

花开八桂春意闹 广西做强“花经济”

□ 孟萍

进入3月以来,广西各地陆续进入百花齐放的时期,花文化旅游热力十足。近年来,广西从空间、时间、形式等维度发力,提升花文化旅游的“颜值”,用多样化的活动和产品将“季节性经济”变成“全年候经济”,实现了“花经济”的可持续发展

近日,国家5A级旅游景区——南宁青秀山风景名胜旅游区的金鱼草、玉兰、黄花岗木、豆梨和梅花等纷纷盛开,吸引众多市民游客上山踏青赏花,购买鲜花文创商品,共享美好春光。

近年来,青秀山成为南宁市民游客心中的赏花胜地,因为这个景区一年四季都有不同的鲜花盛开,而且各种文化景观造型新颖别致,配套设施方便齐全,无论是观花赏景还是拍照打卡,都是理想之地。

成为“网红”的背后,得益于青秀山多年来持续发挥生态优势,以科技、文化赋能,打造了兰园、叶子花园、风铃谷、桃花坞、樱花园、桂花园、香花园、水生植物园等多个各具特色的观花植物专类园,形成规模种植优势。每种鲜花盛开时都呈现一派绚烂的繁盛景象,配上各种文化活动,让游人赏心悦目,既“出彩”又“出片”。

如今,青秀山桃花岛的桃花已迎来盛花期。青秀山在桃花岛基础上升级打造的桃花坞是文化为鲜花景观加持的一个范例。

“桃花坞里桃花庵,桃花庵下桃花仙。”唐寅的《桃花庵歌》被题写在入口处的照壁上。进入桃花坞,游客可以

如何将鲜花转化成商品,如何让“花经济”产生效益?近年来,广西各地不断加大鲜花旅游商品、文创产品开发力度,同时通过赏花旅游与当地特产绑定,做大消费蛋糕。

最近,与小伙伴们到青秀山风铃谷游玩的陈晓云在景区直营店里买了几碗桂花冻品尝。“现在气温高,玩累了有点渴,吃一碗桂花冻下去真是爽!”近几年,青秀山围绕花卉资源和赏花活动,开发出系列花卉美食,如春季的桃花酥、桃花酒、石斛馒头、石斛肉包、郁金香蛋糕,夏季的荷花酥、莲子羹,秋季的菊花酥、菊花糕点、桂花奶茶……受到市民游客的欢迎,扩大了景区的二次消费。

此外,青秀山的压花文创也颇受游客欢迎。青秀山压花工作室是广西唯一一家专业压花单位,从事压花工作的专业人员有26名。近年来,压花工作室以青秀山兰花、桃花等花卉为素材,设计出团扇、笔记本、钥匙扣、压花镜子、压花项链等文创产品,积极延伸景区“花经济”链条。

柳州市深入挖掘紫荆花的文化内

《广西花卉产业“十四五”规划》提出,以特色优势花卉为品牌,全面提升广西花卉产业化水平和“桂派”花卉影响力,鼓励发展花文化旅游,将花卉产业打造成广西万亿元林业绿色产业的重要组成部分。

近日,钦州市灵山县660多公顷的白兰花树随着山势起伏,散发出阵阵花香,吸引不少游客观光游玩。近年来,灵山县将白兰花列入重点发展产业,鼓励农民种植白兰花,并推动一二三产融合发展,全方位盘活“花经济”。目前,灵山县白兰花年产值1.3亿元,主产品白兰鲜花、鲜叶、白兰花茶、白兰花提取物精油、浸膏等销往全国各地,并远销韩国、法国等多个国家。

文化赏花生动有趣

看到,高低错落的山坡上、农家屋舍旁,满目皆是桃花,到处花团锦簇。这个景点搭配中式仿古建筑,被打造成一个颇具桃花文化内涵的景观节点。春季,青秀山的桃花坞每天吸引许多女性游客,呈现一幕幕“人面桃花相映红”的美好场景。

莫奈花园则是青秀山打造的又一精品景观。景区立足原有的睡莲等水生花卉,以印象派代表画家莫奈的《睡莲》系列画为创作灵感,搭建了绿色拱桥、弧形花架、绿色长椅等,极力还原莫奈画中场景。“来到这个景点,仿佛穿越时空,进入名画世界,感觉非常奇妙。”来自桂林的游客邹先生不禁赞叹。

如今,广西各地在努力挖掘鲜花背后的文化内涵,一些景区让人眼前一亮。

近日,南宁园博园内的5000余株桃花、20多万盆紫罗兰竞相绽放,与玲珑湖、中华城市展园相互映衬,形成“园在花中,花在园里”的山水桃花新景。景区还举办了第三届“礼乐园博南宁花朝盛典”,花神巡游、百花祈福、民俗游戏等民俗活动让游客沉浸式体

验花朝国风之旅。

活动现场还原“请花神、祈福、行簪花之礼”等传统礼仪;甲冑骑士、十二花神、百名同袍集合巡游赏花,与游客互动,呈现出一幅花朝美景图,向游客展示华夏礼仪文化之美、传统服饰之美。投壶、飞花令、香囊制作等传统民俗体验与花朝集市的传统妆造体验、国风好物受到游客喜爱,点燃了游客对于穿着传统服装赏花、体验传统民俗的热情。

眼下虽然是春季,但桂林市的四季桂开花了,绿叶中的点点金黄散发着阵阵清香。不少市民游客到桂花公社景区闻香拍照,记录春意。近年来,桂花公社景区通过讲好桂花故事、挖掘桂花价值、传播桂花文化,树立桂花品牌,将桂花文化展览、工业观光展览和体验式趣味式购物相结合,形成了桂花种植产业、桂花加工产业、桂花文化旅游产业等完整的产业链,实现了桂林山水与桂花文化的融合共促,和谐发展。

同样大力发展“花经济”的桂林市

鲜花文创扩大消费

涵,以“紫荆花+文创”为抓手,有效拉长了“花经济”产业链。仅柳州博物馆所研发的紫荆花系列文创产品已达180余种、300余款,涉及瓷器、首饰、团扇、丝巾、风铃、明信片、笔记本等品类。“紫荆花拉丝银铜鼓、紫荆春色梅瓶茶具、浪漫紫荆卫浴套装等文创商品广受游客好评。”柳州博物馆馆长程州说,紫荆花拉丝银铜鼓还获得“中国工艺美术文化创意大赛”金奖。

2020年年底建成开放的柳州紫荆花花文化创意展览馆,专门展示紫荆花文创产品,如今已成为柳州又一文化地标。“紫荆文化给柳州产业发展注入了新动能。”柳州市文化广电和旅游局局长刘莉说。同时,由柳州市文旅集团与本地企业两面针、五菱工业跨界开发的紫荆花洗衣液、紫荆花口罩,由《南国今报》与螺蛳壳联合开发的紫荆花螺蛳粉,均深受消费者喜爱,也成为到广西游客必买的旅游商品之一。

每一个到桂花公社景区的游客都

会进入“买买买”模式。桂花公社景区以金牌“桂花糕”产品为代表,打造桂花为主题的多款特色桂林伴手礼。在2023年“广西有礼”特色旅游商品创意设计大赛上,桂花公社景区选送的十日桂·短保桂花糕和万物有灵·桂花红茶两个商品均荣获奖项。

在桂林市相关部门的支持下,桂花公社景区打造了桂林城市礼品展示中心,搭建工业旅游观光与购物相结合的平台。展厅内陈列有桂花系列伴手礼,包含桂花文创产品及桂花创意周边产品,涉及糕点、茶饮、酒酿、护肤品、饰品、服装等多种品类。最近,到桂林市游玩的山东游客徐红梅选购了多盒桂花糕,还有一些香水,她说:“我以前不知道桂树在春天也会开花。这里的桂花香气气味很好闻,我要带回去送闺蜜。”

在钦州市钦廉林场所属的北部湾花卉公园特色产品体验馆里,沉香系列产品大放异彩,沉香茶、沉香工艺

花卉产业做大做强

灵山县盆山村罗屋子组村民滕有东介绍,他是村里第一批种植白兰花的花农。“现在我种有3亩白兰花,还同时从事白兰花树育苗、收购鲜花鲜叶、运输等工作,每年收入超10万元。”

“另外,广西华兰生物科技有限公司与中国科学院华南植物园合作,从白兰花中提取的有效成分“毛蕊花糖苷”,可使灵山县的白兰花产品附加值提升3至5倍。这家公司相关负责人熊相福介绍,公司的核心产品为白兰花提取物,同时加工生产白兰花精油、浸膏、纯露等产品。目前,公司正在开发白兰花功能性口服液、香薰、高端化

妆品等终端产品。

正在着力打造“白兰花特色小镇”的灵山县是广西各地鲜花经济向纵深发展、提质增效的一个缩影。近年来,广西立足特色花卉苗木资源,积极培育发展花卉产业,截至2023年年底,全区花卉综合产值达350亿元;广西金花茶、茉莉花、桂花、兰花、罗汉松、桂派盆景等特色花卉品牌享誉全国。

此外,广西将利用花卉产业资源,结合乡村振兴战略,重点发展一批主题鲜明的特色花卉基地、花卉主题公园、特色花卉小镇、花卉园艺中心、花卉康养基地等新型花卉综合体,促进

七星区,以花为媒打造了一批特色乡村文旅项目。民间养花达人精心打造的“一米阳光”花卉基地、哈尼花园、“花田拾光”花海等景点已成为桂林网红打卡地,不只是春季游人如潮,一年四季也游人不断,每年都有近10万人次游客前来赏花拍照。

“风吹紫荆树,色与春庭暮。”今年3月31日,柳州馬拉松将在满城“紫荆风暴”中开跑。多年来,柳州在市区种植了近30万株洋紫荆,“半城碧水半城绿”的美景吸引大批游客到来。紫荆花已成为柳州除了螺蛳粉之外的又一个网红IP。

为将“走马观花”变为“赏花深度游”,近年来,柳州市组织了丰富多彩的赏花活动。如“穿越柳州·世界城市定向挑战赛”“紫荆花城醉美柳州”文化旅游季、紫荆花文创产品车尾箱集市、“柳州紫荆花网红打卡地”征集等活动,通过赏花提振文旅消费。同时,不断完善旅游线路、旅游交通、停车场、餐饮和住宿等公共服务和基础设施。柳州市还专门在紫荆花期开通“醉美紫荆花专线”,让市民游客免费乘坐喷有紫荆花图案的专车,实现“人在车中坐,车在画中游”。

品、沉香精油、线香等30多种产品,其特有的香味吸引不少游客咨询、购买;花卉超市内,海棠、凤仙、石竹花等各色鲜花让游客忍不住带回家。公园还创新开发了花茶、花饼、花糕等产品,让游客无论何时都能买到花产品。

在春节假期,“中国茉莉之乡”南宁横州市香香花园举办了迎春文娛活动和农创集市,接待游客3万多人次。香香花园是台商吴崇蒙、吴育名父子投资开办的香氛萃取观光工厂项目。自2022年9月开园以来,以“香”为主题,开发特色旅游体验产品,吸引众多游客探访。

“我们提炼萃取出茉莉花香水,游客可以根据自己的喜好,将其与其他味道香水按比例组合,调制个人喜欢的味道,带回家使用。我们还开发了约80种茉莉花产品。”吴育名介绍,香香花园正以“茉莉+香”为灵感,开展茉莉花种植、盆栽、萃取生产加工等业务,把茉莉芳香、农创、文创、文旅、康养度假、数字农业等产业紧密连接,建设产学研+农文旅深度融合示范基地。

花卉与山水林田湖草景观及其地理风貌的融合,发展各具特色的花乡、花村、花道、花街、花市、花艺体验等。此外,鼓励倡导花卉企业利用花卉资源大力发展花文化旅游、鉴赏、休闲、养生等形式多样的文化体验,推动休闲生活与传统优秀花文化融合发展。

预计到“十四五”期末,广西将建成自治区级花卉产业示范区150个;分别打造1个全国重点花卉市场和1个国家级花卉物流中心。2025年,力争实现全区花卉生产总面积10万公顷,增长率达19.05%;花卉全产业链综合产值达到500亿元,增长56.74%;把花卉产业打造成为广西万亿元林业绿色产业的重要组成部分。

这个春天,来自江西的“95后”女孩小美将自己的年假留给了西安和洛阳,刚好这两个城市挨得很近,在一条高铁线上。当问到为什么“种草”洛阳时,小美说:“我惦记来洛阳已经很久了,原因有很多,短视频推荐就不用说了,也看了河南卫视关于洛阳的内容,很喜欢,这次想看看龙门石窟,去洛邑古城体验一下旅拍。”

国潮涌动中彰显文化自信,电视节目中蕴含的传统文化之美在社交网络掀起一股又一股热潮,并带动文旅消费热。当传统文化以新方式、新玩法融入旅游场景,既让传统文化更时尚,也为文旅消费增加了美好的情感体验。

因为节目“种草”古都

“愿这冬去春来,繁花似锦,万物苏醒;愿你岁岁无忧,欢喜无悲,长乐永康……”今年央视春晚舞台上,中国传统纹样创演秀《年锦》惊艳四座,来自汉、唐、宋、明4个时代的传统吉祥纹样,以年锦图的形式亮相,传递美好祝福。春晚西安分会场的节目《山河诗长安》,众人齐诵《将进酒》,仿佛梦回长安,令人心潮澎湃……

“看央视春晚时候,大家齐声背诵《将进酒》的场面,让人印象深刻。最近在西安旅游时也感受到了,现场十分震撼,让人热血沸腾。”甘肃游客齐先生说,自己是因为看了春晚想到来西安旅游,没想到自己和家人在大唐不夜城街区内加入背诵唐诗的队伍,特别是当背诵到“人生得意须尽欢,莫使金樽空对月”,整个街区的氛围和游客的情绪都达到了高点,和《山河诗长安》形成了奇妙的呼应。“非常感动,被西安的美景和周围的游客感染,为我们拥有如此灿烂深厚的文化感到自豪。”齐先生说。

在西安城墙景区,《盛唐天团》《投壶》等数十场沉浸式互动演出以诗词文化为内核,市民游客可以在游玩时与金甲武士等唐代形象人物接龙、投壶、贴花钿;在长安十二时辰主题街区,演出不断,古装扮相的商贩沿街叫卖,“玄奘”向人们致意,“李白”“白居易”邀游客吟诗作赋;在双层西安城市观光巴士上,大明宫国家遗址公园、书院门、钟鼓楼等串联起西安美景,随车的“杨贵妃”“李白”“上官婉儿”等根据所到之处展开讲解和趣味互动,一路欢笑不断。

小美说,电视节目中令她印象最深的是河南卫视推出的“七夕奇妙游”,开场舞蹈《龙门金刚》以洛阳龙门石窟的金刚为表达意象,通过AR技术,让这些佛像“活”了。“那一瞬间,画面太美了,好像突然理解了飘若惊鸿的意思。”小美因此非常期待在洛阳的旅程。

“拔草”之旅带动消费

同程旅行数据显示,央视春晚西安分会场节目播出后,西安旅游搜索热度环比上涨294%，“跟着春晚游西安”成为“西安年”最热门旅游线路,到西安“打卡”、与“李白”隔空对诗成为沉浸式体验中华优秀文化的新选项。赏灯夜游、非遗民俗、国潮文创、汉服打卡……国潮热带动西安餐饮、文化娱乐等方面消费旺盛。

西安海外旅行社导游任先生介绍,很多远距离外省游客因为春晚“种草”西安,还有游客要求身穿汉服在西安体验“龙行龘龘”。“如今,游客更加看重行程的文化内涵,许多家长希望孩子通过行程深入了解陕西的历史文化。还有游客想要看看有西安特色的生活场景,体验当地的烟火气,品尝当地地道的美

□ 本报记者 曹燕

看电视节目 追实景国潮

食。”任先生说。

到达洛阳,小美和闺蜜到达酒店放下行李后,直奔洛邑古城的汉服馆,精心挑选自己喜爱的汉服,又美美地化上唐妆,然后去打卡拍照。她们还约了旅拍一路跟拍。“汉服与洛阳的适配度太高了!穿上汉服游洛阳,更有沉浸感,旅拍让我们可以看到最美的记忆定格。”小美注意到,随着国潮兴起,如今,汉服已从小众爱好变成一种时尚潮流,被大众所接受、所喜爱。汉服设计、制作、租赁、妆造、旅拍,在洛阳已形成一条产业链。据她观察,因为人气太旺,一些口碑较好的汉服馆几乎是全天满负荷工作。

国风之美彰显自信

深圳大学旅游发展研究中心研究员刘杰武提到,在旅游产品多元化、个性化时代,传统文化借助表情包、数字化、影视方式生动起来,让大家记得住。各地推动“文化+科技”,打造可感知、能触及、沉浸式、多维化的文化体验新场景,让观众真切感受文化的冲击力和感染力。

借由一个窗口,了解传统文化,爱上传统文化。采访过程中,不少年轻游客除了提及这几年的央视春晚和河南卫视春晚,另外,《典籍里的中国》《中国诗词大会》《国家宝藏》等为代表的一大批弘扬中华优秀传统文化的精品节目,也让更多受众尤其是年轻人感知到传统文化的恒久魅力。马面裙、新中式等传统服饰新穿的相关话题频频登上热搜,国潮成为文旅新消费的关键词。汉服爱好者郭女士说:“前些年,我们穿汉服,很多人以为是戏服或者角色扮演,但现在人们都理解汉服蕴含的文化,并爱上了穿汉服,我觉得很开心。”她还提到,自己在了解汉服并爱上汉服的过程中,得到了一种文化滋养。

不只是在古都,“汉服热”在越来越多的旅游场景下出现,已连续举办多届的中国西塘汉服文化周、南京夫子庙汉服巡游展、河南云台山汉服花朝节,以及桂林两江四湖在春天推出的汉服主题活动等,纷纷邀游客穿越千年山水,共赴霓裳之约。这些活动不仅是对美的追求,更是对传统文化的认同和传承。

四川江油：传承百年老字号 品牌发展势头猛

近年来,位于四川省绵阳市江油市的四川清香园调味品股份有限公司充分利用清香园“中华老字号”品牌,以旗下位列“川菜八珍”之首的中坝酱油为招牌,立足资源优势,建成国家3A级旅游景区中国酱文化博览园,创成省级工业旅游示范基地,积极开展研学旅游活动,不断提升品牌知名度、增强品牌传播力。

四川清香园调味品股份有限公司作为一家已有200余年酱造历史的“中华老字号”品牌企业,其酿酱技术在保留古法的基础上留住了醇香,在技术革新上实现了量产。

川北中坝,自古为酿酱之乡。其温和的气候有利于米曲霉、酵母菌等微生物种群的大量繁殖,造就酱油鲜美醇厚的口感。位列“川菜八珍”之首的中坝酱油,采用传统日晒夜露180天

以上的高盐稀态自然发酵工艺,充分还原黄豆等原料发酵后的香气和滋味,深受消费者的喜爱,是清香园的主力产品,奠定了清香园一路从作坊走向“中华老字号”的基础。

味道在200年间一脉传承,技术在时间更替间不断创新。在清香园公司的制曲车间,透过圆盘制曲机的外壳,可以看到舱体内煮熟粉碎后的黄豆被铺成一层,正在发酵。

酱油车间主任张建林介绍:“以前,制曲采用开放式制曲,需要冬季升温、夏季降温。现在,这台圆盘制曲机采用密闭式循环风,整个过程实现能源循环利用,大大提高了产能。”

为传承和保护中坝酱油酿造技艺,清香园投入5000余万元修建了由中国调味品协会授权、占地30余亩,以酱文化为主题的旅游观光园——中国酱文

化博览园,每年吸引十余万人次游客入园参观。“品味四千年味道文化,体验两百年制酱工艺,中国酱文化博览园打响了“中华老字号”品牌,走出了一条更加宽阔的品牌发展之路。

走进清香园中国酱文化博览园,来自江油外国语学校三年级的学生正在老师师傅们的介绍下体验“打酱油”。“孩子们走进我们的‘中华老字号’品牌,体验省级非遗代表性项目的制作流程,并吃到自己打来的酱油拌饭,他们都很兴奋。”带队的吴老师说。

“我们酱文化博览园去年又投资300多万元,对园区的游览设施、环境进行了再升级,扩展了一部分场地,将来可以更好地服务好中小学研学团队。预计可实现年接待量10万人次,增收400万元。”中国酱文化博览园负责人吴勇介绍。(刘煜)

春游到仪陇：“品”红色文化“听”传承与保护

四川省南充市仪陇县是老一辈无产阶级革命家朱德、为人民服务的光辉典范张思德的故乡,红色旅游资源十分丰富,“三下乡”底蕴厚重,客家文化独具特色,绿色生态宜居宜业,旅游资源中很多都具有独特性,在全省乃至全国都具有代表性。

人如织,车如流。阳春三月,春暖花开,全国各地游人来到朱德故里景区,品油菜花香,学红色文化,赏自然风光。

朱德故里景区现有朱德故居、朱德诞生地、丁氏庄园3处全国重点文物保护单位,朱德父母故居、药铺垭私塾、席家碛私塾等11处省级文物保护单位。景区内还有琳琅山、形似官帽的轿顶山、锤镰石、宛如青龙偃月刀的关刀山、感恩池,与客家文化、“三下乡”、红色文化共同构成多彩

斑斓的壮丽画卷,是人们陶冶情操、休闲度假的旅游胜地。

位于仪陇县城的德国旅游景区(张思德纪念馆)同样游人如潮。这里基础设施完善,文化氛围浓厚。当地人李桂香周末带着家人游览了德国旅游景区,她说:“在这里既能瞻仰为人民服务的光辉典范张思德的形象,又能了解仪陇深厚的文化底蕴。”

德国旅游景区占地总面积2200亩,依山就势、依水成型,内有张思德纪念馆、思德广场、仪陇县博物馆、仪陇县剪纸博物馆等文化景点。德国一带则建有布德六亭、德学书院、德字长廊等人文景点,以及十爪黄槐、盛世华章、清莲扶柳、听水绿地、阅湖观山等山水自然景观,思德剧场、思德影院等休闲娱乐设施。

仪陇县文化广播电视和旅游局相关负责人介绍,为抓好文化资源传承与保护,仪陇县立足红色文化、“三下乡”、客家文化资源优势,以建设“朱德故里红色旅游融合发展示范区”为目标,紧扣把红色资源保护利用好,把“两德精神”弘扬传承好的总要求,全面摸清摸准“红色家底”,对朱德诞生地、朱德旧居等红色遗址制定“一址一策”保护利用方案;统筹推进马鞍山红军街保护开发、张思德故居修缮、川陕省长胜县苏维埃政权旧址陈列室建设、仪陇县革命文物抢救性维修保护等项目。

对红色文化资源的开发和保护利用,不仅有助于仪陇县打造仪陇特色游,也使仪陇县再添几道让人眼前一亮的“红色文化风景线”。(杨林)