“共享旅行”来了

本报记者 **赵 珊**

共享旅行依托互联网、大数据、云计算等现代技术，实现旅游资源和信息的共享，激活并释放闲置资源，给旅游者的消费观念和旅行方式等带来根本变革。

租赁短期民宿、共享出游攻略、拼团友拼租车、共享帐篷wifi……旅行资源共享、旅行信息共享已渗透到人们旅行的多个环节，像一股清流正在改变旅游业，提升旅游者的旅行体验，改变旅游者的旅行方式，也带来了旅游产业的重构。我们日渐明显地感受到，“共享旅行”时代来了。

共享渗透旅行多要素

随着中国游客旅行经验不断丰富，旅行中的多种需求也在提升。在北京从事媒体行业的王女士，每年都有两次出境游度假计划。她说：“我喜欢自由行，喜欢摄影，把照片分享到朋友圈，所以我每次出国的标配是租wifi设备、海外租车和民宿。现在网上有不少提供共享服务的平台，方便快捷。我的出行体验越来越棒了。”

像王女士这样接受并喜欢共享旅行的游客日渐成为主流。在共享经济为社会发展注入新动能的背景下，共享旅行已形成并进入快速发展的轨道。

共享是将一件物品或者信息的使用权或知情权与其他人共同拥有。共享与旅行的结合可谓珠联璧合，旅行的“吃、住、行、游、购、娱”几个环节都涉及到资源信息的共享和充分利用。共享旅行依托互联网、大数据、云计算等现代技术，实现旅游资源和信息的共享，激活并释放闲置资源，给旅游者的消费观念和旅行方式等带来根本变革。

目前，在旅游住宿和旅游交通领域，共享带来的变化已显而易见。近日，中国旅游研究院和美国知名的短租平台爱彼迎（Airbnb）联合发布的数据显示，中国已经成为海外共享住宿消费重要市场和快速成长型市场。数据显示，自2008年以来有超过530万中国游客预订爱彼迎的住宿。去年中国出境游客预订用户近160万人次，同比增长142%，可见其强劲的增长趋势。共享住宿已成为中国出境游客的主要选择，95%的受访者表示他们曾住过民宿、家庭旅馆、度假租赁房屋等，47%的人住过这样的住宿设施，23%的人认为在境外的时候民宿、家庭旅馆、度假租赁房屋是他们的主要选择，优于酒店的选择。

共享使游客融入当地

一个外国游客这样评价中国的共享单车，“当我骑着共享单车走在北京的胡同，我觉得我像一个北京人。”旅行中的共享理念正在使游客真正融入旅游目的地成为当地人。

中国旅游研究院院长戴斌指出，在旅游过程当中，游客有分享异地生活方式的权利，有使用共享资源的权利。共享恰恰架起一座本地市民和外来游客共享城乡生活空间的桥梁与纽带。

共享最本质的要素是人。人需要有一个平台一个桥梁，一旦桥梁和平台架设起来，这种交流是很容易的，是超出想象的。在穷游网联合创始人周彤看来，以前的旅行是游客在一旁看风景，虽然看似距离很近，其实跟当地的很多东西是隔着一个看不见的栅栏。而共享旅行则代表着不同文化之间的融合交流的过程。

共享旅行背景下的旅游者，更加重视与旅游目的地人们的交往，在交通、住宿、导游陪同甚至是餐饮、购物、休闲娱乐等环节与当地居民进行全面接触，获得比传统旅游者更加深入的体验。中国旅游研究院的调查显示，有83%的爱彼迎房客希望在旅游过程中，可以像当地人那样生活。

爱彼迎中国区副总裁安丽告诉记者，爱彼迎不仅仅是酒店和住宿，而是提供了一种文化交流机会，并且是完全当地化的体验和个性化的生活空间。比如游客可以跟着房东去刨地，跟制香师调香水等等。通过交流和住宿分享，游客能够更加真切深入体验目的地的生活。旅游的共享活动让游客和居民住在一起，玩在一起，聊在一起，通过旅游建立深厚的友谊，能够促进不同国家和地区人民之间的交流。游客或当地居民不经意间互相成为了民间外交家。

共享将重构旅游产业

“共享经济之所以迷人，不仅仅在于它高效的资源共享模式实现了社会资源与需求的良好匹配，同时也在于它人人参与、人人受益、文化共享的独特理念影响了成千上万的用户。这种独特模式和理念，正改变着我们对旅行的认识和实践。”安丽说。

旅游已成为很多中国民众的生活必需品，人们愿意消费高品质的旅游产品。旅游业的综合性产业特征与共享经济的“全民参与、共建共享”理念天然契合，且二者的融合度不断提高。蓬勃发展的共享经济开创了旅游消费新时代，正在引领旅游产业优化升级，并开创旅游产业的新格局。

工信部中国信息通信研究院政策与经济研究所副总工程师何霞认为，旅游的新旧模式会有冲突，但新旧模式处于相互交融的发展。共享旅行新模式的出现意味着旅游市场的规模可能会更大，游客将得到更多元的服务，产生的社会效用更大。

共享住宿已成为主导旅游消费的动机性因素。过去以景区景点为主导，“食、住、行”为支撑的旅游消费模式正在发生根本的变化。戴斌预测说，在大众旅游的新时代，我们站在全域旅游的新方位上，旅游产业的边界实际上正在消失，传统的边界在消失，新的边界正在重构。共享经济正改变旅游要素的组织方式和游客的消费行为习惯，是未来旅游消费的主要趋势。

本文配图来自百度

中国人在纽约（下）

李小晓

纽约是一个广义的概念，纽约州包含纽约市，纽约市又有曼哈顿、布鲁克林、皇后区、长岛等若干区域。曼哈顿又分为上城、中城和下城。

在曼哈顿工作的人，住处千差万别。对于在曼哈顿工作的华人而言，最常见的居住地包括曼哈顿岛上、皇后区、新泽西、长岛或者上州。

在纽约常要选择

常言道，嫁给一个人，其实是嫁给了一种生活方式。选择居所亦然。有个学姐曾经总结道，“你选择住在哪儿，就选择了哪儿的人生。”多年观察，此话不假。

有人选择住在曼哈顿，有人选择住在皇后区。住在曼哈顿的人每月3000美元只能住在40平米老鼠乱窜的旧公寓里，而住在皇后区的人窃喜只要花一半的钱就可住宽敞的连体别墅，而且地铁半小时就可以直达曼哈顿市中心，这是多么划算的一个选择。

几年过去，住在皇后区的人愈发安逸，每天下班去固定中餐馆买便当，周末去固定的中国超市采购。后来和背景类似的中国人结婚，有一双儿女，送去皇后区的公立学校，从此有看得见的安稳后半生，简单富足，花前篱下。但在曼哈顿居民眼中，这哪里是纽约，明明就是大农村生活嘛。

住在曼哈顿的人则越来越神出鬼没，朋友圈晒的都是工作和酒会，常常利用一个周末飞趟北京，年近四十依旧面容精致，也依然是夜夜笙歌的单身狗。当然，在皇后区的居民眼中，这是一种过于复杂和疲惫的生活状态。

纽约街景 来自百度

想起纽约总会想起时代广场的岔路口。大家从不同的方向匆匆而来，疾步而去，只是恰好在日光射在广场的那一刻，偶遇擦肩。

其实在纽约生活，始终被夹在各种选择当中。

小到是住曼哈顿还是皇后区，大到是回国还是继续在美国混下去。

自从在美国居留的那一刻开始，每个人此生都将永久地套上一个在中国和美国之间选择的枷锁。

“回国会不会更好”是每一个生活在美国的华人脑海中的问题。他们看到国内经济腾飞心中痒痒，看到朋友在北京发展得不错也蠢蠢欲动，看到家中父母日渐年迈心中更是充满不舍。

剩下那些大部分的只求一份好工作好生活的中产阶级华人，便纷纷留在了美国。遗憾的是，第一代移民注定是白手奋斗的一代，在美国这个同样讲究人脉背景的地方，新移民要想在主流社会中混得一席之地并非易事。毕业应聘进美国大企业，最后能混到管一个三五人的团队就算很不错了。在美国事业飞黄腾达的第一代移民，往往还是靠祖国资源，靠自己创业。比如开一家投中概股的对冲基金，或者针对赴美投资的律所，或者向中国客户卖概念的科技产品公司等。当然这些人也是凤毛麟角，所以大部分在美国生活的华人，都是年薪8-20万美元之间的典型中产阶级，说得好听了是富足安稳，说得难听了是“一眼望到头”。

拿到绿卡后的茫然

对很多华人来说，绿卡似乎就是一个终极理想，虽然他们也不知道绿卡到底对自己意味着什么。

《北京人在纽约》里的大李死了，到死都没有拿到绿卡。许多朋友聚集于墓前，默默流泪。王启明说，死在这里，他终于可以永远留在美国了。

其实这是一个围城，一个无解的围城。

很多人终于拿到了绿卡，突然就茫然没有了目标。他们开始羡慕国内的欣欣向荣，仿佛国内的人都是夜夜笙歌每天忙着谈大生意。

有人真的回国了，他们把回国当成退路，结果发现退无可退，在祖国自己并没有得到额外优待，也不过是辛苦奋斗的芸芸众生。

生命就在身份这个虚无的概念里纠结和蹉跎了。

“我变不成美国人，也早就忘了中国人是什么滋味儿了。”王启明说。

一个朋友奋斗多年终于帮全家办好了绿卡。后来他的父亲在美国住了半年，受不了了，拍案回国，说，“老子不蹲这移民监，老子回家乡。”

那潇洒而去的矍铄身影，每每想起，五味杂陈。

离别才会想念的城市

我记得很多年前我离开纽约的那个春天的那一幕。

我收拾好几个巨大的箱子，呆站在窗前，看曾经生活过的房间又恢复了最初的空空荡荡。我给心爱的仓鼠添了两个下午茶的萝卜仔，它满足地哼哼，不知道下午就要移居别家。

然后我抱着电脑坐在地上，窗外响起了熟悉的冰激凌车的音乐，一遍一遍。

窗户半开，春天无比温暖的风吹进来，这仿佛是人生中最安静美丽的场景回放。

前夜还和朋友喝酒，站在街口伸开双臂大喊，“我觉得我鼻孔里都是北京的味道！”

然后一个人坐在空荡荡的房间里，泪流满面。

我在纽约只哭过两次，一次是初来乍到，一次是别离。

就是这个我一开始觉得全都是树的地方，斗转星移，转眼已是经年。纽约不是东京，纽约也不是巴拿马城。纽约是特别包容，在这里，你很快就会觉得自己是个纽约人，很快就有自己要做的事，很快这里就成了你最熟悉的地方。

在纽约，你会觉得，每天太阳从曼哈顿的升起，然后你开始忙碌，然后看着太阳落下。就这样日复一日仿佛这样的生活真实到永远不会休止。

但又有几个人能真的让那样的生活无限延续。曼哈顿就像一个中央车站，人们拖着行李来了，拖着行李走了。

我很喜欢一部电影叫《爱在黎明破晓前》。这是一部关于邂逅的电影。那些曾经一起欢纵的人，如今再也不会出现在熟悉的地方。

后来每当午夜梦回，总会梦到那几年遇到的形形色色的人。在梦里，这些可能此生再无缘相见的有趣的故友们都聚集在纽约阿姆斯特丹路的街口，仿佛一场盛大的派对，尖叫，吹口哨，冲我挥手，大喊我的名字。

不知地球另一端的夜里，是否也有人做着同样的梦，梦见一个地方，叫纽约。

中国—东盟旅游论坛发布50条黄金线路

本报电（李忱阳）中国—东盟旅游品质和可持续发展论坛暨东盟旅游图片展日前在京举办。论坛由中国—东盟中心主办，以“提升旅游品质，推动可持续旅游发展”为主题，回顾了中国—东盟双向旅游交流合作历程，探讨新形势下搭建交流平台，提升旅游品质、促进可持续发展的有效途径。

中国—东盟中心秘书长杨秀萍指出，旅游合作一直是中国—东盟关系的重要内容。2016年中国与东盟双向旅游交流规模创历史新高，全年互访人数达3180万人次。其中，中国公民赴东盟旅游2150万人次，东盟国家来华旅游1030万人次。每周有2700个航班往返各国。东盟已成为中国游客最喜爱的旅游目的地之一。旅游合作的不断拓展和深化，为增进民众之间的了解和友谊，促进各国经济社会发展做出了重要贡献。展望未来，旅游业将进一步促进中国—东盟关系发展，在国际区域合作中发挥更大作用。

东盟旅游图片展精选60余幅高清东盟旅游图片，从资源产品、历史人文和自然生态等多角度全面展示东盟旅游资源特色。同时，为了纪念东盟成立50周年，中国—东盟中心在活动期间发布了同东盟秘书处合作编译的《东盟旅游50条黄金线路》（中文版），为中国游客探访东盟提供有价值的参考和更多便利。

腾冲做活“非遗”一条街

李维杰

“皮影戏要求吹拉弹唱样样俱全，还要会雕刻皮影靠子、会摆设现场、会在幕后耍杆。现在学习皮影戏的年轻人越来越少。我们刘家寨皮影戏班最小的也有60多岁。这个班底去世后，西腔皮影可能就消失了。”国家级非物质文化遗产传承人刘永周曾多次表达自己的惆怅和担心。

今年85岁的郑映海大爷，是云南腾冲颇具名气的“守艺人”，一把油纸伞做了一辈子。如今，他最大遗憾就是儿孙们不愿再做油纸伞了，因为制作油纸伞工序复杂，前后十几个步骤，耗时费力还挣不到钱，儿孙们更多选择了外出务工和经商。

腾冲，这座南方丝绸之路上的历史文化名城，历经沧桑，积淀了厚实的非物质文化遗产，现有各级“非遗”名录项目及传承人260项。很长一段时间，腾冲众多的“非遗”都面临着后继无人的困境。然而，腾冲“非遗”一条街却让古老的技艺和文化穿起时尚的外衣，重新焕发了生机活力。

秉承“保护为主、抢救第一、合理利用、继承发展”的方针，腾冲走出了一条产业化传承发展“非遗”的路子。3年来，腾冲投入项目资金1100多万元，用于“非遗”的抢救、保护、传承和研究。同时，将散落乡村的“非遗”搬进高黎贡文化产业创意园区，形成了以皮影、土陶、藤编、根雕、荞艺、油纸伞、手抄纸、老布鞋为主的“非遗”一条街。当地人和游客到“非遗”一条街参观体验、购买产品，资源的整合与共享，既扩大了非物质文化遗产的影响，还提高了传统手工艺人的收入。

“以前，我家的土陶在碗窑老家烧制，多数卖给腾冲本地人。搬来‘非遗’一条街后，文创园区指导我们使用农村淘宝、京东商城等网络，还开通了私人订制，现在我家的土陶远销国内外，销量逐月增加。”腾冲土陶传承人孙成宗最大的惊喜来自网络销售平台。

线上互动交流、线下实地体验是“非遗”一条街的常规做法。在孙成宗的土陶馆，城里的孩子们尤其喜欢拌泥、搓泥，将陶土捏制成不同形状的笔筒、杯子和人物造型。在刘永周的皮影馆，游客大多会走进幕布后面体验皮影表演，让不同的历史故事在自己的手上重新演绎。

非物质文化遗产不是垂垂老矣的“古董”，而是在传承中与时俱进、创新发展。刘朝侃大学毕业后，跟随爷爷刘永周学起了皮影制作和表演，成为了刘家寨皮影戏的第六代传人。随着腾冲建设国际化旅游城市的不断深入，刘朝侃嗅到了旅游产品的商机，他带领老家的皮影艺人，将皮影靠子制作成精美的工艺品出售，深受游客的喜爱。依托观赏皮影、体验过程、购买产品，皮影馆的经营做得很活络，每月收入都有好几万元。尤其让刘永周感到欣慰的是，不仅孙子传承了自己的“衣钵”，很多当地的孩子也喜欢到皮影馆去学着画、学着唱。

杭州西游村创建美丽乡村“升级版”

日前，浙江省杭州市临安天目山镇西游村举行乡村旅游投资推介会，旨在为游客提供更好的服务，实施美丽乡村的“升级版”，打造村落景区化建设，培育新型产业业态，以旅游休闲观光新型业态推进农村产业的发展。

西游村在天目山国家级自然保护区、天目山4A级风景区中，森林覆盖面积90%以上。独特的生态环境和丰富的旅游资源优势，促使旅游业为主的第三产业蓬勃发展，村内特色名宿、农家乐已达80多家。去年被评为杭州市民宿示范村。上图为空中俯瞰西游村龙潭景区的美丽风景。 新华社记者 **徐 昱**摄

广告联系电话 65368772 65368747 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售1.5元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066