



随着旅游业的快速发展,走马观花式旅游已无法满足游客们的需要,游客更看重的是精神方面的享受,而以实景演出为代表的旅游演艺模式,最受游客们的欢迎。国务院此前印发《关于促进旅游业改革发展的若干意见》,部署进一步促进旅游业改革发展,提出到2020年,境内旅游总消费额将达到5.5万亿元,城乡居民人均出游4.5次,旅游业增加值占国内生产总值的比重将超过5%,并提出鼓励专业艺术院团与重点旅游目的地合作,打造特色鲜明、艺术水准高的专场剧目,鼓励建立特色名镇古村。

旅游演艺以真山真水为演出舞台,以当地文化、民俗为主要内容,融合演艺界、商业界大师为创作团队的独特文化模式,在旅游业迅猛发展的背景下成为旅游业中的新亮点。西安有《梦回大唐》,桂林有《印象·刘三姐》,云南有《云南映象》,国内许多旅游城市通过歌舞剧等艺术形式打造文化旅游产品,成功地借助旅游演艺宣传了城市形象。

自2009年9月,文化部与国家旅游局发布的《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》提出打造当地优秀旅游演艺产品后,中国旅游演艺就从常规演出进入到演艺成为独立景区或旅游吸引物的发展历程,“白天观光休闲,夜晚观赏演艺”成为旅游市场一个类型化的道路。

自2004年“印象”系列打开旅游演艺演出市场以来,经过10年跑马圈地快速发展之后,旅游演艺该领域开始步入调整期。根据对全国各地旅游演出的经营情况调研,旅游演出票房收入普遍下降10%—30%,有部分演出收入下降幅度甚至达到50%。

究其原因,一方面,各旅游景区近年来推出的旅游演出项目,大多数旅游演出项目制作存在严重的趋同化现象,虽在选材上各有侧重,节目亮点不同、节目名称各异,但在总体构思、节目创意、编导手法、制作手段上大同小异;另一方面,旅游演艺经营多年来一直采取与旅行社分票、给导游返点的方式争取游客,导游在原有行程之外安排游客自费观看演出是各地旅游演出最普遍的营销方式。《旅游法》正式实施后,未列入旅游行程的演出项目将不能由导游自主安排,这是近年来旅游演出票房下降的主要原因。

海南旅游研究院院长杨哲昆认为,文化旅游产品要强调多元化,不一定要大而全的产品。“立足现有的文化旅游资源,精心搞好策划,深入挖掘文化,张扬本土个性,同时,特色文化要有合理的表现形式。”也就是说,旅游演艺产品的编创必须能够触动时代脉搏、雅俗共赏,符合旅游者的大众口味。旅游演艺相结合创造的并不仅仅是文化消费本身,还有旅游目的地文化形象和文化品位,创造的是一个旅游目的地的品牌、魅力和持久的吸引力。本土特色是否明显,是文化旅游产品能否吸引游客的关键。



旅游演艺

水波吟咏里的清江浦

本报记者 尹婕

著名古典文学研究专家浦江清先生是江苏松江人(今上海市松江区),据《清华园日记·西行日记》王季思先生的跋文介绍,早在浦江清读书期间,就有中文系学生出上联“浦江清到清江浦”,求下联,无人能对。后来有人将“到”字改为“游”字,更是易一字而点睛:回文联,偏旁要一致,人名对人名,地名对地名,堪称绝对。至今也没有让众人皆信服的下联。

联中的清江浦是江苏淮安市主城区清河、清浦两区的古称,自1415年开埠以来,至今已有600年的历史。作为一座傍运河而生的城市,淮安城中许多痕迹都与运河息息相关,“清江浦”也不例外。

一座城市的历史标本

清江浦原是水名。京杭大运河介于长江和淮河之间的河段称为里运河,里运河流经淮安清浦区的一段就是清江浦。

春秋时期,吴国开凿连接长江、淮水的邗沟。隋炀帝时,连接黄河与淮河的通济渠挖通,至此,黄河、淮水、长江三水相通。宋转运使乔维岳为了漕运方便,开辟从末口到泗口的沙河,“以避淮水山阳湾之险”。明永乐八年(公元1410年),漕督陈瑄走访当地群众,寻沙河故道,加以疏浚,易其名为清江浦。清江浦与古邗沟相通,合称里运河。

陈瑄重浚清江浦时,还就河筑堤,建筑了新庄、福兴、清江、移风4道闸。后来新庄闸以下日渐淤塞,于是在清江闸下游筑坝,称仁义坝,也就是今天的水渡口。清江闸扼运河之咽喉,是跨运河的唯一陆上通道。自明代起,每年由江南运往北京的漕粮达四百万石,必经清江浦转运。于是,近浦之地渐渐兴起,成为“侨民宿贾,巨室鳞次”的通商大埠,称清江浦镇。



市民在文庙里赏玩工艺品

明代方尚祖作诗《清江浦》,反映了清江浦当时的繁华景象:“高台纵目思悠悠,排立当年胜迹留。树绕淮阴堤外路,风连清口驿前舟。晴烟暖霭人家集,每挽均输上国筹。最是襟喉南北处,关梁日夜驶洪流。”《清江浦画传》的编辑在拜访一位画家时,偶然间在他家看见一本《大清帝国城市印象》,上面就印着英国铜版画家根据游记文字绘出的清江浦上千帆林立的景象。近代以来,海运和铁路兴起,水运渐渐失去优势,往日回响在清江浦的喧闹也日渐消散。

而今,陈瑄所建的清江大闸依然静立在里运河之上,注视着600年间的风云流转。清江闸也是大运河上仅存的维护得最好的一座古闸。2014年,中国大运河申遗成功,清江大闸成为其中的一处重要遗产点。

一段活着的文化记忆

600年的历史很长,每每有外地游客来到淮安,总是会向当地人打听,哪里可以全览这座运河古都的历史风貌?可就连上了年纪的“老淮安”也难以答出一二。2015年,清江浦记忆馆在清江浦境内的中洲岛上开工布展,并于2016年春节期间正式对外开放。在这个建筑面积1600平方米的展馆内,以微缩景观的方式展现了600年清江浦城市发展的脉络,重现了这座城市的历史记忆。

微缩的城市里纵横着十里长街、东西大街、花街等街道,铺排着鳞次栉比的店铺,“南船北马,九省通衢”的清江浦接纳了无数走南闯北的人,他们沿着运河来到这里,也带来了各地形形色色的商品和南腔北调。东西大街仍在,那是淮安人心目中最经典的城市中心,如今,现代、时尚的店铺在“老街”上服务着市民生活。

“民以食为天”,粮食总能牵动一座城市最敏感的神经。这个微缩城市里最引人注目的是常盈仓和丰济仓两座粮仓。从明初到清末,清江浦一直是运河漕粮重要的储存、中转之地,因而有“天下粮仓”的美誉。今天,沿着城区里的里运河行走,离清江大闸不远就能看到一座古色古香的“常盈桥”,便是得名于当年清江浦的常盈仓,它是运河沿线最大的粮仓之一。丰济仓位于西大街,原来的地面建筑已杳无踪影,但是门前可见刻着车辙印的石板路。

78岁高龄的市民刘大妈是土生土长的淮安人,参观完清江浦记忆馆,不禁感慨:在这里生活了一辈子,现在才知道淮安城是什么样子,清江浦有这么多的故事。老摄影人顾树青用镜头记录下了淮安城的变迁,如今这些影像记录都被收录进《清江浦画传》,一幅幅画面帮助许多“老淮安”重新找回了在街巷中游玩的童年。



清江浦内分布着许多名人故居

玩的童年。

一幅生动的生活图景

清晨6时30分起床,简单洗漱后,沿着东大街、淮海南路、漕运东路,步行至大运河文化广场,和朋友们练上1小时太极拳,然后继续向东,来到水渡口附近的一家早点铺,吃上一碗热气腾腾的面条。这是淮安人沈大爷坚持了10多年的习惯。日日行走,沈大爷将这一带一点一滴的变化都看在眼里。

早饭后,沈大爷经常约上几个老伙计站在清江大闸上吹吹风,看看中洲岛的风光。中洲岛是一块介于里运河和越河之间的长三角形半岛,总面积约40亩。这几年,岛上陆续建起清江浦楼、陈潘二公祠、文化中心等仿古建筑,成为整个淮安市的地标性建筑。如果乘坐里运河上的游船,远远地便能看到高耸的清江浦楼。“原先的中洲岛上,都是一些破败的房子,跟现在完全是天地之别啊!”沈大爷感慨。

午睡过后,沈大爷则会从位于东大街的家中,向东步行,前往文庙。清江文庙始建于明嘉靖九年,时任工部主事邵经济在清江浦运河边建崇景堂,始称清江书院,是文庙的前身。如今,文庙所在地扩建为文庙新天地,成为淮安市休闲娱乐的新去处。“在这里我还能找到一些过去生活的影子。”沈大爷说,文庙里随处可见售卖旧书籍的书摊、经营古玩的小店。经营绿色植物和宠物的店铺则常常吸引年轻人前来。休息日的时候,常有家长带着正在求学的孩子,前来拜孔子像,感受文化熏陶。

正是看重文庙在淮安人心目中独特的地位,清江浦开埠600周年时,传承了近500年的清江浦庙会选在文庙举办。民俗表演、非遗展示、国学演绎轮番上演。清江浦600年的历史在这里与人们亲密接触。

擦亮旅游地标⑥淮安·清江浦

中国游客访世界

不丹国王“推销”旅游

倪露江 文/图



我们的导游和国王的宣传画

导游索娜姆介绍,每年来不丹旅游的外国人4万多人,其中中国人7000人。2008年,影星梁朝伟、刘嘉玲来不丹结婚,让很多中国人开始关注这个喜马拉雅山脉南麓的小国家。但是来到不丹,你会毫无疑问地确认——新任国王旺吉格梅·凯萨尔·纳姆耶尔·旺楚克和他美丽的妻子佩玛,是最尽职的不丹旅游代言人。

旅游车上,导游津津乐道的是国王的故事。不丹自1907年建国以来,共有5任国王,不丹是一个可以一夫多妻或一妻多夫的国家,第四位国王,也就是旺楚克的父亲就有4个老婆,而新任国王旺楚克却只钟情妻子佩玛,而且是一见钟情。这种王子与灰姑娘的爱情故事总是那么浪漫中听,加上这一对儿确实男神女靓,且都是“学霸”,气质时尚。

游客到达不丹的第一站,导游就会带领前去首都廷布扎西确定,参观国王的办公室,并虔诚地指点国王的住处告诉你:“只是几间欧式房子,生活很简朴。”

显然,不丹年轻的国王和王后联袂主演了史上最卖座的旅游宣传大片——有颜值、高学历、有故事,勤政爱民,生活简朴,简直符合好莱坞大片的所有畅销元素。事实上,我们在去不丹之前,不丹国王的爱情故事在微信圈里已经刷屏。

不丹不发达不富裕但并不贫

穷。城市房子都很精致,风格保持传统,且无论城市乡村都很干净,人多温和友善。

许多家庭都有小汽车,多为经济型车。最多的是印度车,其次是韩国车和日本车。虽然不丹没和中国建交,但销售中国的长城汽车。不过政策是有倾斜的,买印度车收20%的消费税,而买韩、日、中国的车差不多要交80%的消费税。另外,在不丹求学求医不用花钱,贫富差距不大,导游说,做生意的要有钱些,但也没有特别突出。

另一个带着两名游客的导游,在虎穴寺的下山途中,也不忘向落单的我介绍他们国王英明的旅游政策,顺便表现了一下他的中文水平。不丹国家小、人口少,对游客的政策是重质不重量,用每位游客每天最低消费250美元来达到这一目的,既增加收入又不过多地影响当地人民生活。

在我看来,论自然风光,不丹不如尼泊尔;论宗教色彩和人文风情,不如印度、泰国。但这里最美的风景莫过于首都国王的宫殿以及国王与王后的爱情故事。

所谓“看景不如听景”,不丹国王深谙其道,亲自为不丹旅游代言!导游介绍,不丹的产业主要有三块:电力、旅游和农业,而旅游收入占不丹国民生产总值的60%。这其中,国王、王后功劳不小!



农场风光

岩藤农场 阅春色

舒小骅

阳春三月,草长莺飞。友人邀请我们走出高楼林立的城市,去乡间踏青。车行至江苏省句容市后白镇,跃入眼帘的是绿满田野的麦苗和金黄成片的油菜花,花苗相连绵绵不绝。当你正沉醉于窗外的美景时,车已驶入岩藤农场。

一进场门,就像来到了郁金香的海洋。红橙蓝绿白紫黄,各色花朵竞相开放;多种形态——酒杯型、五星状、菊瓣样……争奇斗艳,美不胜收。登上花田中央几十米高的风车二层景观平台,周边500亩花海尽收眼底。脚下,素雅的二月兰陪伴着100多万株高贵的郁金香,犹如给大地铺上了锦绣毛毯。微风拂过,排成一排一个个方的花仙子们肢体颤动,翩然起舞,吸引了众多游人频频拍照留影,欢声笑语回荡田间。远处,海棠花、樱花和桃花织就了一团团红粉彩云,与空中飘浮的白云相映成趣。听农场的人介绍,这里一年四季花期不断。三月结束后,该轮到牡丹、芍药斗芳菲,进入五月又变换为矢车菊与

有30元可返还游客用于场内消费,若有人钱没花完,临走时可换购农产品满载而归。

“新型农业要慢慢做,必须耐得住寂寞。”为了将上述理念变成现实,打造出城市人喜欢的田园生活,农场的董事长董靖带领团队苦干3年,把租种的3000多亩土地修葺一新。2015年岩藤农场正式营业,当年游客就多达20万人次,经营上取得了收支平衡。由于选准了发展农业与乡村旅游有机结合的正确途径,以种植观赏花卉为龙头,创造了一个环境优美、景致迷人的园区,这里成为了省市发展乡村旅游的示范点,先后获得“全国休闲农业与乡村旅游五星级园区”、“江苏省四星级乡村旅游点”、“国家AAA级景区”等多项荣誉。农场的前景看好,正如它的名字所寓意的:从岩石缝里长出的藤条生命力格外顽强、持久。随着春天来场旅游的人数与日俱增,今年接待游客有望超过30万人次,农场的经济效益也将更上一层楼。