

乡村游 有土味更有品位

本报记者 赵 珊

“采菊东篱下，悠然见南山”，寻一处乡村，享受慢生活，已成为很多人的选择。中国乡村游去年接待人次超30亿，占国内旅游半壁江山。乡村游早已不是简单的农家乐，精品民宿、休闲露营地、乡村度假中心、乡村体育旅游俱乐部、乡村主题博物馆等新业态层出不穷。昔日单纯依靠好山好水好资源吸引游客的乡村游，如今，正在迅速提高品质，提升品位，创建品牌。

年轻人爱上乡村游

暂时远离繁忙的工作，寻一处乡村，享受惬意的慢生活，成为越来越多城市居民缓解压力、放松身心的选择。而拥有自然淳朴、风土各异、特色生活体验等优势乡村游正好提供了这种可能。

城市年轻人正成为乡村游的主力军。途牛旅游网近日发布的《2018年乡村旅游分析报告》显示，“80后”“90后”出游人次占比最高。他们普遍具有较高的消费能力，更加追求旅游的体验感和参与感。去年“10后”群体出游人次较2017年提升了12%，他们绝大多数是在父母的陪同下踏青郊游，在欣赏田园美景的同时，还能增进亲子间的感情。

目前，家庭、情侣、团队是乡村游的主流客群。从出游目的来看，73%的游客更注重亲近自然、放松身心；45%的游客关注体验乡村美食；有一些游客对参与乡村项目和活动有着浓厚兴趣；还有一些游客的出游目的是为了摄影、写生、集体活动等。亲近自然、放松身心是乡村游游客的共鸣。相比于繁华的都市，游客们更喜欢沉浸在诗意的乡村世界中，感受鸡犬相闻的和睦与安详。

多元的乡土气息

乡村游如今早已不是简单的“采农家菜、看农家景、吃农家饭、赏农家戏”。日前



游客在浙江安吉民宿享受田园生活。
新华社记者 黄宗治 摄



机器人在江西南丰县蜜橘园里当导游。
时雨摄（人民图片）

都说云南有十八怪，其中有一怪：石头长在云天外。石林位于云南省昆明市，是国家地质公园和世界地质公园，以其独特的喀斯特地貌闻名于世。

“石林”，顾名思义就是如林的石头。远观石林，石峰、石柱、石笋，排列整齐，形态万千。一簇簇，一片片，铮铮然拔节，郁郁葱葱，地上地下浑然一体。

走进大石林景区，入口处一汪湖水碧波荡漾，湖中一尊酷似观音的石峰，面带微笑，好似欢迎远方的客人。穿过桂花林，无数巨石擎天立地，气势磅礴，石壁上雕刻“群峰壁立，千嶂叠翠”，短短八字，生动概括了石林的壮美。

来到石林胜境，只见巨石高耸林立，巍峨壮观。石峰上题刻“石林”两个隶书大字，与拔地而起的石柱、石峰交相辉映。我沿着蜿蜒的小径缓慢地向前走着，仰望两峰同擎一巨石，下面是狭窄的通道。看那巨石摇摇欲坠、千钧一发的样子，我感觉心都跳到嗓子眼了。导游说这是因为大地震时，那块石头被震倒，卡住了。我赶紧从巨石下面快步冲过。回头观望，那危石纹丝不动，悬着的心才放下了。

我们来到幽兰深谷。幽兰深谷地形犹如巨盆，地势急剧下降，然后陡然升起，行走其间，心里战战兢兢，手脚发软，后背发凉，只能抓着石阶两旁的铁链缓慢行走，感觉能听见自己的心跳。偶尔驻足望



河南三门峡陕州地坑院特色民居文化助力乡村旅游。
新华社记者 朱祥 摄

社科院旅游研究中心发布的《旅游绿皮书：2018—2019年中国旅游发展分析与预测》提到，一批更富个性、特色和精品特征的民宿、乡村度假酒店、乡村度假中心、乡村体育旅游俱乐部等产品成为乡村游的亮点。乡村绿道、登山步道、户外运动公

园、休闲露营地、房车自驾营地、马术俱乐部等新产品和乡村主题博物馆、乡村非遗展示馆、乡村美术公社、乡村音乐部落、乡村动漫基地等新业态层出不穷。

乡村游已占据国内旅游半壁江山。据农业农村部测算，2018年中国休闲农业和乡村旅游接待人次超30亿，营业收入超过8000亿元。休闲农业和乡村旅游成为城市居民休闲、旅游和旅居的重要目的地，成为乡村产业的新亮点。截至目前，中国已创建388个全国休闲农业和乡村旅游示范点（市），推介了710个中国美丽休闲乡村。

去年12月，文化和旅游部、国家发展改革委等17部门联合发布《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》，提出优化乡村旅游环境，丰富乡村旅游产品，到2022年，实现乡村旅游服务水平全面提升，基本形成布局合理、类型多样、特色突出的乡村旅游发展格局。

从城市到乡村，人们向往的是乡村特有的气质。区别于名山大川、历史古迹、都市风光等，如今的乡村游融合了乡土味、文化味、人情味等多元味道。优美的田园风光、风吹麦浪的惬意、“稻花香里说丰年”的喜悦，让游客感受到浓郁的乡土气息；展馆展示、民俗活动体验、景观小品展示等活动项目，让游客领悟到乡村文化的底蕴和内涵；而村民们纯真的笑容、质朴的言语和热情的招待则构成了乡村独有的人情味。途牛旅游网数据显示，乡村游内容更丰富，采摘、游居、野行、诗意图居等新兴游玩形式受到游客喜爱。

提升品位创品牌

乡村游作为中国旅游消费中发展最快、潜力最大、带动性最强的领域，发展空间和增长潜力被各方看好。乡村游的市场竞争也愈发激烈。

顶，只见脚下石峰如千柄利剑出鞘，无限风光尽收眼底。待扶壁下得峰来，虽然心有余悸，却深感惊险刺激。

爬上石林制高点望峰亭，眼前石峰连绵起伏，像大海的巨浪涌向远方。林峰间

石头长在云天外

宋红军



随着广大游客对旅游品质的要求提升，昔日单纯依靠好山好水好资源吸引游客的乡村游时代已宣告结束。乡村游散、小、乱的竞争状态，正迅速向内容化、品质化、品牌化方向转变。

北京市社科院全球文化和旅游发展研究中心主任吴若山告诉记者，塑造乡村游品牌，内容端要注重品牌独特性。可通过深挖乡村非遗资源、农耕文化，打造凸显当地自然与文化特色的旅游体验项目，使得游客对具有差异化、特色化的旅游品牌项目产生深刻印象。不能忽视的是，内容竞争时代，品牌塑造者需要加强版权保护意识，防止市场跟随者抄袭模仿、切实保护品牌的版权利益。

乡村游创品牌要认清“自我”，中青旅遨游网首席品牌官徐晓磊认为，要综合考虑所在村域的资源禀赋、人文环境的特点；乡村游在核心产品的选择上应聚焦一点，遵循宁可一招鲜吃遍天，切勿大而全、无特色；在服务品质打造上，乡村游既要有乡村的粗犷感，更要有都市的精致感，持之以恒，乡村游的品牌就会自然形成。

北京第二外国语学院旅游科学学院副教授冯凌建议，乡村游做特色品牌要文旅融合，把文化资源优势转化为促进乡村旅游发展的宝贵资源。建设非物质文化遗产展览、展示、传习场所，发展特色文娛活动，培育乡村夜间休闲项目，创新开发地方特色美食和传统手工艺品，打造具有特色的高品质乡村游文化品牌。此外，乡村游创品牌要依靠“乡村游+”的多产业融合发展，培育乡村游网红产品，打造适宜乡村实际、游客喜闻乐见的乡村游的新热点和新爆点，形成新的消费点，构筑乡村美好新生活。

中国旅游创品牌⑥

青藤缠绕，盘根错节，林峰清秀俏丽，犹如一幅清新淡雅的山水画卷，令人津津乐道，又心生敬畏，感叹大自然的鬼斧神工。

告别望峰亭，穿行于石峰、石林之间，时而巨石当道，时而峰壁夹径，时而洞窟相迎，曲折迂回，恍若漫步在扑朔迷离的童话世界。沿途风景妙趣横生，刚见鸳鸯戏水，忽现双鸟渡食；才见羔羊哺乳，又见凤凰梳翅。奇峰怪石，不一而足。只觉奇景迭出，险象环生，峰回路转，别有洞天。

如果说大石林是以磅礴的气势夺人眼球，小石林就是用秀丽而小巧留住游人的心。这里地势开阔，景观疏朗，林木葱茏，奇峰怪石立于绿茵茵的青草之上，犹如千帆竞发，乘风破浪。徜徉其间，仰望天空，云彩也恍若在石林中游走，捉迷藏似的在林中忽隐忽现，“石头长在云天外”真是名副其实。

走进石林，就走进了巨大的静穆之境，面对着亘古的永恒。时光流逝，沧海桑田。以一种不可抗拒的姿势，岩石演绎着亿万年风磨水洗的历程，造就了这个规模宏大的罕见传奇。石林，既有经得起风吹雨打的铮铮铁骨，也有耐得住岁月侵蚀的昂扬意气。伫立其间，只有阳光，沿着石头斑驳的竖线笔直地流注；只有风，在石头的密林间曲折地穿行。

敬畏自然，珍惜生活，这也许就是石林对我无声的叮嘱。

左图为石林风光 来自网络

“陟彼高冈，我马玄黄。”这是两三千年来中国人的看山方式之一。

魏晋人士最喜登眺，这从风靡一时的山水诗里可以看得出来，就连我们熟知的陶渊明也是当时“看山俱乐部”的一位重要成员。他自称“少无适俗韵，性本爱丘山”。读过陶诗的人都知道，陶渊明看的那座山叫“南山”，虽然土壤不怎么肥沃，种豆也难得丰收，但是诗人极是爱它，植杖耘耔，见之悠然。

隋唐时期，看山的传统保留了下来。唐代有一无名氏，他的名字早已被人们遗忘了，他写的词却被完好地保存了下来：“满眼风波多闪烁，看山恰似走来迎。仔细看山山不动，是船行。”作者看山的时候为物所迷，以为远山向其走来，细看时才发现是“舟行碧波上”的缘故，不禁令人莞尔。

宋人也喜欢看山，譬如一蓑烟雨任平生的苏轼，一生中到过的名山无数。他游至庐山，横看侧看，远看近看，行至高处看，行至低处看，庐山呈现在他眼前的样貌都不相同。为什么会这样呢？他冥思苦想，原来是“不识庐山真面目，只缘身在此山中”。

看山这件事情，喜欢的人和不喜欢的人可谓是截然不同的两种态度。喜欢的人恨不能日日登山，即便不登，坐在山前看看也好；不喜欢的人则觉得，看山无益，登山无益。尤其碰到难行的山路，于久不登山的人而言，更是一种煎熬。

在古代，春日看山仿佛是一件约定俗成的事情，就像现代人过年要吃年夜饭一样。若是春天没做这件事情，心里总觉得缺了些什么。我们从唐代诗人李涉的《登山》诗里可以管窥这种心理：“终日昏昏醉梦间，忽闻春尽强登山。因过竹院逢僧话，又得浮生半日闲。”诗人正犯春困，可是想到春天行将去远，今年还不曾登山，就挣扎着爬了起来，结果倒是因此得了半日的悠闲。

纵观那些看山者，各行各业的人都有，不过有几类人似乎爱之尤深。画者素喜看山，北宋画家郭熙曾把山当作美人看待，他在经验之谈《林泉高致》里这样写道：“春山淡冶如笑，夏山苍翠如滴，秋山明净如妆，冬山惨淡如睡。”——如笑、如滴、如妆、如睡，这些都是用来形容山的词语，可是当它们用在山身上时，非但没有一点违和感，还显得妙趣横生，别有看头。

诗人亦喜看山，清代剧作家黄图珌在《载酒游山》一篇中写道：“载新丰之酒，投嘉树之林，簪陶潜之菊，乘庾亮之月，狂呼豪饮，醉杀秋山。”游山本来不过是一件俗事而已，可黄图珌用新丰的美酒、庾亮的月亮、陶渊明的菊花，让它变成了一件不俗的事情。

看山似乎还应有另一种适合它的姿态。依稀记得张恨水的《金粉世家》里有几句是“纸窗竹户屋三间，垂帘无个事，抱膝看屏山”。你看，那抱膝便是看山的人的状态，将三分悠闲，两分情愁，揣摩得恰到好处。

看山之乐，但可意会而不可言传。人言看山有三重境：看山是山，看山不是山，看山还是山。其实不过就是看山罢了，哪来那么多的讲究？山上有许多景物，四时又各不相同，草木春秋，入人眼，恰似古人所云“春见山容，夏见山气，秋见山情，冬见山骨”。



旅游漫笔

蚌埠创新全域旅游



夕阳下的蚌埠张公湖 郑磊摄 来自蚌埠市政府官网

本报电（记者赵珊）蚌埠是安徽四大旅游中心城市之一，文化历史资源丰富，又是苏皖鲁豫交界的区域中心城市、全国性综合交通枢纽城市，近年来不断探索全域旅游理念下的文旅融合创新实践。日前，由中国旅游研究院、蚌埠市政府联合主办的“区域中心城市全域旅游创新发展研讨会”在京召开。与会专家学者认为，蚌埠旅游潜在市场规模巨大，可以成为非传统旅游城市旅游融合发展的典型案例。

蚌埠市旅游资源具有类型多、品位高、开发适宜性强的特点，主要表现为丰富多样的水体赋灵魂、源远流长的历史文化品牌、生态优良的乡野显特色、内外畅美的交通优势等。蚌埠的全域旅游发展坚持从“美丽风景”到“美丽生活”的旅游发展建设理念，把当地建成了真正适合当地居民宜居、外地游客宜游的旅游目的地，从而提高城市综合竞争力。

文化和旅游部党组成员王晓峰说，全域旅游的科学内涵为全时段旅游、全区域可游、全产业融合、全社会参与四个方面。蚌埠作为综合交通枢纽城市和区域中心城市，具有较好的旅游市场支撑，希望蚌埠在文化和旅游融合发展、城市旅游品牌提升、旅游产业转型升级等方面做出更多探索。