



# 博鳌论坛带火琼海旅游

谢文湘 冯玉

博鳌再次成为引人瞩目的焦点。3月22日至25日举行的博鳌亚洲论坛2016年年会，让琼海与众不同、惊艳世界。

博鳌地处海南岛东部的琼海市，是万泉河、九曲江和龙滚河三江的人海口，岸边的东岛岬像一只游向南海的巨鳌，所以叫博鳌；博鳌还有“博览天下，独占鳌头”的意思。

## 博览天下，留住乡愁

博鳌居民以前大多以经商和捕鱼为生，也有些人耕作墟郊坡地和水田。自从博鳌亚洲论坛永久性会址落户于此，博鳌镇将毗邻的乡村特色资源进行整体开发，乡村旅游业迅速发展。青山绿水之间，水塘、椰树、农舍、田洋、槟榔林相映成趣，一幅世外桃源式的田园画卷完整呈现出来，形成了由“枕水朝朝”、“听风美雅”、“觅景岭头”、“拾巷南强”、“寻味大路坡”等主题组成的全新的游览格局。

博鳌作为连接城乡的支点和平台，让人们望见了山水，记住了乡愁。

绿林茂密，鲜花嫣红。由8户村民集资成立的美雅村阿叔农家乐就建在一片椰林之中。没有毁坏一棵林木，而是别出心裁地将大树融为建筑本身的一部分。这里的餐桌上，既有本地特有的农家美食，也有适合全国各地游客口味的改进菜色。除了美食，美雅村还为游客提供了特色民宿。目前已有莫叔旅馆、三嫂旅馆、二哥旅馆等民宿，民宿不仅为游客提供了和本地村民同吃同住乐趣，客房一应俱全的配套设施也让游客住得舒心，玩得开心。

这种一房一景观，一户一风情，使博鳌乡村旅游丰富多彩。有着悠久历史的南强村，成排的老屋，参天的大树，斑驳的古井以及弯弯曲曲的青砖古道保存完好。这里的“花梨人家”依托古朴的村风村貌，把5间相邻的老宅串联起来，打造成为集休闲、娱乐、餐饮、住宿为一体的花园式农庄。他们将院中的海南花梨名贵树木原封不动、保护利用，为游客提供了一个绿意环绕的惬意环境。而满堂的海南花梨家具，更使“花梨人家”成为风韵独特的乡村民宿，向海内外宾朋展示琼海侨乡传统民居的古色古香与中西合璧的独特风貌。

以休闲度假旅游产业为主的博鳌特色小镇透露着琼海人的纯朴与宁静。博鳌滨海酒吧公园一建成，就成了博鳌的必游之地，平均每天接待游客300人次。滨海酒吧公园完善了博鳌旅游业态，提升了旅游综合接待能力，为“博鳌天堂风情小镇”这一品牌增加了新的亮点，为博鳌镇旅游业的发展增添了新的动力。

## 有一种幸福叫琼海

老船长何世轩出海几个月，回来竟有点不认识自己的家乡潭门镇了。坑坑洼洼的小马路变成一条

直通博鳌的柏油大道，很多原本世世代代仅靠捕鱼为生的潭门人，开始做起了旅游生意，新型城镇化转变了农民的思想观念，越来越多的农民吃上了旅游饭。打了一辈子鱼的老船长何世轩也开起了海洋工艺品店，何世轩说，小店收入是他打鱼的20倍。

潭门镇地处琼海市东部沿海，潭门渔港是国家中心级渔港。千年渔港潭门镇，通过挖掘当地悠久的海洋文化，短短两年就实现了从传统渔港向旅游观光、度假休闲、海产品加工销售等多功能风情小镇的转变，吸引了6000多名农民返乡创业。

潭门镇巧妙地将船舵、船桨、贝壳等多种海洋元素融入镇墟风情建设。现在潭门镇处处能感受到海韵渔味，每天慕名来旅游的人络绎不绝，日接待游客4000人次，周末时1万人次左右；春节和国庆等节假日，日均接待游客量突破3万人次，街道上车水马龙，海鲜餐饮店“一座难求”，成为海南省日均接待游客量最高的地方。

旺盛的人气带来了无限的商机，给百姓带来了



在琼海农家乐里的小女孩 来源：百度

增收。两年来，潭门镇商业铺面从36家增加到630家，贝类工艺品商店从无到有，如今已发展到430多家，每个工艺品商店月收入都在25万元以上；潭门镇铺面月租金从均价500元猛涨到2万元，还“一铺难求”；商业销售额从之前800万元增长到30.22亿元；吸引外资总计增加30亿元。

旅游工艺品走向了规模化、精细化、艺术化。目前潭门海洋经济产业园区以海贝工艺品加工厂为主，拥有各类工业企业145家，年产值由2012年9000万元提高到30.68亿元。如今，琳琅满目的工艺品成了潭门的名片。

近年来，琼海市挖掘各镇的资源禀赋，将12个镇打造成传承文化、历史记忆、地域特色的美丽小镇。博鳌镇突出融合琼海民居文化与亚洲论坛所体现的时尚文化，潭门镇挖掘千百年来深耕南海的渔业文化，中原镇挖掘侨乡的“下南洋”文化，形成“一镇一风情，一镇一特色，一镇一产业”。目前全市建成文明生态村1960个，构成了一幅“城在园中、村在景中、人在画中”的美丽幸福家园，让游

人体验到“有一种幸福叫琼海”的美丽生活。

## 全域旅游创未来

这天上午，琼海市多文村的黎文福两口子又和往常一样到地里忙活开了。在游客的眼中，这两口子也成了乡村风景中的一部分。黎文福说：想不到种地能种出“旅游”，游客这么多，来看我们种菜。

这两年黎文福念叨最多的一句话就是，地是原来的地，却不是原来的地了。家是原来的家，却不是原来的家了。这又是怎么回事呢？原来，地还是原来的耕地，用途没变，但种的东西却从传统品种更多地向休闲观光农业发展，吸引游客。黎文福的房子没拆没建，却变成了农家乐。这不，放下地里的活儿回到家，黎文福摇身一变就成了农家乐的大厨兼跑堂。黎文福说：“这样，一年大概能挣30万元”。

在家里种种地，炒炒菜就能一年赚到30万元，这对老黎来说，曾是天方夜谭，但现在对于这里的村民来说却不再是遥不可及。老黎家所在的多文村现在属于龙寿洋农业公园的一部分，这个2014年春天正式开园的公园，说是公园，却没有围墙也不收门票；说是农田，又能吸引一波又一波的城里人到这里观光旅游。

农民的家园，市民的公园，游客的乐园，这是琼海市给龙寿洋的新定位。通过对基础设施的配套完善、卫生环境的整治提高、农业产业的转型升级等，这个原本平凡的农业区正在变成一个新兴的休闲旅游区。除了龙寿洋，琼海市还有热带滨海农业公园和万泉河农业公园几大片区，把无数的小村庄连成一体，这里的农民身份和生活都发生了翻天覆地的变化。

龙寿花海通过“基地+合作社+农户”的产业化经营模式，把农民从原来的单纯种植生产中解放出来，目前，种植的有万寿菊、格桑花、百日草、硫华菊、蓝香芥、虞美人、向日葵、薰衣草和油菜花等9个品种，每年从春节开始鲜花次第盛开。花海拓宽了农民的就渠道，带动了地方经济发展。两年来，琼海市返乡就业4万人，农民人均纯收入年增长13.1%。农民在家门口打工，住自家房子，种自己的地。

琼海市委书记符宣朝说：“琼海市不搞大拆大建，而是因地制宜发掘民俗文化，保留村庄原有风貌，建设风情小镇，形成田园旅游的新业态。”

海南省琼海市立足现实、因地制宜，有机整合山、水、田、林、城、镇、村以及文化、历史、风情等资源，提升资源的旅游特性和旅游功能，放大旅游效应，建设“山水如画、人间仙境”的全域旅游大景区。引导全民参与旅游业，共享全域旅游发展成果，推动“幸福琼海”建设。2015年，琼海市接待旅游人数860.2万人次，增长20%；接待过夜人数280万人次，增长15%；旅游总收入49.8亿元，增长50%，基本实现了从旅游通道向旅游目的地的转变。

题图：琼海风光 来源：百度



中国民众的旅游观念正逐渐发生变化，越来越多的中国人不再执着于在黄金周期间到热门景点看“人”，而是选择更为自由灵活的旅游方式。数据显示，中国各地的自驾游和乡村旅游呈现上升趋势，城市周边游、城市休闲游和乡村旅游的游客增速，明显高于监测旅游景区点。网友感叹：“山清水秀、空气清新，乡村游，惬意！”

中国是一个历史悠久的农业大国，农村地域辽阔，自然景观优美，农业经营类型多样，农业文化丰富，乡村民俗风情浓厚多彩，这些得天独厚的优势都为发展乡村旅游带来优越的条件、巨大的潜力和广阔的前景。

目前国内乡村旅游主要停留在观光、采摘、垂钓等常规项目上，各地的乡村旅游产品和服务同质化趋势较严重，缺乏精品和亮点，游客重游率低。因此，乡村旅游需要打造完整的旅游产业链，使乡村旅游上下游相关产业相互融通，提高乡村旅游的综合经济效益。此外，针对乡村旅游产品雷同的状况，应当创新乡村旅游特色产品，增加特色文化产品，结合本地人资源，挖掘独特的文化素材，提高文化品位，增强游客的参与性。更重要的是，乡村旅游开发应着重体现“原汁原味”，不论是村庄环境，还是农家居所，都必须强调乡村特有的情趣和格调，避免乡村旅游发展中产品和服务的城市化倾向。

近年来，基层农民在不断摸索中，走出了一条中国特色的乡村旅游发展道路，以地域文化、建筑文化、民族文化、养生文化、餐饮文化等为特色的民俗旅游村不断发展壮大，促进了乡村旅游的大发展大繁荣。如今，伴随着国民休闲需求层次的不断提高，体验型和休闲型的乡村旅游项目开始主导乡村旅游市场的格局，吸引游客由匆匆过客变为度假休闲，对农村发展和农民生活改善的拉动作用更为明显。

随着旅游经济的蓬勃发展，各地日渐成熟的乡村旅游产品，已经呈现出经营业态丰富、市场亮点鲜明、类型风格迥异、经济效益可观等特点。其主要类型有4个：一是传承故乡文化，勾起儿时难以磨灭的记忆，带给旅游者回望当年的怀旧情思的古村落风情之旅；二是崇尚绿色环保理念，还原原生态的乡村景观的乡村生态环境之旅；三是挖掘乡土文化资源，赋予浓厚风情农俗的节庆活动之旅，让旅游者感受到与土地、庄稼、果蔬亲近的快乐；四是借助都市优势，让被喧嚣忙乱“挤压”的城人入可以放松的乡村休闲农园之旅。

在乡村旅游较为发达的江苏省，目前有一定规模的乡村旅游点已突破2000家，年接待游客突破7000万人次；已拥有全国农业旅游示范点124家，总数居全国第一。此外，还有特色各异、业态丰富的农庄、农户型休闲点5000余家。

# 牡丹花开富农家

陈婵娟 陈緬 徐平



塔后村牡丹

3月20日，浙江天台山首届牡丹文化节在塔后村举行，一早，各地游客便如潮水一般涌来。由于气温偏低，牡丹园中的牡丹花开得还不是很盛，但在江南山村就能欣赏到雍容华贵、姹紫嫣红的牡丹花，还是让踏青寻芳的游客们感到惊艳。

村支书陈立照高兴地说：“我活了四五十岁，头一回看到有那么多客人来我们村旅游。把牡丹花当成塔后村的旅游特色，这一步棋是走活了。”

塔后村因位于当地标志性自然人文景观赤城山梁妃塔下而得名，东晋孙绰曾在《游天台山赋》中写下“赤城霞起而建标”的句子。然而，千百年来，塔后村民守着“宝贝”，日子却并不富足。

作为景中村，塔后村在2009年实施农房改造之时，就设想能够吃上“旅游饭”。村里也费了不少心思，在改造伊始，村里动员村民按农家乐的要求来建设，并在2013年对全村农房的外立面进行了改造。到2014年底，已有15家农家乐、民宿投入营业。

然而，市场很残酷，旅游资源得天独厚的塔后村并没有一跃成为旅游新秀。相反，多数经营户的生意长期青黄不接“吃不饱”。陈立照说：“每户改造后的农房投入都在80万元左右，如果不能搞旅游赚钱，村民们会吃不消。”

一次村民会议上，有村民提议，挖掘牡丹文化资源，用江南不多见的牡丹花来为塔后村的旅游点一把火。

原来，南北朝梁时，塔后村就开始种牡丹，历史上也多有天台山牡丹的记载。因历史风雨，塔后村的牡丹几乎灭绝，但村民们对代代相传的牡丹故事记忆犹新。这一建议被当作“金点子”，很快进入了落实阶段。去年，该村在闲置的地块上种植了6亩、60多个品种的牡丹。还没待花开，村里的旅游就骤然升温。

这一幕既在村主任陈加喜的预料之内，又大出他的期望。他说：“原以为牡丹会对旅游有一些帮助，没想到帮助的程度会那么大。”当地民间重视待客之道，陈加喜说，游客来了，村庄环境如果不搞得像样些，就会损了自己的形象。于是，全体村民总动员，掀起了美化村庄大行动。

眼下，初尝甜头的塔后村办起牡丹文化节，开展“牡丹进家庭”活动，村民在房前屋后撒下大量的花籽，一个花园式村庄呼之欲出。据统计，牡丹文化节举办当天，来塔后村的游客达3万多人次。

## 中国游客访世界

# 香料之都格拉斯：闻香忆旧

王祖远

我和妻子从法国地中海边的尼斯，乘巴士去南部小山城格拉斯。

格拉斯是一座距离戛纳19公里、海拔325米的高山之中的小城，因小说《香水》而得名。

车过平原穿过一些小城镇，就行驶在田野盘山道上。离开格拉斯再去戛纳，也是搭乘巴士，窗外山坡上树梗连连，农舍点点。此行耗时3个多小时画了一个三角形，把格拉斯和香料种植地区绕了一圈。近观花田片片相连，远观山景递次相依。春天的格拉斯，漫山遍野的玫瑰花面向地中海，领受和煦的阳光。玫瑰成熟后，便浩浩荡荡地进入香料加工车间，萃取升华成为玫瑰香精，最后魔幻般地诞生玫瑰香基的系列香水。

这次旅行一脚踏进“魔力那达香水博物馆”，那似曾相识的香气立刻把我的思绪拉回到30年前。我情不自禁地向介绍香水产品的法国小姐说：“我早已认识你们。”那时我大学毕业，第一份工作是在一家香料研究所，从事科技资料的翻译。

自30年前一脚踏进香料所的科研大楼，整个身心沉浸于仿佛盛开着的玫瑰花、茉莉花、薄荷草、薰衣草、茴香和迷迭香气的百花园中，开始了识香怜香的启蒙。楼内白大褂的科研

人，手拈三五条宛如小竹片的闻香纸，时不时按次序往鼻孔凑，陶醉地把附着在闻香纸上的香气吸入鼻腔。这个反复进行的常规动作，对新手是刺激训练嗅觉神经，把特定的气味铭记；对调香师是通过嗅觉神经，调动记忆神经，操练验证记忆库中香气对应吻合的能力，一如“拳不离手，曲不离口”。

调香师算得上工程师兼艺术家。调香工作是科研更是艺术，两者结合的顶级作品，就是扬名世界的各种名牌香水以及各种品牌的巧克力。

回国后，与朋友老周聊起“香料之都”，意外获悉他的外公在上世纪中叶，曾拥有一家位于上海浦东的提炼薄荷香膏的香料厂。据记载，上海浦东陆家嘴一带，曾经分布七、八家小型香料香精厂，是我国香料工业的发源地。上世纪50年代“公私合营”，一些小香料厂合并，老周外公的薄荷厂从此消失。当年把香料研究所设于上海，一个主要因素是浦东存在着中国香料工业的基础，香料所草创时期，还从一些香料厂调入工程师和调香师作为科研骨干。今天上海浦东陆家嘴高楼林立，已经成为中国的金融中心，似乎很少有人知晓这段过往，而我却依然好奇，原来在浦东陆家嘴一带的香料厂，都迁向了何处？



格拉斯小城一瞥