人民日报海外版
2019年7月8日 星期一
责编：何欣禹 邮箱：hwbrmrb@163.com

把金陵装进口袋

本报记者 **何欣禹**

一块眼镜布上能有什么？

在南京市博物总馆文创商店，标价8元的眼镜布上，600年前南京城的繁华盛景在方寸之间展现得淋漓尽致。这个印有明代画作《南都繁会图》的眼镜布，背面是戴着眼镜的老者。别小瞧这副眼镜，它将玻璃制品从西方传入中国的时间向前大大推进。

浸染六朝烟水的纹饰瓦当、承载历史叠影的秦淮河……近年来，写满南京符号的文创旅游工艺品在这个历史文化名城遍地开花。一件件小小的文创产品，浓缩了南京的厚重历史和悠久文化，拉近了南京与世界的距离。

“朱叭叭与马大脚”

紫金山南麓，钟山风景名胜区内，明朝开国皇帝朱元璋和皇后马氏的合葬墓——明孝陵位于此。每年，都有大量游客来到这里，寻访历史遗迹。历史故事总是引人入胜，其中就包括朱元璋和皇后马氏的恩爱传说。这也成为明孝陵景区文创产品创意的来源之一。

“以前，景区或者博物馆的纪念品主要是游客纪念照或模型，现在我们更加注重故事性，通过挖掘历史展现产品特色。”明孝陵博物馆馆长任青对本报记者说。

马皇后怀饼救夫、勤俭持家，朱元璋推动服制改革、推行廉政的事迹为文创产品开发提供了历史素材。2016年至2019年，明孝陵景区共策划推出“朱叭叭与马大脚”系列玩偶、钥匙扣、冰箱贴等共计8款11种产品，其中有“龙凤呈祥”摇头玩偶（对）、“百年好合”摇头玩偶（对）、“怀饼救夫”对偶、“勤俭持家”储蓄罐（对）、“聚宝盆”储蓄罐、“洪武流韵”系列钥匙扣等。

除了故事性，景区在产品外观设计上也花了心思。高颧骨、粗眉毛、大耳朵、下巴比上颚长出好几分，一个身着皇帝朝服的萌萌朱元璋呼之欲出。马皇后穿的则是由双凤翊龙冠、大衫、霞披等组成的皇后常服。相传马皇后没有受到缠足习俗的影响，被称为“大脚马皇后”。在“勤俭持家”储蓄罐（对）里，马皇后露出了一只肉肉的光脚丫，十分俏皮可爱。

“我们会根据历史或传说中的人物形象以及产品自身的特点，尽量还原人物特点。”任青说。“以前我们也按照朱元璋的形象做过玩偶，比较写实，导致品种太过单一。这次我们经过反复修改，最后采用了卡通、萌萌的形象来展现，更符合现代人的审美情趣。”

每个产品背后，都有一段历史，“朱叭叭与马大脚”系列以其活泼萌动的形象和生动有趣的故事深受游客欢迎。被注入故事的文创产品显得更加有灵魂，也让游客在购买之余了解到这座城市的历史和历史背后的人物。

玩出六朝烟水气

“南朝四百八十寺，多少楼台烟雨中。”南京，素被称为六朝古都、十朝都会，拥有丰厚的历史文化底蕴。云锦、明城墙、雨花石、秦淮河、玄武湖等将南京的历史、节气、人文、风景和审美彰显无遗。如今，它们化身城市标贴的点睛之笔，凸显灵性和创意。

印有6个朝代名称的“六朝魔方”、以南京云锦传统纹样为装饰的抽纸袋、以雨花景象为设计元素的耳坠、六朝莲花纹瓦当抱枕……这些来自南京市博物总馆的文创产品无一例外地烙有南京特色。“目的是让南京本地人或者外来游客更加了解南京这座城，通过了解来爱上南京。”南京市博物总馆文创部主任贺湘对本报记者说。

“很多人都知道南京是六朝古都，但如果要说出六朝是哪六朝，南京本地人恐怕也不一定知道。一个小小的魔方，在玩的过程中，既可以帮助人们了解南京的历史，还具有智力开发性。”贺湘说。“自2016年起，每年暑期，我们在六朝博物馆还会举办‘六朝魔方小达人大赛’，吸引大家参与。”

目前，南京市博物总馆下辖南京市博物馆、江宁织造博物馆、六朝博物馆、渡江胜利纪念馆等8家市属文博馆所。每个博物馆都拥有与馆藏文物、自身特点紧密相连的文创产品。南京市博物总馆也因此推出了多个文创系列，包括梦回红楼、大明风采、民国往事、红色经典等。

“我们还推出了与家训文化有关的手账本，取材于南京市博物馆馆藏品——明代黔宁王沐英的‘家训金牌’。我们从中提炼出“戒”“慎”2个字。”贺湘介绍。一本看似普通的手账本，内里却精心设计了小贴纸：“戒熬夜”“戒奶茶”“慎独”，将传统文化和现代人言行方式相结合。手账本一经推出，广受好评，也使顾客了解了南京与家训文化的渊源。

“朱叭叭与马大脚”系列玩偶 **黄昱东**摄

一个创意之举，可以让人将南京捧在掌心细看，还原他们对这座城市最真实的印象。“文创是一个桥梁。比如有人在博物馆里看到一件文物，很喜欢，了解了它的故事，可没有办法把它带回去。这些衍生于文物或风景的文创产品可以让人们带回家。”贺湘说。

坚持在地文化特色

“南京拥有浩瀚的文化旅游资源，选取哪些资源作为文创产品开发，是需要考量的，并非所有的资源都适合开发成文创，比如陵寝。”中山陵园管理局副局长廖锦汉对本报记者说。“一个地方的在地文化特色是否鲜明，决定了它的文创产品能不能畅销，所以文创产品一定要体现文化性。另外设计上要有艺术性、实用性，同时也要具有价格的优惠性，只有4个方面有机融合，才能确保文创产品和旅游资源的深度结合。”

坚持在地文化特色，打造自主品牌，是南京文创一直坚持的方向。除景区传统的销售模式以外，今年以来，明孝陵博物馆利用网店平台，以及积极开发景区外部市场，增加了南京设计廊南站店、汉府饭店、国家领军人才创意园店、明孝陵景区享殿经营点等共4家销售合作门店，把文创衍生品主动送出去、扩大宣传展示外延。加强品牌保护，成功注册商标（含标识）5个，包括中山陵音乐台、钟山风光、钟山风景名胜区、紫金山、钟山牌雨花茶。

“还要继续排查梳理景区无形资产，如对于美龄宫、明孝陵、八功德水等进行注册保护，为开发利用奠定基础。”廖锦汉说。

南京市博物总馆也在保护自身文化IP、拓展文创产品营销渠道上做出努力。2017年，“南京文博文创大观园”微信公号和微店上线，还尝试以众筹方式授权开发文创产品。以国家级非遗花丝工艺制作的京剧脸谱系列徽章，短短20多天众筹近百万元，远超目标金额，网友热情大大超出预期。将线下与线上打通，南京市博物总馆让文创“活”起来。“‘大观园’取‘大而观之’的意义，希望不同的观众都能在我们的文创商店里选到自己喜欢的文创产品。”贺湘说。

南京文博文创大观园 **南京市博物总馆供图**

龙光之约

李洪华

龙光书院在丰城西南荣塘镇，距江西省会南昌约一小时车程。出了高速，友人陈君早就迎候多时了，我们一路寒暄直奔荣塘。

古时丰城本归南昌，三国时吴主孙权划南昌南境为富城（即今丰城）。

谈笑间，便到了荣塘。龙光书院在荣塘中学内，现归学校托管使用。熊剑光校长热情地领着我们，穿过放假后空寂的操场、教学楼，步行10多分钟，一座四合院式的建筑群落便赫然出现在眼前。

阳光高照，清风徐来，红墙环抱，松柏积翠，默然伫立在900多年前由宋高宗赐书的“龙光书院”匾额下，我不敢贸然前行了，一种暌违之感油然而来。

阳光透过松枝把细碎的日光洒在书院的青砖地面上，供奉着“大成至圣先师”的圣殿静默地伫立在风云流散的岁月中，不动声色地为我们讲述“龙光”9个世纪以来的尘封往事。1107年，也即北宋大观元年，荣塘富商陈瑞于剑池之侧，借龙光之气，创立书院，以诲乡邑，并冒兵戈之险，亲往山东恭迎孔子圣像，此番义举感动高宗皇帝，遂“敕额龙光书院”。

穿过9个世纪的岁月风烟，历史褶皱中的龙光书院屡遭损毁，所幸陈氏族裔俱承创制，薪火相传，七建七修，不断增构，规模最大时，各类堂室多达400余间，远近数百余人来此瞻学。如今书院仍有正殿、六经楼、仰止堂、会膳堂、讲堂和各类房庑，乃2007年仿清代光绪时期风貌修复。

在龙光书院的文脉谱系上，1107年春应该是一个值得夸耀的段落，理学大师朱熹应邀来此设坛执经。时值“荣光带碧”“吹雨度云”之季，朱夫子抛却了宦海隐忧和远道疲乏，很快投入到他挚爱一生的书院事业。3个多月的龙光执经，朱夫子应该是充实而欢愉的。他不但设坛施教，而且著书立说。这些既有存留至今的“朱子洗墨池”和“圣道中天”题匾为证，更有《心广堂记》和《丰城龙光书院》诗为据。与岳麓会讲、白鹿规制和鹅湖会盟相比，短暂的龙光执经于朱夫子而言，也许不足一提，但对龙光书院来说，却是可资传世、足可自矜的浓墨重彩。

古往今来，造访龙光书院的文人墨客不可胜数。然而长期以来，龙光别说难望岳麓、应天、白鹿、嵩阳项背，即便比之近旁的鹅湖、象山、白鹭洲书院，恐怕也难与之颉颃，以至今人知之不多。

正当我在为龙光书院如今寂寂无名而不平时，熊剑光校长建议我们移步剑池，去领略丰城的“剑文化”。出书院右行不到500米，便至“龙光射牛斗之墟”的源发地剑池。熊校长在剑池前霎时兴致勃勃，他向我们生动讲述了丰城得名剑邑的由来，从干将莫邪铸剑，秦始皇藏剑，到雷焕掘剑，精彩纷呈。

相传，当年雷焕夜观天象，探知“豫章丰城，於独紫气”，于是以县令之名，挖狱基掘得“龙泉、太阿”二剑。是夜，监舍上空紫气尽失，掘剑之处路陷为池，宽数丈，深数米，称为“剑池”。自此，剑邑丰城，名动天下。及至唐代，诗人王勃更以“物华天宝，龙光射牛斗之墟”赞誉豫章故郡。熊剑光校长还意味深长地告诉我们，在荣塘，用龙、剑或光为名的人比比皆是，而他取名“剑光”，也缘于此。

走完剑池，再经书院，不知当空丽日何时隐去，天色阴沉下来，风忽然刮起，似乎又要下雨了。时近中午，我们辞别龙光书院，心中不禁一阵莫名惆怅。当初，陈瑞父子不吝散尽家私，不辞筋骨劳顿，甚至不惜冒着生命危险，择剑池之侧，借龙光之名，走东鲁之途，开创书院事业，其附骥千里的用心可谓良苦。然而，一如剑之双刃，往往总是利害并举，祸福相依。如今，世人皆知“龙光射牛斗之墟”出自丰城，而不知龙光书院始于剑邑，其间此消彼长，恐为创建者始料不及。

到浙江石梁小镇吟唐诗

吕少卿

“自在飞花轻似梦！月照花林皆似霰！落花时节又逢君！”日前，浙江省台州市天台县石梁镇云端·唐诗小镇太白酒楼内，一场别开生面的飞花令正在进行。在这个唐诗主题农家乐里，唐诗文化展示墙、唐诗菜单、唐诗互动游戏……处处散发着唐诗韵味。

唐代，无数诗人曾从长安出发，一路行吟，到达天台山，这条著名的“浙东唐诗之路”先后留下了400多位诗人的足迹，1500多首诗。

如今，位于天台山核心区的石梁小镇，通过加快镇区控规编制，把唐诗元素进一步融入到建筑风貌、景观设计中。谋划“唐诗溯源”“寻佛问道”等各类旅游线路，通过“线上宣传+线下活动”的形式，推广唐诗小镇品牌。

“我这个农家乐是2014年开始办起来的，那时候环境差，客人不多。这几年，镇里实施小城镇环境综合整治，整体环境好了，游客也开始多起来。”太白酒楼老板金成东说，“去年，我花了20余万元对自己的农家乐进行了改造升级，其中着重增加了唐诗元素。”

与太白酒楼一样，依托唐诗文化核心，唐诗研学营地、唐诗星空露营地、唐诗拾遗馆、唐诗研学营地等一大批文化产业项目在石梁镇落地生根。

近年来，石梁镇成立云端·唐诗小镇党建联盟，推行组织联建、工作联促、攻坚联动、党员联管、产业联兴的“五联工作法”，促进文化创意与小镇开发融合发展。截至2019年6月，云端·唐诗小镇游客量达56万，同比增长25%，农家乐民宿接待量同比增长28%，农民收入同比增长30%。

走进云端小镇，最吸引眼球的要属唐诗主题公园——莲台公园。公园内，以唐诗文化为核心的浮雕、雕塑、版画星罗棋布，与绿树青山相得益彰。“唐诗主题公园区块原本是我们镇区脏乱差、乱搭乱建最严重的一个区块。我们成立镇区环境综合整治临时党支部，充分发挥‘红色帮帮团’作用，打破农村人情牵扯问题，党员干群齐动手，啃下了这块硬骨头。”石梁镇副镇长余启平说。

丰富的唐诗文化遗产给云端小镇特色旅游文化发展之路提供了取之不尽的资源。

“下一步，云端唐诗小镇将按照天街诗乐、山居诗韵、田园诗画、冰雪诗情、星梦诗趣等5个篇章进行区块打造，努力将小镇打造成浙东唐诗文化旅游标杆地、中国研学旅行示范营地、中国诗意旅居度假目的地。”石梁镇党委书记奚尊士说。

石梁唐诗小镇 **来自网络**

国内外游客骑马体验新疆哈巴河县草原

7月3日，几名游客正骑马在新疆阿勒泰地区哈巴河县夏牧场观光。哈巴河县草原风光美丽，空气清新，生态优良，加上当地农牧民饲养的马匹数量多。为此，当地在推进全域旅游时，结合优美的草原，打造以骑马旅游观光的马产业，不仅为当地群众增收拓展了门路，也受到游客的普遍好评。

刘是何摄

共享住宿市场增长快

本报电（俞镜淇、傅晓怡）日前，国家信息中心分享经济研究中心在京举办了《中国共享住宿发展报告2019》发布会。报告显示，2018年我国共享住宿市场交易额约为165亿元，同比增长37.5%；共享住宿房客数约为7945万人，服务提供者人数超过400万人，保持较快发展态势。

我国共享住宿的发展呈现出需求多元化的特点。报告显示，一线城市和准一线城市是共享住宿的主要市场，但与此同时，二三线城市也正加速崛起。报告认为，乡村民宿以其特色风景文化及性价比等优势，成为共享住宿的新热点。与往年相比，住宿的需求也更多元，家庭出行、携宠出行、社交化出行以及偏远和交通不便地区的商务出行需求都有所增加。

公众对共享住宿的接受度与消费意愿都有所增长。报告指出，小猪、途家等平台着眼于服务能力的提升，推动了住宿服务业的转型升级。共享住宿的发展也拓宽了就业创业渠道，增加了城乡居民收入，对所在地的基础设施建设也有一定的促进作用。值得注意的是，随着创业创新的发展浪潮，年轻一代的房东数量增加，尤其是女性房东数量逐年升高，收入也不断提高。

报告预测，未来三年，我国共享住宿市场规模将继续保持50%左右的增长速度。随着市场的需求转向舒适型、品质型的消费，中高端民宿将成为未来企业竞争的焦点。与此同时，共享住宿领域的标准化建设步伐将明显加快，行业监管也将进一步加强。小猪副总裁潘采夫表示，尽管面临挑战，但行业团结一致的自律和创新，将推动共享住宿释放其绿色经济模式的真正价值。

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售3元/份 国内定价全年420元 国内统一刊号：CN11-0066