

访霞客圣游足迹 共绘和美乡村新卷 山水林田居霞行富阳采风活动举行

近日,浙江省徐霞客研究会在富阳举行“山水林田湖居霞行富阳采风”活动,活动以“弘扬霞客精神,记录多娇江山”为主题,邀请了20余位画家、书法家一同追寻徐霞客在富阳的足迹,感受当地人文变迁,以镜头、画笔,记录和弘扬徐霞客文化。杭州市规划和自然资源局和研究会相关领导以及专家参加了此次活动。

据《徐霞客游记》记载,明崇祯九年(1636年)十月初四日,徐霞客从杭州松



▲唐家桥(张建康创作)



▲考察马岭古道

木场出发,经余杭至临安,出西关,过下圩桥(今夏禹桥),跨过临安与新登交界的唐家桥进入富阳。采风团寻访了唐家桥、三九山、马岭古道等霞客足迹,并考察了新登古城。

“唐家桥”是当年临安与新登两县分界线,又称“界桥”,是过境要道,桥身刻有“唐家桥”三字,历经千年,仍清晰可辨。

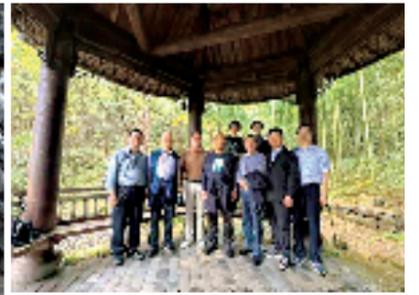
“三九山”很是奇特,徐霞客在《浙游日记》中写它“三面皆九里也”,因沿着山的三条路形成了一个近似等边的三角



▲考察峭山小叠石石林

形,每条边约九里。“三九山”之名由此而来。这些年,三九山因桃花而广为人知。每年三月,这里总会绽放出乡村振兴中的一抹亮眼春色。

“马岭”是龙马古道的终点。《浙游日记》中详尽记录了徐霞客经古道到富阳的过程。徒步古道,一路树影绰绰、鸟鸣声声,放眼群山叠翠,皆是人与自然和谐共融之美。若一直沿着青石板路拾阶而上,还可看到保存良好的军事防御设施马岭关城墙。这条可寻隐、可探奇的古道已然成为富阳“绿水青山就是金山银



▲马岭古道旁的“霞客亭”

山”转化的绿色通道。

采风团循着徐霞客于四百余年前记载的路线,竟皆能一一找到相应印记,旧路虽已沉寂,但村居尚在,古桥犹存,富阳对当地历史文化遗迹保护传承工作的重视可见一斑。

应邀嘉宾们结合考察体会,以徐霞客文化为背景,进行了书法、绘画、文学等创作。据悉,活动期间,共创作书画作品60余幅,进一步推进了霞客古迹保护利用及霞客文化的传承。

(浙江省徐霞客研究会供稿)

护航新“夜”态,迎来夜生辉

——谈夜游经济的崛起与可持续发展

◎ 王琼琼(浙江旅游职业学院)

夜游经济:新“夜”态催生新业态

“铁树银花落,万点星辰开”,近日杭州夜游新地标——湘湖非遗打铁花吸引了众多游客,漫天缤纷的“铁花雨”让游客感受到了传统文化的独特魅力。在智慧花乐园,除了火树银花的中国式浪漫,还有18:30的花灯会,21:00的篝火晚会,21:30的舞蹈快闪,为游客带来丰富的夜游视听盛宴。

“风起洛阳,梦入神都”。随着夜色渐浓,洛阳这座承载着厚重历史与文化底蕴的古城,成为了新汉服文化与夜景拍照的网红打卡地。应天门、洛邑古城……宫灯高悬的建筑,古色古香的街道,妆容精致的汉服游客,吸引了无数游客前来感受千年古都的文化魅力。

2024年广州国际灯光秀,以人工智能为创意驱动,通过AIGC(人工智能生成内容)、视觉艺术和光影互动,推出兼具艺术性和互动性的文化活动,以无与伦比的科技感打造生活新场景,给游客带来沉浸式的体验。在10天的展演期间,吸引了接近30万观众入场,全网话题热度突破2亿。

“昼短苦夜长,何不秉烛游?”事实上,夜游并不是什么新鲜事物。在中国古代传统文化与民俗中,不乏关于夜游的描述,如《世说新语》的王徽之雪夜访戴,《赤壁赋》的苏轼与客月夜泛舟,时至今日,夜跑、夜爬等逐渐成为现代青年夜游的心头好,新“夜”态以其独有的魅力,为夜游经济注入了勃勃生机。

新“夜”态带来的红利与挑战

夜游的主要目标群体是青年“网生一代”,相关夜游记录的发布很容易随着网络平台的发酵而催生旅游“网红打卡地”。夜游内容涵盖餐饮、住宿、交通、娱乐、购物等多方面,在带动当地文旅产业发展的同时,也有利于促进地方经济。

面对夜游大军和网络营销的“泼天流量”,各地文旅努力活化资源,大招频出。上海的citywalk、苏州的“游园今梦”、成都的“夜游锦江”、广州的“夜游珠江”、杭州的西湖、重庆的洪崖洞、西安的大唐不夜城……都成了经典的夜游场景。夜游经济以其多元化的消费方式,以及互联网的迅速传播,容易产生规模效应,能够有力带动地方经济增长。

然而,新“夜”态蓬勃发展的背后,我们也应该清晰地认识到,一些问题不容忽视。

为接住“泼天富贵”无所不用其极,过度炒作、夸大其词、虚假宣传甚至无底线迎合……由此引发的旅游乱象如哄抬物价、诱导购物、价格欺诈等,严重损害了游客利益。国庆期间,被游戏《黑神话:悟空》带火的山西“小西天”景区,因接待能力严重不足让游客等待时间过长遭受“差评”的现象,更是暴露了其旅游管理和服务体系的薄弱,事件不仅影响了游客的旅游体验,也对景区的长期发展造成了不利影响。此外,夜游活动背后的公共安全问题同样不容小觑。特别是盲目跟风的网红打卡等现象,这些行为对公共秩序的冲击,以及群体活动中

的集体狂欢对社会秩序的影响,都是我们必须认真对待的问题。此外,大规模的夜游活动也对精细化管理提出了挑战。这包括完善基础设施、确保食品安全和出行安全、保护文化遗产、促进可持续发展以及对突发事件的及时应对等,所有这些方面都迫切需要提升标准和明确责任。

“秩序感”与“烟火气”是两个互为依存、相互促进的概念,如何在保持“秩序感”的同时注入更多“烟火气”,才是夜游经济能否成功的关键。

夜游市场需回归理性

类似“夜游”这样的文旅现象,若能妥善规划和管理,把握住流量,无疑能够带来“泼天富贵”。因此,我们建议文旅企业及相关管理部门可以从以下三方面入手,让“流量”转变为持续吸引眼球的“留量”。

坚持适度原则,营销有度,合理引导,倡导游客量力而行。文旅营销应秉持真实性与吸引力并重的原则,通过社交媒体、短视频等互联网渠道展现“真实自然、精美雅致”的地方特色自然与人文之美,让游客心生向往,提升其对目的地的兴趣和期待;面对游客的非理性需求,如过度追捧热门景点导致资源过载,及时发布预警信息,引导游客合理安排、错峰出行,保障人身安全,同时避免对自然生态、人文景观、社会秩序造成破坏,倡导富有社会责任感的出游行为。

具备“大数据思维”,创新式、互动式

运营管理。文旅部门应拥抱大数据,通过数字化、智能化手段助力精准施策。首先,构建游客行为分析系统,通过收集并分析游客来源、偏好、消费能力等数据,运用算法预测旅游趋势,为决策提供依据。其次,利用互联网平台实时互动,如在线问答、旅游路线推荐等,及时响应游客需求,提升服务体验。最后,创新宣传方式,运用短视频、直播等新媒体形式,结合算法推荐个性化旅游内容,吸引潜在游客。此外,探索智慧景区开发,运用AR、VR技术丰富游览体验;借助大数据,算法应用等进行景点客流分流、公共交通调度等,从而助力精准满足游客需求,带给游客高质量的旅游体验。

增强“产品思维”,内涵化、品质化文旅供给。文旅相关部门及企业应结合用户需求,不断优化提升产品与服务品质,实现内涵式发展。一方面注重差异化体验,紧密结合当地特色与底蕴,深挖地方特色历史、民俗、艺术等多元文化元素,使文旅产品独树一帜,避免千篇一律、浮于表面;同时注重精准分析和施策,系统分析游客年龄、社会角色、教育背景、性别等,针对大学生、中老年、境外游客等不同的游客群体精准施策,满足其多样化的需求。另一方面注重多元化体验,丰富文旅产品形态,如开发主题线路、举办特色节庆活动、推出数字化文旅体验项目等丰富多元的文化产品与服务,并持续改进和提升用户体验,从而避免夜游经济昙花一现,实现长期可持续发展。