龙头”的担当。



金顶奇观(资料图片)

首破亿元大关;

2020年,疫情之下逆势上扬,创造2.9个亿元的营销奇迹;

2023年,站上新文旅风口,收入历史性达到10亿元……

深读这条业绩斐然的增长曲线:从大规模建设阶段稳扎稳打的线性增长,到如今实现爆发式的指数增长,老君山旅游营销堪称业界典范。

老君山如何步步为营,化被动为主动?又何以抢占先机,变“网红”为“长红”?这背后是一套堪称业界典范的大营销策略。

——挂帅出征、开疆拓土,“一场硬仗仗着一场硬仗打”。

摸着石头过河,难免陷几脚泥、呛几口水。景区开发之初,老君山营销迟迟难以打开局面。老杨便亲自挂帅,一线督战。

为招揽游客,他曾率队在一个月时间里,密集走访全省18个城市的旅行社,苦辣酸甜,尝尽百味;为提升服务,他行程数万公里,奔赴全国各地知名景区考察学习,一次次对标先进、一场场头脑风暴,让营销策略渐入佳境。

此后,从常态举办“仙山花海节”“观海避暑节”“五彩秋趣节”“冰雪雾凇节”等四季节庆活动到开放老君山夜爬;从打造《知道·老君山》沉浸式演艺到创意推出“山水汉服节”“国风音乐节”等文旅策划……在老杨的带领

真正实现“流量”变“留量”。“弯道超车创造奇迹——河南老君山宣传推广方案”入选文旅部国内旅游宣传推广优秀案例。

精诚所至,金石为开。老杨以攻城拔寨的气魄、以心换心的服务、创新求变的思维,为老君山锻造了一支旅游行业最精锐、最强悍的“王牌军”。

04 共荣共富 山高水长

如何面对进与退、取与舍,衡量着一个人的智慧、境界与格局。

“8月23日”,对于老杨、对于老君山、对于栾川,都注定具有非凡的意义。

17年前的这一天,是老杨出矿区、兴文旅,接手老君山,在花甲之年开启跨界创业的日子。17年后,同样的这一天。即将步入耄耋之年的老杨携全家将持有的老君山60%的股权转让给栾川人民。

从接手开发到转让移交,17年是一个轮回,这方山水发生的变化更像一场“涅槃”。今日之老君山已非昔日之老君山,今日之栾川也非昔日之栾川。

细思量,一个人一座山为一座城一方人带来了什么?

——县域发展的绿色跨越

当年,在人们并不看好旅游业的背景下,老杨的关键抉择,无疑为“工业反哺旅游”注入

真正实现“流量”变“留量”。“弯道超车创造奇迹——河南老君山宣传推广方案”入选文旅部国内旅游宣传推广优秀案例。

精诚所至,金石为开。老杨以攻城拔寨的气魄、以心换心的服务、创新求变的思维,为老君山锻造了一支旅游行业最精锐、最强悍的“王牌军”。

如何面对进与退、取与舍,衡量着一个人的智慧、境界与格局。

“8月23日”,对于老杨、对于老君山、对于栾川,都注定具有非凡的意义。

17年前的这一天,是老杨出矿区、兴文旅,接手老君山,在花甲之年开启跨界创业的日子。17年后,同样的这一天。即将步入耄耋之年的老杨携全家将持有的老君山60%的股权转让给栾川人民。

从接手开发到转让移交,17年是一个轮回,这方山水发生的变化更像一场“涅槃”。今日之老君山已非昔日之老君山,今日之栾川也非昔日之栾川。

细思量,一个人一座山为一座城一方人带来了什么?

——县域发展的绿色跨越

当年,在人们并不看好旅游业的背景下,老杨的关键抉择,无疑为“工业反哺旅游”注入

真正实现“流量”变“留量”。“弯道超车创造奇迹——河南老君山宣传推广方案”入选文旅部国内旅游宣传推广优秀案例。

精诚所至,金石为开。老杨以攻城拔寨的气魄、以心换心的服务、创新求变的思维,为老君山锻造了一支旅游行业最精锐、最强悍的“王牌军”。

如何面对进与退、取与舍,衡量着一个人的智慧、境界与格局。

“8月23日”,对于老杨、对于老君山、对于栾川,都注定具有非凡的意义。

17年前的这一天,是老杨出矿区、兴文旅,接手老君山,在花甲之年开启跨界创业的日子。17年后,同样的这一天。即将步入耄耋之年的老杨携全家将持有的老君山60%的股权转让给栾川人民。

从接手开发到转让移交,17年是一个轮回,这方山水发生的变化更像一场“涅槃”。今日之老君山已非昔日之老君山,今日之栾川也非昔日之栾川。

细思量,一个人一座山为一座城一方人带来了什么?

——县域发展的绿色跨越

当年,在人们并不看好旅游业的背景下,老杨的关键抉择,无疑为“工业反哺旅游”注入



绿水青山就是金山银山

洛报融媒首席记者 白云飞 通讯员 李艳