

扬州何园

晚清第一园的魅力

陈华文



何园一景

栋前后并列的住宅楼之统称,因园中种植广玉兰和绣球而得名。100多年前,何家的男女老少们,就在这样的一个园居空间里演绎他们的喜怒哀乐。玉绣楼的主题建筑是前后两座砖木结构二层楼,既采用中国传统式的串楼理念,又融入西方的建筑手法,如采用法式的百叶门窗、日式拉门、法式壁炉、铁艺睡床等等。此外,在体现住宅建筑功能和人性化需要方面,也有一些值得称道的细节,如地面设通风孔、地下建有近两米高的透气层等等,可见当时园主的思想是何等开放。

与何园紧相毗邻的是“片石山房”,是明末清初画坛巨匠石涛叠石的人间孤本。片石山房于1989年复修,门楣上的“片石山房”匾额借用石涛之墨迹。此园的设计,以石涛画稿为蓝本,顺自然之理,行书画之趣,表现了石涛诗中“四边水色茫无际,别有寻思不在鱼;莫谓池中天地小,卷舒收放卓然庐”的古意。园中假山丘壑中的“人造月亮”是一奇观,盈盈池水,盎然成趣。假山洞内藏有石屋一间,可做夏日消暑之所。它本非自然而追逼自然,出自人工却巧夺天工。

何园将中国传统文化与西洋建筑元素相融合,无可争议地成为中国园林史上的奇葩。

江苏扬州的何园是清乾隆年间双槐园的旧址,始建于1862年。据传园内有双槐树两株,为双槐园故物,今仍有一株。何园曾名寄啸山庄,取自陶渊明“依南窗以寄啸,登东皋以舒啸”,后辟为何宅的后花园,故而又称“何园”。1883年,大盐商何芷舫归隐扬州后,购得吴氏片石山房旧址,扩为园林,用了整整13年。园林泰斗罗哲文称之为“晚清第一园”。

何园由东园、西园、园居院落、片石山房四个部分组成。何园的主要特色是把廊道建筑的功能和魅力发挥到极致,1500米的复道回廊,是中国园林中绝无仅有的精彩景观。左右分流,高低勾搭,街山环水,登堂入室,形成全方位立体景观和全天候游览空间,把中国园林艺术的回环变化之美和四通八达之妙发挥得淋漓尽致,被誉为立交桥形。

东园的主要建筑是四面厅,因为厅似船形,所以也叫船厅。船厅四周以卵石石、瓦片铺地,花纹作水波状,给人以水居的意境。船厅有何讲究呢?原来,何芷舫家族是靠贩盐起家,运输盐的主要工具是船,东西南北,是一条条的船,支撑起这个富甲一方的家族。大厅修建成船之形状,其寓意也是昭示何家后人,不要忘记先辈的辛劳打拼。

西园开阔的中央,有一个大水池,楼厅廊房环池而建。池的北楼屋顶高低错落,中楼的3间稍突,两侧的两间稍敛,屋角微翘,形若蝴蝶,故而俗称“蝴蝶厅”。江南私家园林的妙就在这里,浓浓的诗情画意,昭示着园主的文化格调。

水池东有石桥,与水心亭贯通,亭南曲桥环波,与平台相连,是纳凉之所。池西一组假山逶迤向南,峰峦叠嶂,后有桂花厅三楹,有黄石假山夹道,古木掩映,野趣横生。何园中的水心亭,是为了巧用水面和回廊回廊的回声,增强其音响的共鸣效果而建的,以供园主观赏戏曲和歌舞之用。今人很难想象,每逢中秋月圆之夜,园主与家人仆人一起,看戏赏月,饮酒赋诗,那是何等的快乐!

串楼是何园建筑艺术的最大特色。所谓串楼,就是用廊把一个个建筑物串联起来之意。串楼分上、下两层,即使在雨天,居者也能免遭淋漓之苦,夏日则能避开如火的骄阳。串楼逶迤曲折,延伸不断。串楼长400余米,绕园一周。如此之长的串楼,在中国园林中非常罕见。人在串楼中缓缓游走,如同置身画中。串楼的窗格和壁板上刻有苏东坡、唐伯虎、郑板桥等人诗画,回廊墙壁石碑上嵌有古人的诗句。

何园虽是平地起筑,却独具特色。通过嶙峋的山石、磅礴连绵的假山,把建筑群置于山麓池边,并因地势高低而点缀厅楼、山亭,错落有致,蜿蜒逶迤,山水建筑浑然一体。植物是园林中不可或缺的组成,对于植物种植与布局,在何园是颇为讲究的。古人是爱自然的,也是爱绿色的,要不然,怎么会在园中栽培那么多种类丰富的植物呢?梅树、桂树、红枫、梧桐、古槐、芭蕉以及各种花卉应有尽有,极尽生态之美。

玉绣楼是整个何园的亮点。玉绣楼是两

春日寻美万峰林

梁凤英 文/图



春光明媚,云贵高原又迎来了万花齐放的春游好季节。贵州省兴义万峰林景区(见图)由千万座奇峰组成,气势宏大壮阔,山峰密集奇特,明河暗流沟壑纵横,溶洞峰林此起彼伏,有着鬼斧神工人间仙境的韵味,被游人誉为“天下奇观”。万峰林就像两队列阵的士兵,阵式恢弘,枪戟林立,连绵横亘数十公里。两队之间,却是一

纵开阔地带,百姓们就在这中间腹地开田种地,植树桑麻。

万峰林的景观因朝与夕、晴与雨、明与雾的变化而不同。景色丰富的万峰林,对摄影发烧友来说无疑是天堂。登高望远,青灰色的秀峰似林,黄绿相间的田野成片,村庄坐落其中,小河弯曲延伸,宛如人间仙境。

还有些小巷,也许没有那么多名人墨迹,但一样古典而悠远。比如运河边的桥西直街和小河直街,曾经住着的都是杭州底层最贫穷最艰苦的那拨人,跟船,做小买卖,在运河水的滋养下,他们的日子一天天挨下去,也成了杭州传奇。

走过拱宸桥,来到桥西直街,原有的住家大都搬了,这里成了很多中医药老字号的新店址,如方回春堂、天禄堂等,看着高大院墙,闻着沁人药香,呼吸好像就会放缓、变慢。不是节假日的时候,这里也不热闹,走过青石板路,你还能听到自己“笃笃笃”的脚步声,看着运河水,你可以聆听自己脚步的节奏,也可以疏解一下内心的张皇。

往南走一些,是一片老街小河直街。雕花木柱、花格窗、木楼梯等老建筑的元素都还在,看着亲切。老街坊的吆喝更是必不可少,串个门,过个身,往里走走,餐饮店很多。最简单朴素的,就是一碗板面、大排面、猪肝面、肉丝面,价格实在,量又足,捧上一碗热腾腾的面条,有一种阔别多年的感觉。



杭州南宋御街夜景

小巷旅游 品杭州

杜悦/文 李忠/图

的地方。走过喧闹的鼓楼,往巷子深处走,老杭州人的生活百态全都在这里出现,这边踩着大脚盆洗被单的,那厢拍打着被子晒太阳的,还有倒马桶、理头发、家长里短吆喝的,在日头里温柔了岁月,惊艳了时光。

在杭州舞文弄墨的文艺女太多了,白天他们或许到西湖边吟诗作画,晚上则回到小巷,度过寻常岁月。如龚自珍,曾居清泰门附近的马婆巷,已亥杂诗中有“马婆巷外立斜阳”的句子;“月上柳梢头,人约黄昏后”的宋代女诗人朱淑真,则住在大瓦巷;红顶商人胡雪岩的故居在元宝巷,还有白皮肤黄头发的司徒雷登,在耶稣堂弄度童年时代,还亲手种下两棵大树,一直挺拨到如今。

冬去春来,孝堂山文化旅游节、“畚族·风”民俗文化旅游节、南宁赏花旅游节、滁州民俗文化旅游节等多地的旅游节庆活动纷纷闪亮登场。这些年,在我国旅游业蓬勃发展的过程中,节庆活动像一场场嘉年华,把旅游市场装扮得热热闹闹。不少旅游节庆办得有声有色,充满魅力,但也有许多旅游节庆背离了原来的意义和价值,有名无实,流于形式,效果平平。旅游节庆哪里出了问题?又该如何解决呢?

彰显魅力

旅游节庆依托特定的旅游资源,通过内容丰富、开放性、参与性强的各种活动,吸引游客并带动旅游消费和吸引投资。从每年各地举办名目繁多的旅游节庆不难看出,地方政府视其为树立形象、提高知名度、促进经济发展、改善社会环境的重要推动力。一些成功的旅游节庆,在多年的发展过程中,形象深入人心,逐渐成为具有国际影响力的节庆品牌,并带来了可观的经济效益和社会效益。

河南洛阳创办了中国最早的节庆旅游之一——牡丹花会。1983年起至今举办的30届牡丹节期间,洛阳共接待游客1965万人次,旅游总收入105.15亿元。始于1991年的青岛国际啤酒节,在去年节庆期间共接待海内外游客396万人次,外地游客比重不断增加,占参节游客总数的42.9%,说明其影响力不断提高。拉萨雪顿节历经18年,除举办传统的展佛、藏戏文艺汇演、传统体育竞技等活动外,还设有藏戏大赛、中国藏地音乐高峰论坛等活动,使海内外游客充分享受到了藏文化深厚的内涵。

此外,潍坊国际风筝会、哈尔滨冰灯节,曲阜孔子文化节、内蒙古那达慕大会、凉山彝族火把节、西双版纳泼水节等旅游节庆,已逐渐演变成集文艺汇演、旅游休闲、经贸招商为一体的知名旅游产品。

症结何在

在一些旅游节庆红火发展的同时,不少地方节庆过多过滥、盲目跟风缺乏新意、过度商业炒作、行政主导等问题依然突出,成为节庆健康发展之路的顽疾。

国际节庆协会中国区副总裁彭新良告诉记者,时下,办节成了一种时尚。旅游节庆多到让你眼花缭乱,滥到让你不辨东西。他举例说,某省全年举办的大小节会活动有300多个,全省几乎“天天过节”。特别是9、10月份更是高峰。缺乏新意、形式大同小异是许多旅游

节庆活动的一个通病。很多旅游节庆的品牌知名度很低,甚至还没有品牌。有的旅游地还存在着抄袭的现象,看见某个旅游节庆做得很红火,也搞一个相同或类似的节庆。

彭新良表示,有许多的“节”,硬是要与“文化”拉郎配。有所谓的“节”,看似弘扬文化,实则是商业促销。一些旅游节庆活动加入了过多的商业炒作成分,一些模特大赛、演唱会等与主题无关的活动常常喧宾夺主,使游客产生一种腻烦、受挫的感受,节庆活动也因此变质。

目前,各地的旅游节庆大多由政府主办。这种运作方式只讲投入不重产出,出现低效率、资源浪费、资源配置不合理等现象,致使许多旅游节庆过早退出市场。办节的行政成本居高不下,一些不成功的旅游节庆被百姓称为“劳民伤财”的“形象工程”。

如何破解

节庆活动如何为旅游“吆喝”?江苏省节庆协会副会长王洁平建议,人们为旅游而来,因节而聚,因节而欢,因节而庆。所以,旅游节庆本质的定位应该是“城市的名片,旅游的盛事,百姓的节日”。旅游节庆应“以文化为魂,以社会为根,以旅游为核,以大众为本”。

旅游和城市发展的已进入“品牌时代”。旅游节庆应该成为城市的品牌和名片。与其跟风攀比,不如因地制宜,量身定做,找到与其他地区节庆内容的差异性,办出有自己特色的旅游节。一个成功的旅游节应是一个区域特色文化的发掘和弘扬过程,也是一个地方精神的提炼和弘扬过程。烟花散尽,大幕落下,唯有文化能够让人经久回味。

如何做出特色?彭新良表示要充分挖掘本地资源,包括历史传统、民俗文化、地方物产和独特景观。比如,云南罗平油菜花节的主题形象是“花海上的喀斯特”,突出的是独特的自然景观。汉阴油菜花节在借鉴罗平经验的基础上,把主题形象确定为“花海农家”,突出农家风情和农耕文化。有了自己的特色,旅游节庆才能从同质化竞争的红海驶向差异化共赢的蓝海。

此外,政府职能要转变,由指导者变成服务者,这对旅游节庆的成功与否至关重要。节庆要面向旅游市场,面向旅游企业,面向游客。一个国际化节庆品牌的打造需要长期的过程。在运作经营上,要避免产品推广的短视行为,把追求多重综合带动效益作为旅游节会的目标。

旅游节庆不应只是一场秀

本报记者 赵珊

国旅出境游嘉年华让利游客



日前,中国国旅总社联合澳大利亚旅游局、西班牙旅游局、北欧旅游局、加拿大旅游局等20余家海外旅游局、酒店、航空公司,在京举办2013出境旅游嘉年华。欧洲、美洲、澳洲、亚洲、非洲等50余条出境旅游线路向公众特价促销,优惠额度最高可达2000元,产品出发日期从3月中旬延伸至8月下旬,涵盖观光游览、休闲度假、探险猎奇、浪漫温馨等多种主题游。图为游客在现场咨询。 赵湘湘文/图