陪着孩子亲密成长　孝敬父母最好方式

举家出游成时尚

本报记者　尹　婕

“中秋去哪儿了?”“国庆准备全家去哪玩儿?”这是近日人们见面打招呼时，经常问的话题。

举家出行已成为众多家庭首选的旅游方式。去年，一档《爸爸去哪儿》的节目带火了亲子游，“通过和孩子一起深度体验式旅游，增长孩子的见识”成为许多家长热衷亲子游的动力，也让旅游业界找到了一个市场细分的突破口。亲子游成为家庭游火爆的缩影，而随着我国老年人口的增加，“带父母一起旅行”的家庭游也正呈上升趋势，家庭游已然成为国民幸福生活的重要配置之一。

见证家庭成长

有这样一句话在网络上热传：“我一生最奢侈的事，就是途中与你相遇，然后相濡以沫，共闻花香。”对于每个家庭而言，每一段旅途中的回忆都成为生命里最温暖的印记。

年轻的情侣、夫妻自不必言，钱钟书曾写道：“一同旅行一个月，一个月舟车仆仆以后，双方还没有彼此看破，彼此厌恶，还没有吵嘴翻脸，还要维持原来的婚约，这种夫妇保证不会离婚。”旅行甚至可以作为婚姻生活的磨合剂，考验家庭的凝聚力。“读万卷书，行万里路”一直是中国家庭培养孩子的指南。有了孩子，旅行更加显得重要。

为带孩子出游、结识更多的小伙伴，记者加入了一个同城妈妈交流群。每近周末，都会有热心的妈妈在群里发布家庭周末出游的召集令，“萌萌妈”是其中最有执行力的一位。从萌萌3岁起，萌萌妈就开始安排家庭出游规划。每周末带孩子爬山，或是约上几个家庭去郊野公园聚会；小长假则会带孩子去邻近的省份看不一样的景致；一年保证一次长途旅行，“去年我们一家三口去了新加坡，距离适中，新加坡也不大，对于第一次长途旅行的孩子比较适中。”萌萌妈说，今年他们打算去美国自由行，“早就答应了带萌萌去看迪士尼，不能食言。”

像这样的妈妈交流群还有很多，“带孩子旅游”是大多数的共同点。记者随机问了几位身边的爸爸妈妈，他们基本上都加入了类似的交流群。“孩子玩得很开心。旅游之后，往往会发现孩子有了我们意想不到的变化。以这种方式陪伴孩子成长挺好的。”一位妈妈说。

陪伴父母慢慢变老

杨华是某大型央企驻外人员，因为工作性质特殊，每年仅有1个月的时间可以回国探亲。“父母现在基本处于‘空巢期’，不过好在他们很会安排自己的生活，让我放心不少。”杨华说，“我父母每年都有度假安排，冬天去海南避寒，夏天去哈尔滨避暑，在当地租个民宅，住上一两个月，和当地居民一起买菜、逛市场、健身，花费和在北京差不多。”

今年7月中旬，杨华回到北京，休整了两天，就带着父母去了趟山西。“我父母都是山西人，虽然老家已没亲人，但是我知道他们心中一直有故土情节，趁着腿脚还利索，回老家看看是他们的愿望。”杨华坦言：两周的旅行对自己触动很大。听父母讲前辈故事、小时候在老家的生活……“如果不是到山西，这些话父母也许永远不会对我说。父母到了这个年纪，什么都不缺，最需要的就是子女耐心的陪伴。”杨华说。

统计资料显示，截至2013年底，我国60岁及以上老年人口已达2.02亿，预计到2053年，将达到4.87亿。记者从北京几家旅行社门店了解到，在即将到来的国庆长假，“老年游套餐”很受欢迎。“今年的国庆长假恰逢重阳节，重阳节又有‘老人节’之说，很多子女都希望能以旅行的方式陪伴父母度过一个不一样的节日。”一位门店的销售人员告诉记者。

家庭游产品不断升级

一直关注旅游消费问题的广东财经大学旅游管理与规划设计研究院教授刘少和指出，我国的旅游休闲消费已发生了深刻变化，表现之一即是旅游休闲消费向私人化，特别是家庭化转型。“从过去一味面向单位公费旅游、高端客户的‘高、大、上’攀比炫耀消费，转向以家庭为主的‘实惠、健康、精致、品质’务实消费。”刘少和说，未来，适应并引领家庭旅游休闲消费风尚将成为旅游休闲产业发展的着力点。

对于需求日益增长的家庭游市场，有旅游专家指出，亲子游、老年游等应当有针对性的产品和服务。例如，亲子游应当将教育、趣味等有机融合进旅游；而老年游则应当重点关注医疗、保健因素。此外，也有旅游企业已经开始由关注家长和孩子的二代产品，向关注老人+儿女+孙子(孙女)的三代产品升级。

全家欢乐游

带着父母去旅游

瞧，娘俩玩得多快乐

在路上·在一起

吴恕晴　文/图

国庆前的一个周末，北京欢乐谷游人如织。这里与往年不同，本来常被年轻人占据的欢乐谷园内多了许多老人孩子，很多五口之家一同出游，本以惊险、刺激著称的欢乐谷洋溢着浓浓的温馨气息。

欢乐谷市场部的赵帅告诉我，这样的场景已不新奇。自从5月端午节推出了以“家庭游”为主题的三期项目，园内游客的年龄结构明显丰富了起来；不论是青年人，还是老人孩子，都能在园内尽享欢乐。“新推出的十余个新项目如模拟过山车等均以合家欢为市场定位，大多数都适合一家老小共同体验。”北京欢乐谷总经理赵小兵介绍。而除了新上马的项目之外，为了能更好地服务家庭游游客，欢乐谷在硬件设施和服务上也做了相应的准备工作：推出家庭游乐路线，在玻璃围栏上套上幼儿护罩，增加乐园内长椅数量供老人休息，对小朋友实行“蹲式服务”等等，从全方位考虑家庭中各个年龄层游人的需要，吸引家庭游游客。

合家出游如今已成了一种时尚，不论是旅行社推出的“家庭套餐”，还是电视上热播的“爸爸去哪儿”、“花样爷爷”，似乎都在提醒着人们，该和家人出去走走了。

在路上感受亲情

来自云南昆明的小孙在今年春节体验到了一次非比寻常的家庭游。“一共25个人，开了5辆车。”从爷爷奶奶到姑姑大爷，人数堪比一个旅行团的“孙氏家族”驱车从昆明赶往西双版纳，一路上用无线电交流，穿着统一款式的冲锋衣，俨然一副整齐的“孙家军”架势。

春节期间传统的走亲访友似乎已经成了一种负担，“今天你来我家坐坐，明天我去你家坐坐，干巴巴的说话，太无聊了。”小孙说“要是谁家没WiFi就更痛苦了。”一家人出去旅游，既能放松心情，又能陪伴亲朋好友，这样的“拜年”方式显然更受人欢迎。

从昆明到西双版纳，5天的旅途，沿途有葱郁的热带雨林、神秘的傣乡风情、奔腾的澜沧江水。这趟旅行让小孙印象最深刻的不是历史悠久的茶马古道，也不是野象谷里的声声嘶鸣，而是一条高速公路。在去往西双版纳的路上，道路拥堵，一路走走停停，小孙家的车因为不断地踩、放离合，烧毁了离合器片。小孙说：“如果是我一个人碰到了这种事情，真是不知道怎么办才好。”一行人，五辆车，一齐停在匝道上，等着拖车的到来。旅途结束回到昆明后，小孙的姨夫又开车带着小孙的家人来取回修好的车，来回走了将近两千公里。“在那个时候，才真的感觉到了我们是一家人。”小孙说。

在路上看你成长

今年暑假，48岁的王先生带妻子和孩子去了吉林，从儿子上小学以来，每年的七八月份，王先生一家都会举家出游。秦皇岛、三亚、五台山、青岛、厦门、张家口……十多年来，一家人走遍了许多地方。

王先生和儿子之间，是典型的“中国式”父子关系，即使天天在同一个屋檐下，也交流甚少。每年一次的旅行，成了两人沟通的绝佳机会。“有时候想关心关心孩子，可是话到嘴边就又变成了说教，孩子大了，也不爱听。一起出去玩的时候还能趁着高兴多聊两句。”不仅如此，回到家后旅途中的点点滴滴也成了一家人最好的谈资。

王先生最大的感触，是每年的旅途中都会觉得儿子又长大了。“虽然平时也每天陪在孩子身边，但往往只有在一个陌生的环境里，才能对他的变化有深刻的体会。”王先生这样告诉笔者。在坝上的草原里，第一次看到上小学的儿子伸手抓蚂蚱，他发现儿子不再胆小；在秦皇岛的海边，看到儿子望着潮水发呆背影，他知道上了初中的儿子也有了心事；自驾去青岛的路上，看着儿子懂事地要求帮忙开车，他知道20岁的儿子真的长大了。

今年的夏天，王先生格外地忙，可他依然请了年假，带着家人踏上旅途。王先生说：“这是我们家的传统，越是忙越得抽出时间陪陪家里人。孩子大了，以后就该他带着他的孩子出去旅游了，我得好好珍惜现在的机会。”

全家出发

本版图片除署名外均为资料图片

家庭游都爱去哪儿

李　纵

家庭游火了。旅游“暑期档”和“中秋档”中，数口之家全员出动，举家出游成为主旋律。沈阳、济南、广州等多地的监测数据显示：家庭游在出游总人数中占比五成以上。

那么，家庭游都爱去哪儿?

爷爷奶奶好开心

便捷：城市周边成首选

中秋小长假里，最当红的旅游线路是城市周边游，许多游客更倾向于选择能够快速往返的旅游线路。

“平常我要上学，父母要上班，难得放假，都不想跑太远。”北京女孩小刘说。许多游客抱着和小刘一样的想法：从平日里紧张的学习工作中放松下来后，不愿再长途奔波、劳师动众地往远处跑，而青睐于选择距离近、交通方便的城市周边景点作为休闲旅游目的地。

除了距离近，选择城市周边的另一个重要原因是配套设施。一般来说，城市周边景区的配套设施要更加完善，更能够满足游客休闲、放松和娱乐等各种多元化的需求。

教育：功能性出游走俏

在繁忙的工作之余，难得一家老小出来一趟，有的父母便不愿仅仅满足于吃喝玩乐，他们希望孩子在旅程中能有更多的收获。在这种念头的影响下，很多父母选择带孩子去革命老区了解革命历史，学习革命精神。在毛泽东故里韶山，中秋小长假期间游客达到30万人次。

除了感受红色旅游的人文精神，选择去农场和农家乐体验自然情怀的也不在少数。根据同程旅游发布的报告，中秋节出游的行程安排上，采摘游是很受欢迎的旅游类型，以家长带着孩子的居多。放松于宁静的乡村农家，品尝简单而又特别的农家饭菜，采摘水果，收集鸡蛋，不但放松了心情，同时寓教于乐，收获更多。

放松：休闲度假合家欢

过去，说起出游想起的首先是名山大川，风景名胜。而现在随着时代的变化，越来越多的人想要的不再是那种征服式、集邮式的旅行，而是与家人一起“在路上”的状态，即可以把家庭成员更紧密联系在一起，互相闲聊谈笑，沟通感情的快乐旅程。家庭旅游的形式也不再局限于周末父母带孩子去公园那种传统形式上的出游，而是寻一宁静优美之处，一家人在一起休闲、放松和娱乐。或许可以套用一句流行语：重要的不是去哪儿，而是和谁一起去。

由摩崖石刻想到的

张　夏

循着孟子留存的那股浩然之气，我找到了位于山东省西南部的邹城。

小城不大，却是邹鲁文化的兴盛起源之地。来到这里才发现，让人敬仰和尊崇的，除了儒家文化之外，还有另外一部隐于山野，却又恢宏于世的煌煌巨制——北朝摩崖刻经。

初夏雨后，光风霁月，万物明净，我与邹城市书法协会主席、金文专家殷延禄先生一起来到位于城北的铁山，拜谒铁山摩崖石刻。

冯云鹏《金石索》曰：“就其山而凿之，曰摩崖”。据考，分散刻录在邹城城区周边尖山、葛山、岗山、铁山、峄山五座阔大的山崖石壁之上的摩崖刻经，皆由北齐名僧安道一所书。千百年来，栉风沐雨，沉寂山林，直至清乾隆年间被金石学家黄易发现并录入《山东金石志》方闻名于世。安道一的书法融汇隶、篆、楷三种笔法，其人被誉为魏晋时北方的“书圣”，其字被后代书家称为大字鼻祖、榜书之宗。康有为曾赞道：“(邹县)四山摩崖，通隶楷，备方圆，高浑简穆……若有道之士，微妙圆通，有天下而不与，肌肤若冰雪，绰约如处子，气韵穆穆，低眉合掌，自然高绝”。因此，邹城的摩崖刻经也被称为北朝时期书法艺术的三大宝库之一。

邹城的摩崖石刻中，我们所要拜谒的铁山石刻最特别，为一整块的花岗石坪，南向，倾斜40到45度，上部陡峭，下部平整，左侧刻大集经，右侧为石颂，下部为题名。石刻正上方有阴刻巨龙、云气、佛光图案。虽经岁月剥离，很多字迹已然消失，但远观过去，那些刻在山石上的佛经，章法随山就势，结体宽博疏放，气势弘达警遒，与山林融为一体，真正体现了物我两化、天人合一的境界。

金文书法　殷延禄作

如今铁山为市民休闲健身的生态公园，摩崖石刻在受到适当的保护后，依然以最朴实的面貌融合在市民的生活中，像一位大隐隐于市的智者，穿过1500年的时光，看人事更迭，观风雨烟云，化万千气象，依然静默安然。

只是这种静默背后承载了太多的沧桑。史载，北朝时期有过声势浩大的禁佛运动。当时，因为佛教的盛行，使越来越多的人出家为僧，佛寺占据了大量的土地，结果导致国库空虚，国势削弱。为了充实国力，恢复生产，国家开始压减寺院，劝僧还俗，以事农耕。此种形势下，安道一与众僧侣开始改变以前由书经传播的方式，认为“缣竹易销，皮纸易焚；刻在高山，永留不绝”，故将佛经刻于石崖之上，让百姓不入寺庙依然能够诵经礼佛。这场轰轰烈烈的禁佛运动，姑且不论其功过，但它用一个事实，告诉世人：国力空虚，民不聊生之时，任何一个朝代，任何一个国家，首要的，就是富强起来。仓廪实而知礼节，衣食足则知荣辱，经济基础决定上层建筑。信然。

读摩崖刻经，便绕不过那段儒释道相互融通与辩争的历史，而它，恰恰是5000年来，中华文明在多元文化的互补、冲突与融合中自我吸收、自我完善、自我提升的一个缩影。

与1500年的历史对望，我看到信念的力量。这种信念，原自人们对信仰的尊崇，来自国家对富强的希望，来自文化对世界的影响。

不觉间，已是傍晚。晚霞又一次轻轻抚在那些石刻上，那些安静的汉字，似乎一下活了起来，在明暗的光影间，吐纳生息。下山时，和殷先生探讨从摩崖刻经中得到的零星感悟，先生一边莞尔称善，一边饶有兴致地解起了“富”字。金文“富”字(如上图书法)，上面形状是房顶意味着“住有所居”，里面“𠂤”意味着有放粮食的器皿，也就是百姓有房住有饭吃，这就是最基本的“富”。佛经告诉众生：诸相皆空，来去空空。可是那来去之间，需要做什么?需要修为，需要食有粮，居有房——便是“富”，“富”是离老百姓最近的一个字，也是一个国家长治久安的首席要素。富为民之本，强为国之基，民富方能国强。落后就要挨打，自立还需自强，因此，在社会主义核心价值观中，“富强”列居首位。

旅游上的感动⑭