

创意驱动 个性凸显

文化旅游进入2.0时代

本报记者 刘发为

大众旅游时代，人们对旅游品质的需求不断提高，文化旅游日受青睐。越来越多的人走出家门，去体验不同地方丰富多样的特色文化，去追寻悠久历史所留下的沧桑痕迹。

在中国旅游研究院和河南省旅游局联合主办的2017中国旅行服务产业发展峰会上，课题组发布了《中国文化旅游发展报告2017》的核心观点。

资源丰富 渐入佳境

文化旅游，因文化而吸引人。无论是伟岸的长城、气势磅礴的故宫，还是清秀的苏州园林和挺拔的永定土楼，身在其中，都能不由自主地感受到那段曾经的历史，或感喟时间的变迁，或从中找到前进的力量。

这就是文化的力量，也是文化旅游得到大家青睐的重要原因。

中华民族五千年的灿烂文明，培育了独特的中华文化。中国因其地大物博，不同地区间既有中华文化的共性，又体现出差异性。这样得天独厚的历史文化，为文化旅游的发展提供了丰富的资源。

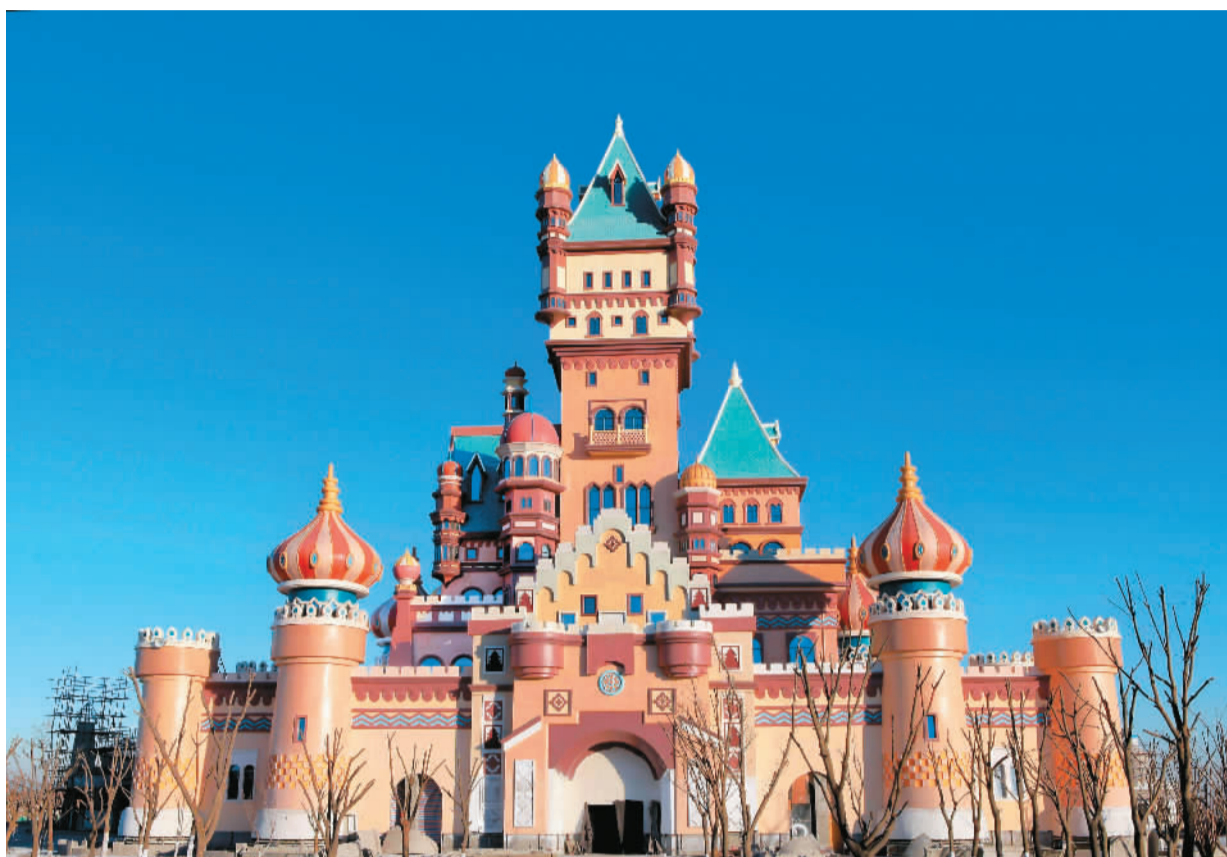
当前，文化旅游已经成为新时代旅游业发展的重要力量，越来越多的省市明确提出要把文化旅游作为战略性新兴产业和产业转型升级的主攻方向。同时，文化旅游作为一项具有潜力的智慧产业已经深入人心。

如果说以历史文化资源为依托的旅游开发是文化旅游产业1.0版本的话，那么现阶段的文化旅游则是以资本、创意和科技为驱动的文化旅游产业的2.0版本。

“文化旅游1.0主要依托的是老祖宗留下的资源，文物发掘、遗迹保护、古建筑修复、文化恢复是这一阶段最重要的开发形式。文化旅游2.0不以有限资源而以无限创意和科技创新为主要驱动力，‘无中生有、变废为宝’是主要特征，文旅产业的智造业属性得以彰显，不断迭代成为必然选择，‘永远建不完的迪士尼’即是文化旅游2.0的典型代表。值得高兴的是，国内一些优秀文旅企业，如无锡灵山、华强方特、宋城演艺、华夏文旅等也已经初步建立起以创意和科技为驱动的核心竞争力，成为文化旅游2.0时代的先行者。可以说，未来，谁拥有了创意和科技创新能力，谁就是文化旅游2.0时代的赢家。”河南文化旅游研究院副院长、《中国文化旅游发展报告2017》执行主编肖建勇告诉本报记者。

热情高涨 资本青睐

数据显示，2016年故宫博物院接待观众数量达到16018540人次，较上年增加6.19%，再次刷新接待记录，这也是故宫建院91年来首次接待观众超1600万人次。文化旅游的火暴，不止体现在故宫。张家界的文化旅游也是风生水起，其旅游文化演艺剧场可同时容纳1.5万游客，一年的演艺门票收入超过5亿元。今年国庆假期，南昌万达文化旅游城每天接待游客超过10万人次，其中万达三大主题乐园每天购票入园人数达到3万多人次……人们对文化旅游的高涨热情，在这些数字中可见一斑。一位在开封清明上河园游览的游客告诉本报记者，自己和家人经常会在周末到周边的文化旅游景区游览，既能愉



图为嘉峪关方特世界 来自网络

悦身心，又能了解一些历史文化，还能缓解日常工作和生活的压力。可见，文化旅游的发展潜力依然十分巨大。

在过去的一年里，增加的不只是人们的旅游热情，还有文化旅游产业的投入和创新。文化旅游产业的资本运作得到重视，基金设立、新三板挂牌、兼并收购等屡有突破，不断为文化旅游产业注入动力。截至2016年12月31日，中国各类文旅基金数量达到100余家，规模上百亿的已经超过10家；与此同时，上海迪士尼成功运营激起国内主题公园的转型升级，IP打造方面取得重大进展，方特的“熊出没”、宋城的“千古情”以及华夏文旅的传奇系列演艺已经获得市场高度认同。此外，以VR（虚拟现实）为代表的科技创新推动文化旅游产业不断升级，2016年成为VR大爆发的一年，华强方特、宋城演艺、华侨城等大型文旅集团纷纷布局VR等高科技体验项目。

文化旅游在备受关注和高速增长的同时，出现了产品同质化严重、产业链条单一、文化意识不强等问题也在困扰着文化旅游产业的发展。因此，如何破解这些难题，将决定文化旅游能走多远。

做精内容 关注当下

在互动中实现内容升级，提供差异化的个性文化旅游产品和服务将是大势所趋。以主题公园和文化小镇为例，彰显自身特色、进行差异化竞争、实现求同存异，

是赢得游客真心的最有效手段。“千园一面”和“千村一面”的现状已经不能满足人们日益增长的文化旅游需求，对规模化、高端化、新颖化的主题公园市场需求潜力巨大；依托小镇的独特文化魅力，深入挖掘文化内涵并加以呈现，才是文化小镇发展的长远之路。此外，传统的说教式旅游需要更多地被体验式旅游和互动式旅游所替代，人们呼唤在更多的交互中实现与古今文化的对话。

文化旅游，需要的是一个开放的有机循环。在不断升级的旅游需求和全域旅游的背景下，单纯的文化与旅游的集聚已难以立足。未来，文化旅游的融合度将会越来越高，文化旅游产品和服务将以有效融合为核心，而非简单的拼凑。在一个开放的文化旅游循环中，文化和旅游是主体，但非唯一的存在，而是融合了经济、社会、生态等一系列社会要素的有机复合体。

文化旅游中“文化”的内涵和外延也将不再局限于传统的文化遗址等内容。正如中国旅游研究院院长戴斌所说：“对于大众而言，他们需要在旅程中看见美丽的风景，听见历史的传说，更需要当下的品质生活，需要与其日常生活相类似的稳稳的幸福……”文化旅游所应传达给人们的美，不只是在厚重的历史文化中，也应在人们的日常生活中找到痕迹。

旅游是文化的载体，文化是旅游的灵魂。旅游在文化的熏陶中得以丰富，文化在旅游的认识中得以传承。文化旅游，因文化而集聚人气，因旅游而塑造人格。

中国温泉获世界点赞

奚健栋

世界温泉及气候养生联合会第70届年会暨世界温泉科学大会近日在风景优美的意大利伊斯基亚岛召开。作为世界上有关温泉、气候和SPA研究最权威的机构，世温联成立于1937年，多年来一直致力于温泉和气候保健疗养的研究，并于每年召开聚集世界各国温泉代表的科学大会。

在“美丽中国，温泉+”的中国温泉旅游推荐交流日上，来自浙江嘉善的云澜湾女人温泉吸引了众多温泉界人士的目光。世温联主席恩贝托索利曼称：“人们总说温泉对女性很好，我们一直在研究到底好在哪里，如何让世界上更多的女性受益！这也是温泉在康养医疗方面需要做的研究工作。这一点中国的云澜湾女人温泉做得很好，已经走出了让人惊艳的第一步。云澜湾女人温泉与西方先进的科学技术和知识融合促进的未来，很值得我们大家关注和期待！”

自古以来，中国的文人就喜欢将温泉同女性联系起来，白居易曾用“温泉女清洗凝脂”的诗句描绘华清池，突出其泉水对于女性皮肤保养的好处。中国也有俗语称：“女人是水做的”，常用水的柔美来形容女性。

“作为一名女性，更是一名女性创业者，我深知当下女性面临的巨大压力，我希望能为中国女性做点事，为她们提供一个真正能放松心灵的港湾，也为她们的继续前行带来动力。”云澜湾温泉的创始人张虹如是说。

据数据显示，2012—2015年，温泉旅游年均复合增速达到17.3%。中国温泉经过近几十年的发展，已完成了从单纯的“泡温泉”向“温泉养生度假”的转变。

除了首次将“女人温泉”的概念带入国内温泉市场，云澜湾女人温泉更是凭借其产品和服务，深耕女性群体的需求。据悉，开业两年以来，已有近100万人次体验了云澜湾女人温泉。

目前，国内许多温泉在开发过程中没有详细的规划，很多温泉度假地形象不突出、主题不鲜明、文化氛围不浓、服务理念不强。而云澜湾温泉围绕女性提供的一系列服务，让云澜湾温泉有了鲜明的形象，帮助其从国内众多主题温泉和景观温泉中脱颖而出。

云澜湾女人温泉以温泉度假旅游为主导，集度假旅游、养生休闲、会议会展等复合功能为一体，逐渐打造成了一个新型的旅游养生特色小镇。小镇内打造了一条集餐饮、休闲娱乐、文化艺术为一体的樱花风情街，为游客带来多元体验。

对于张虹来说，云澜湾温泉不仅要在中国的女人温泉，更要让世界爱上中国温泉，让世界友人分享到中国温泉的独特魅力。

随着人们选择的日趋多样化，满足游客多功能、多层次的需要才是生存之道。中国温泉旅游协会的秘书长张越表示，此次世界温泉科学大会既是一次世界温泉间相互交流取经的盛会，也是中国特色温泉的展示机会。“云澜湾女人温泉此次的亮相，不仅惊艳了国外的温泉同行，更为我国特色温泉的差异化发展提供了很好的样板。”

廖沟河的秋天

付润芝 文/图

廖沟河的秋天花团锦簇，美翻了天。花道、花篮、花树、花田、花台……各种造型的菊花，争奇斗艳，令人目不暇接，眼花缭乱。

山东省济宁市廖沟河公园正举行廖沟河菊花展。姹紫嫣红的各色菊花点缀在广场、河边、沙滩、木栈道等处，放眼望去，无处不菊花。

盛开的、含苞待放的五彩缤纷的菊花，与日渐变黄的银杏树、火红的五角枫、黄中泛红的灌木，加上蜿蜒曲折的一条条小路，构成了一幅美不胜收、错落有致的多彩画卷。

曲曲弯弯的木栈道两侧盛开着各色孔雀造型的小黄菊，映着头顶的蓝天和脚下的河水，人在栈道上走，如在画中行。小蜜蜂、花蝴蝶也来凑热闹，盘旋着吮吸花蜜，增添了不少情趣。

河边一片长方形的黄菊花被命名为“麦浪”，“麦浪”的西北角别出心裁地竖起了几个用旧轮胎穿起来



的圆柱，像穿糖葫芦一样，只不过每个糖果色的轮胎顶部都盛开着一簇菊花，既废物利用，又生机勃勃盎然。

最有意思的是一对立在河边的废旧铁皮桶，新刷了油漆，一只刷成了粉色，一只刷成了天蓝色，分别在桶上画了眼睛、鼻子、嘴巴、衣领和领带，立马变成了并肩而立的一对情侣，头顶开满了黄色的小菊花。幽默喜庆，憨态可掬。

身穿蓝、绿、红、黑、黄运动衣的廖沟河5位骑行者，似乎也陶醉在缤纷的花海中忘记赶路了，他们健美的身姿在肆意盛开的菊花丛中格外引人注目。

骑行者的正前方是济宁人民的骄傲——乔羽先生的铜雕像，他安详而略带狡黠地坐在排椅上，手里举着一个烟袋锅，侧耳倾听着什么。左侧一株枝叶茂密的大树为他遮挡着风雨。他的身后也盛开着各色菊花，远远望去，老先生好像就坐在花海里一边抽烟一边作词，也许一首《廖沟河的秋天》正在脑海里酝酿呢。

菊展的名品集中在叶形雕塑标志的小广场周围，这些盆景菊花组成了高低错落的菊花台，花型、颜色各异，标签上的名字也充满诗情画意，什么玉翠龙爪、盘龙碧玉、宝辛辛夕、花百合、火凤凰等等，形象而韵味悠长。

科技中心是菊展的主阵地，用花团锦簇来形容再恰当不过了，而且充分凸显了科技含量。摆满菊花的花道自不必说了，菊花簇拥的飞机、坦克和火箭可都是真家伙。一种是坚硬的高科技，一种是柔美的园林技术，它们在这个金色的秋天完美地呈现在一起，柔美而壮观。

展览馆前的大花篮足有几米高，统领着广场上五颜六色的花田，恢弘大气。

左图：廖沟河秋景

昆明西山探名胜

云果



“苍崖万丈，绿水千寻，月印澄波，云横绝顶，滇中一佳境也。”明嘉靖年间杨慎在《云南山川志》中就这样赞誉西山。

于是，我踏上了寻访昆明西山秘境之径。此时阳光正好，徐徐秋风拂面，路上偶尔可遇见上山下山的游客。百年前，虚云禅师入住此间华亭寺，在松柏苍劲中弘扬佛法，金桂香四溢，禅钟声，得道感悟。

如果说滇池是云南的生命之源，西山当属滇中之巨臂，二者或遥相呼应，或山水相连，犹如相恋之情侣。

爬上西山山巅，见峰峦起伏，林木苍翠，百鸟争鸣，涧壑流泉，云蒸霞蔚。想起每次在家里打开窗，远眺西山群峰，既像一尊庞大的睡佛，又似一个仰卧的少女，古人称之为“卧佛山”，又称“睡美人”，今日亲睹之，感触颇为深刻。

山中幽篁碧翠，浓荫垂翳，清涧流泉，琤琮和鸣。每年农历三月初三，云南民间有“耍西山”、对唱山歌小调的传统风俗习惯。

想当年身着彝族、苗族等节日盛装的男女来西山，有的乘车抵高峻，登华亭山，有的乘船达龙门村，由千步崖石阶登罗汉崖。万人汇集于此，在山中微风里起歌，唱得那个气势宏大，那个婉转流畅。

登山门，越发感受古人之智慧与精巧之工艺。这就是在千仞峭壁上的石窟石道工程，石雕、石室、崖壁上，历代文人留下不少题咏。上得龙门，凭栏下视，为百丈之悬崖峭壁；举目远望，湖天一色，五百里滇池尽收眼底。

当年，徐霞客到云南，游遍西山，写下《游太华山记》，详细地记述了西山的各处名胜特点。

西山除山石嶙峋的罗汉崖外，其余均为茂密的树林覆盖。名胜古迹分布在层林叠翠的山间，山茶、兰花、杜鹃和海棠等名花四时竞开，满山苍翠。西山上的三清阁和

龙门是一组构建在西山主峰罗汉山悬崖峭壁上的建筑群，是西山胜境的精华所在。

元代忽必烈之孙甘麻刺在罗汉山崖壁下建了梁王避暑行宫，云南梁王在太华山建梵刹（今太华寺），“一载而成，赐寺额曰佛严，山曰太华”。

下得山来，心却依然随千年古刹远行，古建筑、古佛寺、古遗址、古墓群、石窟寺、摩崖石刻等等皆印在心底。此行不仅是沐浴森林氧吧之行，也是感受古今中华文化之旅。

上图：西山风景 来自网络