透视旅游新需求:赏美景,还要品文化

王珂 靖伟

随着旅游市场的发展,人们的旅游需求更加多样化、个性化,从传统的"吃住行游购娱"的旅游模式,向更加追求精神文化需求的"文化+旅游"模式转变。深度参与并充分感受目的地文化内涵的旅游方式,正成为一种新时尚。

文旅融合 旅游有了新体验

"评弹、昆曲、笛箫、古筝、民歌民曲,一个厅堂一出戏,不虚此行!"最近,天津市民王伟晨去了江苏苏州旅游,"特别喜欢苏州的园林,这次听说网师园有'古典夜园'活动,迫不及待就来了,在园子里边观看地方表演,边欣赏园林夜景,别有一番韵味。"

在湖北,兴山县昭君村景区为游客新增了一台内容丰富的昭君文化大戏——《昭君出塞》情景剧,包括迎亲仪式、编钟歌舞、兴山围鼓、地花鼓等表演,吸引了众多游客。

在山东,位于沂蒙山的一家国学教育基地,孩子们在幽静的树林中目不转睛地盯着老师,听老师讲国学文化知识。山上每个景点都会有指示牌,介绍一些历史故事以及历史人物等知识。

"人们对旅游的认识不再停留在'看山看水看风景'阶段,开始走向'观文品史、体验生活'的新阶段。"中国旅游研究院院长戴斌说,从近年来对节假日旅游市场的监测结果来看,90%以上的游客会参与各类文化活动,40%的游客会进入文博场所,"我们既要努力让群众更多地走近文博,也要加强融合创新,满足游客新需求。"

山东大学管理学院旅游管理系主任王德刚认为,文化旅游已经成为文化产品开发和文化产业发展重要的市场基础。"在文化产品中融入旅游需求导向,实现文旅融合发展,将有利于更快更好地推进文化产品的创新开发与文化产业的规模化发展。"

中华文化促进会文化旅游产业委员会主任施俊玲表示,一些地方建设文艺表演、非物质文化遗产展示、文化艺术展览等功能一体化开发的文化旅游综合体,形成文化旅游生活综合服务体系,为"文化+旅游"创造更多新体验。

"文化+旅游"产品越来越丰富,成为满足人民美好生活需求的新热点。体验文化、增长见识,成为越来越多游客的主要出游目的。人们多样化、多层次、多方面的精神文化需求,成为"旅游+文化"发展的可靠保障,给文化旅游市场带来广阔发展空间。

千篇一律 "特色产品"还不够多

"前不久我去上海,在某文化街想买些有地方文化特色的工艺品送给朋友做礼物,但我发现很难挑到称心如意的产品,里面卖的一些配饰挂件或一些盒装的果茶、糖果等,在长沙同样可以买到。有地方特色的产品,为什么不能多一些?"来自湖南长沙的游客王爽说。

不只是城市文化街,在一些文化古城,很多地方都可以看到沿街售卖"地方特色"木槌花生酥,店家现场制作,木槌挥舞捶打间,让人产生购买欲望。不过,一些去过多个古镇的游客发现,在不同地方都有类似制糖的店铺,这让人不禁产生疑问:这些所谓"特色",真的是地方特色吗?

"文化+旅游"发展火热,但也存在产品质量参差不齐的现象。一些旅游产品不是寻求创新融合,而只是打着文化的旗号,实际并没有提供高品质的产品和服务,跟不上文化旅游消费升级的需求。

数据显示,发达国家旅游购物占旅游收入的比例在60%至70%,我国目前还不到40%。不缺购买力,缺的是入眼入心的产品。

特色文化产业是文化与相关产业深度融合发展的关键,"什么样的文化都可以做出特色来,只有独特、独有,才能捕捉市场的商机。"施俊玲说。

中林候鸟旅游规划设计院院长韩云峰表示,"很多景区都很重视文化在旅游中的作用,有时却不知道该怎么用。一些地方甚至拿低俗当文化,游客意见很大。"

深挖资源 产品供给要创新

日前,在第十四届中国(义乌)文交会浙江非遗生活馆里,举办了一场别开生面的发布会,会上公布了100项浙江省优秀非遗旅游商品,涉及雕刻塑造、金属加工、器具制作、纺染织绣、漆器髹饰、剪纸刻绘、编织扎制、陶瓷烧造等13类。

"从浙北平原,到浙西浙东丘陵,再到浙南山地,滨海岛屿,山河湖泊,多姿多彩的地理风貌,形成了别具一格的文化风情。"浙江省文化和旅游厅非遗处处长胡雁认为,只有越来越多的非遗项目走出博物馆,走进普通百姓的旅行生活,传承千年的传统非遗文化才能永葆青春,薪火相传。

"文化+旅游"离不开特色元素、特色文化与旅游的深度融合,"要发掘城市文化资源,发展特色文化产业,建设特色文化城市。"施俊玲表示,历史文化、地域文化、民族文化等,是特色文化的重要组成部分,也都是文化旅游发展中的宝贵资源。

早在2014年,国务院就发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》。意见提出,建设功能完善、布局合理、形象鲜明的特色文化城市。鼓励各地结合当地文化特色不断推出原创文化产品和服务,积极发展新的艺术样式,推动特色文化产业发展。

传统文化和现代工艺的深度融合是做大做强文化特色旅游的必然要求。近年来,苏州博物馆接连打造出秘色瓷莲花碗曲奇饼干、文徵明手植紫藤种子等具有自身特色的爆款文创产品。仅去年,苏博就开发了文创产品107款,销售总额达到2073万元,同比增长41.8%。

文化和旅游部负责人表示,丰富的市场资源需要健康有序的市场运行环境,发展良好的旅游生态。统筹推进文化事业、文化产业和旅游业融合发展,扩大优质旅游产品供给,是推进"旅游+文化"持续发展的关键。 (据《人民日报》)

龙舟竞渡

周友武(广东)摄

大观园

【第200期】

文化和旅游部:2018年国内游人数突破55亿人次

新华社北京5月30日电(记者 余俊杰)5月30日,记者获悉,文化和旅游部近日发布2018年文化和旅游发展统计公报中数据显示,去年全年国内旅游人数55.39亿人次,增长10.8%,入境旅游人数14120万人次,增长1.2%,出境旅游人数14972万人次,增长14.7%。

据文化和旅游部相关负责人介绍,公报选取现行统计年报中的部分核心数据,并充分利用部内行政管理记录以及国家统计局、财政部等部门正式发布数据,基本涵盖了文化和旅游部管理的所有领域,全方位、多角度直观展现了2018年我国文化建设和旅游发展全貌。

统计公报显示,截至2018年末,全国各类文化和旅游单位31.82万个,从业人员375.07万人。艺术表演团体17123个,比上年末增加1381个;全年演出312.46万场,比上年增长6.4%;国内观众13.76亿人次,增长10.3%。

据悉,下阶段,文化和旅游部将继续编发一系列统计产品,更好地为社会各界提供全面优质的统计服务。

华阴市举办创建文明城市文艺演出

本报讯(王渭)5月27日,陕西省华阴市举办的创建文明城市文艺演出,掀起了创建文明城市新热潮。

演出在开场舞《采薇》中拉开帷幕,10多个精彩节目让观众目不暇接:武术表演《中国龙》、男声独唱《撸起袖子加油干》催人奋进给人以力量;老腔情景剧《忙·文明创建在路上》、社会主义核心价值观朗诵《二十四字歌》等节目紧扣主题,积极向上;魔术表演《魔手神采》、迷胡现代剧《梁秋燕·斗理》等本土节目深受群众欢迎;葫芦丝合奏《映山红》、陶笛演奏《美丽的神话》、川剧绝活《变脸》等节目博得观众阵阵掌声,节目在《我和我的祖国》歌声中落下了帷幕。

近年来,华阴市委、市政府带领华阴市市民,积极实施"旅游立市、产业强市、文化兴市、生态美市"的发展战略,城市面貌发生了巨大改变,人民生活水平和社会文明程度不断提高。该市先后荣获国家卫生城市、全国绿化模范单位、中国十大文化生态旅游城市、中国最具魅力的文化旅游百强市、最美中国绿色生态休闲度假旅游目的地城市、中国秋千文化之乡、省级首批旅游示范市、省级园林城市等称号。

"传心之美——梵蒂冈博物馆藏中国文物展"亮相故宫

新华社北京5月28日电(记者 施雨岑)5月28日,故宫博物院与梵蒂冈博物馆合作举办的"传心之美——梵蒂冈博物馆藏中国文物展"亮相神武门展厅。

据介绍,策展团队从梵蒂冈博物馆的藏品中精选出78件展品,涵盖了天主教艺术、佛教艺术和世俗艺术三个方面。为了使展览内容更为丰满生动,故宫博物院提供了与梵蒂冈博物馆展品相关的12件文物共同展出,其中包括2件珍贵的国家一级文物。

本次展览不单独收费,观众可凭故宫博物院门票免费参观。

最是『经典』润人心

于溟跃

近一段时期,舞台作品诸如中国东方演艺集团的大型演出《美丽中国·古风国韵》,电视综艺作品如中央广播电视总台的《经典咏流传》、湖南广播电视台的《声入人心》及其同名音乐会全国巡演,均备受观众喜爱。无论是国家级艺术院团面向大众打造的高质量音乐、舞蹈精品,还是由电视台重磅制作、吸引了众多粉丝的综艺节目、商业性演出,都选择了大众化的角度和方式去呈现经典,虽性质不同却殊途同归,起到普及经典的作用。它们构成了文化消费市场中一道独具特色的风景线。

习近平总书记在文艺工作座谈会上的讲话中明确指出:"优秀作品并不拘于一格、不形于一态、不定于一尊,既要有阳春白雪、也要有下里巴人,既要顶天立地、也要铺天盖地。只要有正能量、有感染力,能够温润心灵、启迪心智,传得开、留得下,为人民群众所喜爱,这就是优秀作品。"对于广大文艺工作者来说,打造更多文化艺术精品,广泛传播和弘扬文化经典,是时代赋予的重任。

呈现方式很大程度上决定着传播效果。《美丽中国·古风国韵》将中国古典诗词乐舞等进行全新编创,把中国古典文化瑰宝以精美的现代舞台展现出来;《经典咏流传》以公众人物演绎中国古典诗词为主,带领人们"读诗成曲,传唱经典";而《声入人心》音乐会则走进全国十余个城市,向当地观众展现歌剧、音乐剧等西方音乐经典,以流行的、大众化的方式呈现西方古典音乐的艺术魅力。这些都是值得关注的新的文化现象,引发观众热烈反响,在一定程度上促使人们愿意对文化经典进行更多、更深的了解,起到了陶冶大众情操的社会美育作用。

文艺是人类精神世界的甘霖。而文化经典作为其中的核心部分,蕴藏着丰富的历史与人文内涵,具有深邃的思想性、艺术性,可以更好地满足大众精神需求,起到温润心灵、启迪心智的作用。各民族文化经典都是一座座丰厚的审美富矿,代表较高的文化艺术品位,包含着优秀传统文化和诸多经典艺术元素,具有不可或缺的时代价值与意义。因熟知文化经典而使人与人之间产生的情感共鸣,能够超越民族、地域、时代等因素的限制,而产生永恒魅力。

当今过快的生活节奏、过度的商业包装,也让"快餐式"文化消费占据了不小市场。有的人静不下心,有的人缺少时间,致使文化经典有时很难走入人心,无法全面深入地发挥其"润物无声"的美育功用。对此,我们不妨将文化经典与当代流行、通俗元素充分融合,运用大众喜闻乐见的方式,推动文化经典在大众中广泛传播,激发起大众的兴趣,带动更多人自发地对文化经典进行深入了解。其中,将文化经典蕴于当代影视艺术文化之中,或以受众喜闻乐见的传播方式助推文化经典的普及与传承,都不失为一种良策。

期待作为"阳春白雪"的文化经典,不仅能顶天立地,而且能铺天盖地,从而春风化雨、丰厚心灵,繁荣文化、滋养文明。

圆桌会

碱水粽

王蕙利

眼看临近端午,我又念起了当年奶奶裹的碱水粽来。记得过去每到端午时节,奶奶就要开始着手裹粽子的准备工作了,这也是她一年中最忙碌的时刻之一。

与本地大多数人家裹粽用芦叶不同,奶奶更偏爱用箬壳。箬壳,即竹笋成竹过程中,自然脱落的竹皮。经高温消毒和退毛处理后,置太阳下晒干,等到要用时,再展平泡在水中以石头压住,翌日可取用。

传统碱水粽无馅,只是纯糯米。裹碱水粽的第一步就是泡糯米。奶奶拿一个大盆,将糯米倒在里面淘洗并浸泡过夜。第二天,奶奶通常会起得很早,她要赶着做一件裹碱水粽时最要紧的事——拌碱。既然叫"碱水粽",灵魂当然在于碱水。碱水能使糯米更多的吸收水份,达到良好的黏弹性。

早年时,纯天然的稻草灰承担起了食用碱的职责。稻草灰的原料就是黄稻草,将它们洗净晒干后烧成灰,倒在纱布上,用滚烫的热水冲过,沥下的汁水就是最原始的"碱水"了。

奶奶将汁水倒入浸好的糯米中,仔细搅匀。就像变戏法似的,原本白白的糯米,此时已变成一种漂亮的姜黄色。再看奶奶,捏起一张泡软捋平的箬壳,光面朝内,手一扭,先折出一个漏斗状的底,舀入一勺糯米,摁实后再将后半截箬壳一折、一捏、再一横折,顺手拿起一根细箬壳缚头,打结扎好。不过数秒,米箩里就多了一只四角锥形状粽子。

裹好的粽子,一般要等到灶上有足够多的空闲时间,才将粽子放入蒸笼,整齐排列,一层接一层,加盖开蒸。蒸粽子是个耐心活,火候把握很重要。地道的碱水粽,是"焐"出来的。先用猛火攻上半小时,然后转文火,慢慢蒸。在火的作用下,灰汁染透了箬壳,包围了米粒,沁入到米粒的每一层。待到柴火渐熄,再利用灶膛的余温将粽子焐上数小时,让灰汁觅到米粒间极细微的缝隙,渗透进去,直至完美融合。

蒸粽子的时候,炉膛里不时发出"噼里啪啦"的响声,灶间升腾起缕缕蒸汽,箬壳夹着糯米的独特清香渐渐浓郁,弥漫了整个屋子。在经历大半天的期盼后,碱水粽终于出炉了。取一只出来,棱角分明,那暗色箬壳上点缀着不规则的斑点,就像裹了层豹纹般惹眼。趁热剥去箬壳,里面的米粒已浑然一体,黄澄澄的颜色,晶莹剔透的光泽。用粽子的尖角蘸些绵白糖,咬一口,弹性十足。细细咀嚼下,灰汁的香混着糯米的温软,那股清而不涩,香而不浓的味道,让人回味长久。

与豆沙粽的甜腻、肉粽的油润相比,碱水粽虽只有一味,但那种纯粹稻米在碱水中沉浸出来的轻简至味,已然胜过世上百味。那份满足感,充溢在我童年的每一个端午记忆里。

如今,奶奶早已离世,我也多年没吃过碱水粽了。虽说市场上粽子的馅料名目越来越多,个头越来越精致,包装越来越漂亮。然对我而言,对粽子所有的期待,早已铭记在那无馅却泛着金黄光泽的碱水粽间,伴着当年奶奶忙碌的身影,在如梭岁月中变成了怀念的温情了。

·食坊闲话·