

拓宽乡村旅游发展视野 打造乡村时尚生活

博 观

□ 徐辛酉



6月8日,山西省长治市黎城县源泉村发展乡村旅游,打造特色民宿,太行山脚下,一个个形似鸟巢的民宿,依山傍水在夕阳的余晖中宛如童话世界。视觉中国供图

中青报 中青网记者 夏瑾

2021年,由文化和旅游部推荐的安徽黄山西递村和浙江湖州余村成功入选首届联合国世界旅游组织“最佳旅游乡村”,对于助力乡村振兴、提升中国乡村旅游国际影响力具有重要意义。同时,“最佳旅游乡村”对促进国内乡村旅游高质量发展,助力全面推进乡村振兴也发挥出积极作用。下一步,乡村旅游应如何发展?如何丰富乡村旅游文化内涵,打造乡村旅游目的地,拓宽乡村旅游发展视野,以及提升乡村旅游宣传推广能力?在9月13日至17日由文化和旅游部资源开发司主办的2022年全国乡村旅游重点村镇培训班上,多位专家通过理论教学、案例分享、现场交流等形式,与来自全国各省(区、市)的全国乡村旅游重点村代表、文化和旅游部门乡村旅游管理人员等约100名学员就以上问题进行了交流。

在乡村营造美丽自然景观中的高品质生活

如何打造乡村旅游目的地?中国旅游协会民宿客栈与精品酒店分会会长张晓军说,当前我国乡村旅游已发展到乡村生活阶段。乡村生活是乡村旅游的最高阶段,因此要围绕乡村生活的打造,去寻找资源、保护资源、创造新的内容。要对乡村旅游资源进行普查,梳理区域乡村旅游发展的物质文化资源和非物质文化遗产资源,其中地名文化是容易被忽视的文化资源。按照联合国教科文组织的界定,村名是非物质文化遗产,任何一个村名都有其文化内涵,可能反映了当地独特的地形地貌,或者取材于某个历史典故。

民共同形成的新群体。

江苏省无锡旅游教育培训中心主任徐立新认为,长期以来,乡村旅游从业者有一个错误认知,认为乡村旅游要来自城市的客人看乡村的原生态生活,但事实上,乡村不卫生的环境、蚊虫的叮咬、房间里的霉味并不是城市游客想要的乡村生活。到乡村旅游的客人追求的是美丽自然景观中的高品质生活。以西溪湿地度假村为例,这里虽然有大面积的湿地,却几乎看不到蚊子,因为当地借助科技和生态手段,采取了一系列消灭蚊子的措施,例如种植驱蚊植物,在水中投放杀蚊灯等;在卧室里使用了黄麻床垫,既可以除湿防霉,又能防虫防火。

为4亿新生代打造沉浸式时尚乡村生活

张晓军认为,资源普查单纯依靠当地村民是无法完成的,必须要吸收返乡和入乡人员,与村民一起,以适当的形式,对当地文化进行收集、整理、保护、创新和传承。乡村旅游的发展,意味着乡村主体需由原来的村民变为外来人员和村

识到本地游的巨大市场潜力。本地游是人民美好生活的重要组成部分,因此要首先满足本地游客的需求,其次通过接待外地旅游者增加旅游利润。如何吸引本地游客,让他们只要有时间、有经济条件就想来?让来过的人还想再来?徐立新认为,要从微度假、微康养、乡村旅居三个层面来发展乡村旅游。要为本地游客提供更多的公共空间,创造出更多能让人打发时间的地方。

徐立新观察到,疫情让旅游从业者认

发展具有国际视野的乡村产业体系

张晓军强调,民宿是乡村旅游的首位产业。民宿是文化旅游产品,对应的是全域旅游市场。在疫情防控常态化的情况下,由于跨省旅游和国际旅游受阻,旅游体现出本地化、周边化、城郊化、微度假等特征,因而民宿也应聚焦本地市场。但跨省旅游和国际旅游一旦恢复,民宿和乡村旅游市场将是全球市场和全球市场。因而,民宿应按照旅游国际化要求进行转型和升级,建立民宿国际化的标准,来提升民宿水准。此外,张晓军认为,民宿不是单纯的住宿产品,还是文化旅游产品。民宿销售的是所处区域的社区文化,因此民宿从业者需要对当地文化进行认真梳理,包括历史文化、当代文化和人物文化。未来民宿的发展,徐立新认为有3个趋势:一是从政府主导走向需求主导,民宿要满足市场的需要,光靠情怀,没有商业逻辑是不行的。二是更强调服务,需在保障国

IP产品是乡村振兴宣传推广的爆发点和生命力

当下,乡村旅游资源宣传正由山水人文资源向创意资源倾斜,旅游市场也在由观光游市场向休闲度假市场转变。在万物皆媒的时代,乡村旅游内容传递的价值观更为关键。位于江西省婺源县东部江湾镇的篁岭,是一座有近600年历史的徽州古村,有着丰富的文旅资源。篁岭在原有资源的基础上,加入新创意,打造了网红柿子村,利用古村网红柿子树的热度,引进大柿子树,将柿子包装成“爱马仕”品牌,从种植、观赏、采摘、晒柿子、卖柿子,形成了完整的活态乡村“晒秋”产业链。然而,并非每个乡村都有得天独厚的资源条件,文旅资源缺乏、品牌缺失,是大多数地方发展乡村旅游面临的困境。上海景域驴妈妈集团总裁助理、区域总经理李玉锋认为,解决的办法就是找优势、找市场和找定位。以山东平阴为例,当地缺乏突出的文旅资源,但有阿胶和玫瑰产业。平阴的新定位是“中国首个女性友好目的地”,并在此基础上开发了一系列为女性量身打造的旅游体验产品。IP产品是乡村振兴宣传推广的爆发点和生命力,但宣传只是锦上添花,乡村振兴应着力于产业兴旺,而产品则一定要有美学效应。李玉锋说。

中青报 中青网记者 夏瑾

秋分,在每年公历9月23日或24日交节。这一天太阳直射赤道,昼夜长度几乎相等,又处在秋季当中,故名“秋分”。《春秋繁露》总结了秋分的特点:秋分者,阴阳相半也,故昼夜均而寒暑平。北京联合大学北京学研究所研究员、我们的节日北京工作室负责人张勃介绍,秋分的三个物候是:一候雷始收声,二候蛰虫坏(音同培)户,三候水始涸。此时节,雷声渐渐远去,小虫子开始为越冬作准备,藏入穴中并用细土封住洞口,雨水逐渐减少,水洼渐渐干涸。秋分之后,白昼逐渐变短,黑夜越来越长,昼夜温差也逐渐加大,气温降低速度明显加快,正如郁达夫在《故都的秋》中所写的那样:“一层秋雨一层凉”。

顺时而生

祭日于坛,祭月于坎,的祭礼。坛,在上,代表了“光明”;坎,处下,意味着“幽静”。

杭州师范大学文化传播与文化创意学院副教授袁瑾告诉中青报、中青网记者,据唐代孔颖达的解说,周人“朝日夕月”的祭礼,是在春分日的早上于东门外祭日神,秋分日的晚上在西门外祭月神。秦汉时期,日月祭祀仍为皇家礼制,《史记·封禅书》记载,汉武帝时亦举行“朝日夕月”之礼,用牛祭日,用猪、羊祭月。袁瑾认为,这种礼仪大约与古代社会神权控制有关。《国语》记载了颛顼“绝地天通”的故事,说的是上古时代神杂糅,人人皆可通天,社会混乱不堪,毫无规则可言。于是颛顼命令南正重司天以属神,火正黎司地以属民,即人民有所求告须得告知黎,黎再通过重黎向上天祈求,这便是“绝地天通”。此后平民不能直接与上天沟通,与神沟通的权力便收归于王。如日月一般代表阴阳的神,也只有皇室才能与之沟通,一般百姓则无缘祭享。

秋分祭月

张勃告诉中青报、中青网记者,秋分是最早出现的节气之一。考古学者在距今约4000年的陶寺遗址中发现,那时便已有了可以测定秋分节气的观象台。据《尚书·尧典》记载,尧曾命羲仲、羲叔、和、和叔分赴四方,专门负责根据观测日月星辰的运行规律,制定历法,所谓“乃命羲和,钦若昊天,历象日月星辰,敬授人时”。其中还提到日中、日永、宵中、日短,即春分、夏至、秋分、冬至。

秋分祭月

二分二至是二十四节气中最重要的节点,因而秋分在二十四节气中占有重要的位置,自古便为官方所重视。北京师范大学社会学教授、国家社科基金重大项目“拓展新时代文明实践中心建设研究”首席专家萧放告诉记者,秋分在上古是祭月的重要日子,“朝日夕月”说的就是古人春分祭日,秋分祭月的传统。《礼记·祭义》记载了周人

秋分 秋忙时节迎丰收

秋祭之时

秋分时节,古人还有扫墓祭祖的习俗,称作“秋祭”。萧放告诉记者,秋祭的民俗与清明祭祖有些相似。一般秋祭的流程是:扫墓祭祖前先在祠堂举行隆重的祭祀仪式,杀猪、宰羊,请鼓手吹奏,由礼生念祭文等。根据族谱记载,湖南邵东朱氏在春秋两季举行庙祭,秋祭在秋分前后。庙祭为族内大事,届时要打开宗祠正门,在享堂悬挂先祖遗像和功名匾额,还要安排戏班在祠堂唱戏。台湾中部赖姓宗祠五美堂也要在秋分举行庙祭。根据山东《东平县志》记载,凡世家望族多建宗祠,供奉本族祖先,神主自始祖以下高祖以上,按照穆支派依次序列,每年春秋致祭,多以春分、秋分二节。

顺天时,忙三秋

张勃告诉中青报、中青网记者,古人十分注重顺天时,讲究时令,强调人的行为应该符合天地运行的规律。在昼夜平分、寒暑平均的秋分时节,古人更尊重公平、寻求公道,会校准度量衡等各种准器。《礼记·月令》就提到“日夜分,则同度量、平权衡、正钧石、角斗量”。在秋分时节,古人还会给予老人特别的照顾。《礼记·月令》记载:是月也,养老授几杖。萧放介绍,秋分之后,人们也进入了“三秋大忙”,秋收、秋耕、秋种。俗语曰:秋分有雨来年丰。农人相信,秋分日宜雨,有雨来年就就有好收成。张勃说,此时,庄稼即将迎来丰收,人们开始修仓库,以便储存粮食,正如《礼记·月令》记载:是月也,

可以筑城郭,建都邑,穿窬竇,修囷仓。官府也要求百姓积聚蔬菜,及时种麦,不误农时,所谓“乃命有司趣民收敛,务畜菜,多积聚。乃劝种麦,毋或失时”。此外,秋分也是人们尝新的时节,此时可以品尝到芋头、菱角、毛豆等新鲜的应季食材。秋分节气也是桂花飘香的时候,桂花糕、桂花圆子、桂花茶等桂花制品都是人们喜爱的时令美食。

秋分时节庆丰收

张勃介绍,在今天人们的观念里,秋分更是一个成熟的时节,是人们在春播夏耘的辛勤劳作后感受收获的喜悦的时候。2018年,我国将每年秋分日设立为“中国农民丰收节”。中国农民丰收节是一个新的节日,

但农人在秋分庆祝丰收自古便有。张勃介绍,农人在收获的季节通过多种多样的形式和活动庆祝丰收、表达喜悦,同时也向大自然的风调雨顺表达感恩的习俗。《诗经·豳风·七月》就有“朋酒斯殽,曰杀羔羊。跻彼公堂,称彼兕觥,万寿无疆”描述的就是先秦时期庆祝丰收的热闹景象。而“酒熟送迎,村村庆有年”的秋社日,更是古代农民庆祝丰收的节日。传统民俗大节中秋节,也具有庆丰收的文化意蕴。

张勃认为,设立“中国农民丰收节”可以延续古人庆祝丰收、感恩自然的文化精神,从而形成与自然和谐共处的良性关系。由于“中国农民丰收节”定在秋分,所以还应当考虑将各地流行的秋分习俗如割麦、送秋牛、吃秋菜、喝秋汤、做秋福等纳入丰收节民俗活动中,这样既可以丰富节日内涵,又能为其奠定坚实的传统根基。



9月21日,秋分节气前,山东省枣庄市滕州镇中心小学的学生参加摘花生趣味比赛。视觉中国供图

□ 陈斌

旅游商品系列谈

实现地方品牌产品高质量发展应注意四个细节

反而是金奖产品。其问题便是出在地方品牌产品的概念不清。

地方品牌产品根据购买目的来分类,主要包括公务礼品、商务礼品、大众礼品等。根据分发场景进行分类,主要包括节庆礼品、会议礼品、政务礼节礼品、商务礼节礼品、大众日常交往礼品等。而从产品本身体现的地区特色来看,主要包括文化特色、物产特色、工艺特色、科技特色、功能特色等。不同的目的和场景,需要不同特色的地方品牌产品。目前常见的现象是专家、管理者和经营者经常将不同应用目的和场景的地方品牌产品混为一谈。

其次,经营地方品牌产品的运营商,同时也是地方品牌产品的开发者,这就导致大量优质企业参与度的降低。地方品牌运营要有广泛性、公正性和科学性,要会品牌宣传、懂品牌营销,有些运营商还要解决各种资金问题。选取的产品制造企业要有足够的质量保证,有合适的成本和价格,还有不断创新的潜力和与时俱进的营销渠道

等。而经营地方品牌产品的运营商,兼任产品开发势必造成裁判员兼运动员的情况,客观上有失公正性和广泛性。优质企业参与度降低,进而影响了地方品牌产品的美誉度、影响力和销售量。

再次,一些企业仅仅经营地方品牌的传统文化产品,难敌风险。无论是销售企业,还是生产企业,如果只是经营狭隘的地方品牌传统文化产品,一旦遇到市场变化,经营必受重大影响。尤其在新冠肺炎疫情期间,很多仅经营地方品牌传统文化产品的企业纷纷转行或歇业。唯有创新开发适合现代生活的地方品牌文化产品才能获得一定的市场。

此外,很多地方品牌产品的种类和数量过少,影响知名度和销量。一些省(区、市)的专家和管理者在选拔地方品牌产品时,会过多地考虑公务礼品、商务礼品,没有考虑到大众礼品,造成了产品品种单一和数量少,而有些省(区、市)虽然选取的大类多,但每类产品的品种少,如此,地方品牌产品店里便无法按照市场规律形成各类

商品的专卖店或专区,只能沦为杂货铺。为避免这些问题,发展地方品牌产品可以注意几个细节。

首先是地方品牌的名称。很多地方品牌的名称大多都是地名+礼物,或“好礼”“好物”等,过于千篇一律,难以体现地方文化特色。

其次要注意地方品牌产品销售店铺的位置。大多数旅游景区是旅游者游览观光的地方,不宜过度商业化。景区内店铺的数量越少越好,绝不能影响景观环境。销售地方品牌旅游产品的店铺比较适合设置在旅游交通枢纽、旅游住宿集中地和旅游购物街区等。销售地方品牌大众礼品的店铺适宜设在社区周边和居民商业区。地方品牌产品临时或移动商铺适宜设在节庆、会议、会展活动的人员集中地。

接着是注意地方品牌产品的成本和销售价格。在地方品牌产品中,政府和事业单位的公务礼品、国企的商务礼品都有严格的价格规定,不能超过价格标准,即使是大众礼品也

追求等质等价。如今的文创产品最大的问题是成本控制,地方品牌礼品更是如此。经常可以听到有些管理者声称要不惜一切代价开发产品,然而成本过高,销售价格不符合市场,导致产品不可能有好的销量。

最后,地方品牌产品要有足够的类别、品种、规格和数量。现代市场专业化程度越来越高,人们对购物的要求也越来越高。公务礼品和商务礼品追求定制化,大众礼品追求专卖店或专区销售,这就需要产品有足够的品类、品种、规格和数量。

当下,国家高度重视文化文物单位文化产业产品的开发,加之旅游商品的创意不断提升,传统工艺高质量发展,这些都为地方品牌产品的发展创造了充分的条件。树立宣传地方品牌,利用当地特色文化资源、物产资源、工艺资源和科技资源开发地方品牌产品,有利于文化传播、旅游推广、发展经济和增加就业,但同时也吸取经验教训,掌握规律,从而速成规模,实现地方品牌产品高质量发展。

建筑本身也是特殊的文物和展品,常有人如此评价宁波博物馆。宁波博物馆的建筑设计者是中国美术学院博导王澐。王澐是当今中国最著名的建筑设计师之一,他的建筑理念也被称作“新乡土主义”。王澐使用了大量宁波老城区拆下的砖瓦,配合用水泥拟态的竹子纹路,共同构成了建筑的外立面,形成如山脊断面的馆体。城市过往和万杆竹枝,既能唤起观众对乡土的记忆,又能连接起历史与当下。很多博物馆的建筑,都可以成为展品和文物。中国国家博物馆、首都博物馆都曾是最早“十大建筑”之一,贝聿铭设计的苏州博物馆也巧妙地融合了古典与现代元素。不同历史阶段,不同建筑设计者,用他们所处时代的观念和各自对美的理解,设计出各具特色的博物馆建筑。而博物馆之美,更在于馆舍设计的精妙,更在于馆藏与展览。

宁波博物馆常设展览有三:“东方神舟”“阿拉老宁波”“竹刻艺术”。3个展览各有看点。

东方神舟是宁波史迹陈列,名字起得颇为巧妙,点出了宁波的城市特点。宁波是海上丝绸之路的重要港口,又是南运河出海口;鸦片战争之后,宁波五口通商口岸之一;如今宁波舟山港是世界上最繁忙的港口之一。凭江海之力,宁波自古海运贸易发达,是联通中国和世界的方舟。

早在六七千年前,我们的先民便在宁波这片地域上生活、劳作,为此后中华民族发展、崛起集聚最初的力量。宁波余姚河姆渡遗址是我国南方早期新石器时代遗址,在这里发现了大量陶器、石器、骨器、动植物遗存和建筑遗迹。

东方神舟展览中复原了先民的生活场景,通过场景和文物,观众可以知道先民怎样狩猎、怎样汲水烹任,甚至还会了解到他们穿着木屐四处游走。那时,这里的人们似乎很崇拜鸟类,将鹰的形象刻画在陶豆上面。他们用象牙雕刻出鹰首,阴刻的3个同心圆构成鹰眼,鹰腹的刻画有力沉着。由此看来,河姆渡的先民们已具备了良好的具象和抽象表现能力。

时光穿梭,不论是唐代、北宋的明州还是南宋的庆元府,都和我国最著名的特产瓷器,产生重要关联。慈溪栲栳山、上林湖一带,自东汉至南宋,都是越窑青瓷的主要产区。九秋风露越窑开,夺得千峰翠色来,千年间,如冰似玉的秘色瓷在这里生成。唐代是越窑青瓷的鼎盛时期。作为重要的贸易产品,越窑青瓷不仅被中国人使用,还穿江过海,来到朝鲜半岛、日本、东南亚,直到地中海腹地,如今,在世界许多博物馆中都有越窑青瓷收藏。

宁波博物馆中也展有多件越窑青瓷作品,其中最著名的是唐代越窑荷叶盏托。唐代是中国茶文化大发展的时代,饮茶成为一项人们生活中的重要活动,唐人陆羽用一部《茶经》将饮茶上升到理论高度。这件“荷花盏托”由盏与托组成,盏为五瓣荷花形,托似荷叶外延微卷。盏托相合,如荷花出水。盏托胎质细密,釉色饱满青翠。不用说,用它来喝茶,只是看看便已心旷神怡。

漫长的历史发展,造就了宁波的繁华,也塑造了宁波人的性格,产生了宁波独特的民俗文化。阿拉老宁波是宁波民俗风情展览。阿拉老字,似乎已成上海专属,殊不知在上海开埠发展的过程中,宁波商帮和宁波人起到了重要作用,许多上海人与宁波人也有亲缘关系。在语言上恰可共用“阿拉”。

央视《国家宝藏》节目展示了一乘浙江博物馆馆藏宁波朱漆金万工轿,让人们对于宁波十里红妆习俗有了更多了解。中国人结婚讲究热闹、喜庆,金红的色彩既能烘托热烈氛围也是对新人生活富足的祝福。宁波的重传统和富足生活,则为置办数量众多的嫁妆提供了物质基础。十里红妆是中国传统婚俗和宁波地域特色的融合。在阿拉老宁波展览中也有许多婚俗展品,着重展示宁波展金彩漆和朱金木雕等传统工艺。

除火热的民俗文化之外,清雅的士人文化,又是中华文化的一个侧面。竹刻艺术展出了著名收藏家秦秉年捐赠的明清竹刻珍品。明代中期,自嘉定朱氏三代致力竹刻以来,竹刻成为文人案几上最重要的陈设之一,笔筒、臂搁、香筒、折扇、牌件,展现了精妙的雕刻工艺,更是文人以竹自励的体现。全国系统收集展示竹刻的博物馆不多,除上海博物馆系统收藏,展示金西厓创作的竹刻作品外,宁波博物馆的竹刻收藏颇具特色。

既能徜徉历史长河,又能欣赏精美藏品,还能与极具个性的建筑合影留念,宁波博物馆可谓“诸美齐聚”,怎能不来?