文化打动人心 经历充满激情

旅游图书热销探秘

本报记者 尹 婕

再过5天，我们将迎来第23个“世界读书日”。《2017年中国图书零售市场报告》显示，2017年，中国图书零售市场总规模达803.2亿元，较上年同比增长14.55%，继续延续近年来的增长势头。读书正成为越来越多的人了解世界、与世界交流的方式。

近年来，中国旅游业发展势头迅猛，旅游已成为生活必需品，旅游图书也日益受到人们青睐和市场认可。随着旅游业态的不断变化以及人们旅游方式的改变，与过去相比，旅游图书也呈现出一些新的特点。

个人化写作受欢迎

近日，南海出版社发售了一本名为《背上行囊，一路向北》的手绘旅行日志，作者是一位名叫刘东旭的“90后”小伙子。上学时，刘东旭会利用寒暑假在全国旅行，并将旅行中看到的、吃到的、听到的东西写成游记，配上照片和攻略，发到旅游网站上。这本书缘于2016年元旦他的第一次哈尔滨之旅。哈尔滨冰天雪地的美景和各种美食，深深吸引了刘东旭，他决定用更加形象的手绘游记，向全国网友推荐哈尔滨。据了解，这是首部介绍黑龙江尤其是哈尔滨风土人情、地域美食、人文景观的手绘旅行日志。

如今，像这样带有作者个人“烙印”的个性化游记越来越多，深受读者喜爱，也正成为游记类旅游图书的新特点。

2010年，职业旅行家小鹏的《背包十年》出版，一经面世销售火爆，预售翌日即开始加印。《背包十年》的出版正赶上中国出境游爆发性增长时期，“当时博客上一下就涌出不少旅行主题的博客，所谓的旅行达人也大多是在这时涌现出来的。”小鹏介绍。而这本书中鲜明的小鹏个人印记也是它吸引读者的重要原因。“严格来说，它其实不能算是在讲旅行，更多的是说我成长的故事。”出版方中信出版社李静媛在编辑时，也将有“攻略”性质的内容删除，更加强调情感和作者的个人体验。此后，小鹏又相继推出《我们为什么旅行》和《只要不忘了回家的路》，三本书组成了小鹏的“背包十年系列”，据了解，总销量达百万册，影响了一代中国新生代背包客群体。

《旅行的艺术》《东西莫辨逛欧洲》《带一本书去巴黎》《理想的下午》《在漫长的旅途中》等，是获网友赞誉较多的旅游图书。而这些书都有一个共同特点：书中有较多作者的旅行经历、个人感悟。

知乎网友这样说：“旅行作为人理解世界的另一种方式，需要作者更深一步的思考。”单纯重复自己旅行的梦想，给读者灌输“辞职去旅行”的观念并不能获得读者真正的共鸣。

地方“形象打造”好途径

“迄今为止，我们推出的有关丽江的旅游书有200种以上，涉及文字、文化、风俗、美食等各个方面。”云南人民出版社编辑室主任项万和在接受本报记者采访时介绍，从上世纪90年代开始，云南人民出版社每年都会出版与丽江相关的图书，其中许多书籍的销售都很不错。

2003年，《丽江的柔软时光》出版当年，在丽江销售就达10万册。至今该书仍在销售，从未中断，据统计，累计销量约300万册。“这在全国都是不多见的。”项万和说。

大约在2000年前后，丽江开启一种不单纯推介景区景点的旅游营销模式，逐渐打造出丽江有美景、有人文、有特色的形象，丽江逐渐成为一种生活方式的代表。《丽江的柔软时光》在那时推出，对于巩固丽江这样的城市形象起了十分重要的作用。“在丽江，《丽江的柔软时光》几乎人手一本，许多旅游商品店都有销售，一度被奉为丽江旅游‘宝典’。”游客葛亦诚2010年前往丽江旅游时亲眼目睹了这样的情景。

2012年，《丽江慢生活》出版，该书与《丽江的柔软时光》类似，目标读者群明确，针对来丽江或是打算来丽江的旅游者，累计销量也有几十万册。丽江旅游图书出版的巨大成功，引起许多地方政府关注。通过出版地方特色旅游图书宣传推介当地旅游资源，吸引游客，逐渐成为打造地方形象的重要选项。

今年3月底，山西出版传媒集团召开旅游图书产品线建设协调推进会，出版经营部主任郭文礼强调，针对日渐成熟的旅游市场，需要对旅游图书做一个协调。据悉，未来，山西出版传媒集团旗下的山西经济出版社将把旅游类图书放在重要的、突出的位置。

根据开卷监控数据显示，目前，旅游类图书在市场中所占份额比较稳定，电商和实体书店的旅游图书有六七千种。

旅游图书引人入胜。来自网络

文化才是旅游之根

“丽江当地政府对宣传丽江文化给予政策扶持，每一个有志于宣传、挖掘丽江文化的人都可以申报项目，通过后可得到政府的资助。”项万和说，丽江旅游形象的成功打造绝不是偶然的，与丽江对本土文化的深入挖掘分不开。目前出版的丽江相关书籍中就有丽江本土摄影家、书法家等的创作。这些书从不同的角度对丽江加以详细介绍，十分全面。“游客来到丽江旅游觉得不错，回去想向朋友推荐，只需买上一本书就可以了，关于旅游各方面的信息都很全面。”项万和笑着说，我们的旅游图书可以与当地旅游全方位互动。

“在我看来，丽江旅游的成功不光靠硬件，更多的是靠开发本土文化。丽江的成功值得各地借鉴。我了解到，有不少地方向丽江学习成功经验，但是多数的关注点在基础建设上，很少关注文化。但是，文化才是一个地方的根。”项万和表示。

2007年，《被遗忘的王国》出版，这是俄国人顾彼得记录他在丽江9年生活经历的一本书，其中展现了民国时期的丽江生活图景，那时的丽江人生活就是悠闲舒适的。“文化是有传承的。”项万和说，来到丽江的人能够感受到这种文化上的传承。该书出版后累计销量有十多万册，可见文化有着持久的魅力。

作为云南本土出版社，对于旅游图书的出版，云南人民出版社也有相应的规划。项万和介绍，云南全省有100多个县，出版社打算为每个县专门出一本书，力求细致深入地介绍当地，德宏相关图书已列入今年出版计划。

山东邹城孟子故里的孟府有块门匾，叫“礼门义路”，语出《孟子·万章下》：“夫义，路也；礼，门也。惟君子能由是路，出入是门也。”孟子说，义好比是大路，礼好比是大门。君子要走礼之门，行义之路。

作家夏衍先生生病住院，病情发作，十分难受。秘书说：“我去叫大夫。”秘书正要出门，夏衍突然睁开眼睛，十分艰难地说：“不是叫，是请。”一个“请”字，道尽了文质彬彬的君子之礼。

《说文解字》：禮（礼），履也。履，就是一个人必须遵守规范、履行责任，包括敬献祭品，以此来侍奉天地、侍奉祖先，从而获得天地、祖先的保佑。祭祀时要进退有序，分清尊卑位次，献什么祭品，演什么舞乐等都有一套严格的规矩，这个规矩就是“礼”。

西周开国之初，周公将“礼”的理念运用到国家治理上，并扩大礼的内涵，使之包含人生、信仰、制度、器物等丰富内容，提出以宗法为核心的礼乐制度。礼乐制度用以规范人们的行为准则，要求贵族在衣、食、住、行等方面要符合自己的身份，做到“父子有亲，夫妇有别，长幼有序，君臣有义，朋友有信”，这就是孟子提出的五伦。

礼门义路

殷延禄

父子有亲。亲，从辛从木从见。辛是刻刀，用刻刀刻制先人的神位，人看到了神位，就想起了亲情。父子有亲包含母子有亲，父母与孩子之间要相互亲爱，而不是单方面的服从。这一伦要求我们重视亲情培养，没有了亲情，父母再好的教导也无法在孩子身上产生作用。

君臣有义。义者宜也，宜，字形描绘是神龛里供奉的动物的肉。在祭祀后，肉是要严格按照参加祭祀人的身份分给每一个人的。宜，就有了适宜的意思。君臣之间要维持一个恰当的关系。鲁定公问孔子：“君主使用臣子，臣子侍奉君主，各自该怎样做呢？”孔子回答说：“君主应按礼的要求来使用臣子，臣子应以忠诚的态度和行为来侍奉君主。”这一伦体现了一种职业的精神。

夫妇有别。《说文解字》：别，分解也。表示用刀剔剥，让骨肉分离。所以它的本义是分解，引申为分离、分别等。夫妻之间要夫妻恩爱，同时还要有分工，共同承担起家庭的责任。夫妻一伦缘于婚姻，早期的婚姻更多的强调人类的繁衍、家庭的责任：媳妇的角色先于妻子的角色；母亲的角色先于妻子的角色。

长幼有序。序，本义堂屋的东西墙，引申指正屋的东西厢房。家庭成员居住在房子的什么位置，在古代关乎礼仪。一般的讲，东为上，西为下，长辈要住在正屋东边的房间，晚辈要住在正屋西边的房间。长幼有序，包含了年龄和道德两个方面，即敬长与尊贤，尊贤是长幼有序的核心要求。

朋友有信。信，《说文解字》：诚也。从人从言。言字上从辛，下面的口是祭器。辛是刻刀，用它来刻写祷告的话，然后放到下面的祭器内烧掉。祷告的话是人向神灵立下誓言，因此信就有了诚的意思。良好的朋友关系表现出两个境界：一是利之和；二是乐之同。在利益上要维持平衡；在善性和道义上要有共同的认可和坚守。

孟子的五伦，告诉我们人与人之间应该保持和如何保持“礼”，这对今天的我们仍然有极高的借鉴价值。礼的作用不仅是区分你我他的不同，更重要的作用是促进你我他的和合。在和合的过程中，自我得到升华，从而超越利己主义、裙带关系、地方主义、种族主义和人类中心主义，与万物一体，实现天人合一。礼是我们的必经之门。

新疆阿勒泰玉什阿夏村：

怪石、岩画引客来

新疆阿勒泰地区哈巴河县萨尔布拉克镇玉什阿夏村距离哈巴河县城直线距离60公里，地处哈龙沟，被当地人称为黑石沟。整个哈龙沟怪石嶙峋，有的形如走兽飞禽，有的状如亭台楼阁……给人带来无限想象。远古时期的先民们在此留下了100多处珍贵的历史印迹——岩画。据考古专家实地考察，这些岩画距今约8000年—1万年。

这里的岩画受到了人们的高度关注，仅2017年到这个村来参观岩画的游客已超过1万人次。村第一书记赵燕祥说：“我们村是一个贫困村，耕地少、草场少，依靠传统的农牧业，群众很难实现脱贫致富。但是，这些奇石和岩画可是我们村的无价之宝，我们稍加整理开发就是一个非常好的旅游景点。”哈巴河县旅游局局长王新强介绍，玉什阿夏村处在阿勒泰地区千里旅游线的规划之中，村里将借助当地特有的奇石和岩画资源发展旅游业。

右图为洞窟彩绘岩画。

下图为一名游客正在拍摄一座奇石人像。 刘是何摄

烟雨漓江

赵小越

漓江发源于桂林兴安县的猫儿山，属于珠江水系，流经桂林、阳朔，至平乐县恭城河口，全长约170公里，是桂林山水的精华。这个春天，我与读书会文友相约桂林，进行为期3天的采风活动。

早上7点半，车子从桂林酒店出发，3小时后到达漓江杨堤停车场，再乘坐观光车到达杨堤码头。是日，细雨如针。群峰间雾气缭绕，千姿百态的石山苗条秀气，恍如通灵活物般向我走来。驻足杨堤码头，我眺望漓江夹岸独绝青山，比桂林市内更多了一分隐逸幽深之气。登上游船，朦胧山水尽收眼底。游船在杨堤景区按线路缓缓移动，仿佛生怕破坏了这一份宁静。望向远处竹筏，船影若幻，雨浪如烟。著名的“杨堤烟雨”，果真绝尘。

过了杨堤，扑入眼帘的山崖上斑纹奇特，轮廓色彩活像一条鲤鱼悬挂其间，这便是著名景观“鲤鱼挂壁”。

船在行，人在看。浪石奇观、神笔峰、鸡笼山、童子拜观音、八仙游江等景观在雾气中若隐若现。最有名的景点要属“九马画山”了，那是在兴坪溯江而上4公里的一座石山巨壁上，草木浓淡不一，斑驳有致，细细凝视可依稀辨认出群马形象，有的飞奔、有的睡卧、有的呼啸……活灵活现，呼之欲出。这里还有个有趣的神话传说，相传孙悟空在做“弼马温”时，玩忽职守，使神马逃脱下凡。神马来到漓江边饮水，被一画师撞见，结果神马受惊误入石壁，成为景观，山麓间还留存着“饮马泉”。清代阮元曾作“六年久识奇峰面，五度来乘读画舟”，可见，古代文人墨客对画山的钟情。过了九马画山，游船掉头往回走，天也渐渐放晴了，可雾气仍旧没有散尽，像用面纱遮着脸的绝色女子，羞涩间透着灵性与可爱。

见江上有村民在操控电动竹筏带领游客行进，便与文友讨论起漓江上的“鸬鹚捕鱼”。漓江两岸的村民世代以捕鱼为业，在有着青山倒影的水面上，渔夫戴着斗笠、穿着蓑衣，站在竹筏上撑着长蒿，旁边放着一个竹筐，竹筐上面搭着他圆锥形的鱼篓。得力的鸬鹚在一旁温顺地依偎着他。到了地点，他坐下来抽一袋旱烟解解乏，鸬鹚站在渔网边缘处看着渔夫鼻孔中溢出的阵阵白烟出神。时间仿佛都静止了。猛然间，鸬鹚潜入江中，像海底蛟龙般追赶鱼群，几无虚发。接着，渔夫张开渔网捕鱼，张出了一个石山的轮廓。如今，这种颇有地方特色的捕鱼方式已随着年轻人外出务工或经商而变得寥寥无几，即便是有，多半也是村民们在岸上用训练好的鸬鹚配合游客拍照，只有极少数年纪大的渔夫在江中撒网捕鱼，还保持着原生态的传统打鱼方式。

回到酒店已是傍晚时分，我还没有从漓江山水带给我的震撼中走出。陈毅的那句“愿做桂林人，不愿做神仙”，我亦有同感，还未离开，心底就已盘算着何时再来重游。

上图：渔夫撒网捕鱼。来自网络

广告联系电话 65363547 65367287 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