

## 蜀山冰雪季开启“南方小土豆”就近撒欢儿

□ 本报记者 曹燕



游客在瓦屋山景区游览 冯源摄

“窗含西岭千秋雪”，在杜甫的千古名句中，“开门见山，推窗见雪”是成都人的日常美好。四川大邑西岭雪山滑雪旅游度假区距离成都约100公里，也是南方地区唯一入选的首批国家级滑雪旅游度假区；瓦屋山距离成都约180公里，每年的冰雪嘉年华活动主题个性十足，别有新意；达古冰川距离成都市约300公里，被称为离都市最近的冰川……

近日，以“赏蜀山冰雪 享攀西暖阳”为主题的四川文旅冬季旅游推介活动开启。对于成都和附近的“南方小土豆”们来说，冰雪生活并不遥远，附近就有适合“南方宝宝”体质的冰雪旅游目的地。

## 雪山下的公园城市

当漫天朝霞伴随一轮红日唤醒成都，整座城市熠熠生辉，天际线上便会出现优美耀眼的雪山轮廓。成都对城市定位中的一项内容是“雪山下的公园城市”，雪山与城市的组合，让城市有了迷人的节奏。

作为超大城市，成都拥有超过2140万常住人口，是全球唯一能够眺望5000米以上雪山的千万级人口城市。据“在成都眺望雪山”群体的观测，2023年成都人66次推窗见雪山，在近7年中排名第二。

日前，峨眉山迎来了今冬的第一场雪，奇峰、怪石、古松、云海，勾勒出

一幅美不胜收的画卷。而雅安牛背山最佳观景季为每年12月至次年2月，云海、白雪皑皑，蔚为壮观。

成都有一群雪山摄影爱好者，顾晓宇是其中之一，他们也被称为“追山人”。“如果天气晴好，在成都往往能捕捉到震撼的雪山景观。清晨时分，圆月落下，日照雪山群峰，贡嘎山主峰、四姑娘山幺妹峰、大雪塘、雪龙岭、光光山、太子城、狮子王峰等一一现身，太壮观了，幸福感满满。”顾晓宇说，连路的雪山仿佛召唤着人们快点出发，踏上旅途吧。

“下雨后，看到雪山的频率比之前要多很多。”顾晓宇告诉记者，成都近几年空气质量越来越好，也更加宜居了，既有现代都市的繁华活力和浓浓烟火气，又有山水田园的恬淡雅致。采访中，记者还得知有一个微信小程序“看雪山美景”。颇有意思的是，其中有一项“找雪山”，点进去，屏幕上显示出四姑娘山幺妹峰在薄雾笼罩下的宁静优美，并显示出距离约1565公里，记者不由生出对“诗和远方”的感慨和向往。

## 以氛围打造新场景

杜甫笔下的“西岭”，正是在成都市区可以遥见的、绵延不断的一座座晶莹剔透的雪峰。位于大邑县境内的西岭雪山最高峰大雪塘海拔5364米，终年积雪不化，是成都第一峰。

10月中旬，西岭雪山就迎来了初雪，为游客带来意外的美景。“从山脚到山顶的彩林呈现出不同层次的美，五彩斑斓的山顶覆盖了一层白雪，更迷人。”摄影爱好者刘先生介绍，22号彩虹公路是西岭雪山重点打造的网红打卡地。公路将西岭雪山独特的山野、森林、滑雪、热气球等元素与憨态可掬的国宝大熊猫元素相结合绘制出一幅彩色画卷。另外，景区打造的冰川玫瑰小径、山顶“听雪草堂”茅屋等多个雪景氛围打卡地，非常出片。

“苏轼的‘瓦屋寒堆春后雪，峨眉翠扫雨余天’说的就是瓦屋山雪期横跨冬、春两季。”瓦屋山投资有限公司营销策划部部长栗慧娟说。瓦屋山是亚洲最大桌山，平顶桌状大断崖构造拔地而起，直耸入云。“山顶是平的，适合老人、孩子，一家出游无负担。”栗慧娟说，“温度较为适宜，游客也不会有高原反应，对我们‘南方小土豆’来说，不用去东北，也能体验到在冰天雪地撒欢儿的快乐。”

“近年来，瓦屋山越来越受到年轻人的喜欢，无数年轻人来瓦屋山，只为拍出一张刷爆朋友圈的雪景美照。”栗慧娟说，瓦屋山还结合消费热点打造了一系列打卡点，包括憨态可掬的巨型熊猫、趣味十足的冰雕雪雕打卡墙等，还针对汉服爱好者在山顶打造古风妆造体验馆，提供汉服租赁、全妆打

## “青春制造”新玩法

□ 本报记者 曹燕

在社交媒体时代，潮流不断转向，热点瞬息变化，不少文旅热点与年轻人的行为和社交文化密切相关。一开始是风头强劲的大学生“特种兵旅游”，之后是悠闲随意、岁月静好的City Walk受到年轻人追捧，随后又有年轻人爱上“寺庙游”“奔县游”“夜爬”“候鸟旅行”……折射出年轻一代消费群体对主题性、个性化旅游产品的喜爱。

## 满满仪式感和情感体验

“青春没有售价，直抵武功山下”“青春没有售价，泰山就在脚下”“青春没有售价，硬座直达拉萨”……以“青春没有售价”这句话为前缀的一系列旅游热点，蕴含了满满的仪式感和丰富的情感体验。

“青春没有售价，泰山就在脚下”这句话不是符号性的标签。一位“00”后大学生告诉中国旅游报记者：“和朋友结伴夜爬，一起朝着山顶前进，一路上相互加油、鼓励，觉得自己并不孤独，路上还会遇到无数和你同行的人。爬上山顶看到第一缕曙光真是太激动了，像是给自己一路辛苦的奖赏，把这些画面和心得记录下来发在社交平台上，很有仪式感。”

不只是泰山。2023年4月，河南老君山开启爬模式，年轻人积极报名预约。清晨时分，天色微微亮，在

海拔2217米的老君山山顶经常看到这样一幕：一面面鲜艳的五星红旗迎风飘扬，周围的年轻人自发用闪光灯将国旗照亮。“这些年轻人的爱国情怀是在骨子里的，我们文旅人也很受感染。”河南老君山实业有限公司总经理张鹏远告诉记者，面对年轻人的热情，老君山认真做好安全服务和保障。

## 个性化需求丰富旅游内涵

前浪后浪，总有人正青春。张鹏远提到，他当年上大学的时候，和朋友去夜爬泰山看日出，也背包“穷游”过，可惜那个时候没有社交媒体去表达。他不无羡慕地说：“在互联网时代，年轻人有各种平台去展示自己的个性。”

深圳大学旅游与新业态发展研究中心研究员刘杰武告诉记者：“年轻人对世界的好奇、无私的参与、打破枷锁的勇气、对网络话题与活动的发起等，都是非常宝贵的。现在的网络传播话语权掌握在年轻人手里，他们在社交平台上分享、转发一种生活方式表达认同，并前往打卡、体验，由此会带动传播内容的扩散。”

马蜂窝此前发布的《当代年轻人旅行图鉴》报告中也提到，越来越多的年轻人在旅行中的自我定位已从过去的“参观者”变成了如今的“体验者”，

他们希望亲身融入当地，感受走进城市街巷中的人文历史，以及最地道的风土人情和生活方式。

当下，年轻人常因为一场演出、一顿美食、一场马拉松比赛而奔赴一座城市，他们的个性化需求正在让旅游的内涵更丰富。年轻人的旅行，不局限于观光，而是涵盖了知识探究、参与体验、情感联结与精神自洽等方面。对于许多年轻人来说，消费不再只是简单的购买行为，而成为表达自我、传递情感、实现个人价值的一种方式。旅游的过程也是一个重要的社交过程，年轻人在旅游消费的过程中更加注重情感交流和共鸣。

## 关注真实世界中的年轻人

美国传播学者李普曼说过：“多数情况下我们并不是先理解后定义，而是先定义后理解。”

“如今，文旅新消费是前置化的。旅游借助于社交工具的传播，已经变成了社交的一种媒介。”在刘杰武看来，短视频直观的呈现形式对人们的冲击巨大。人们在空间上虽然相隔遥远，但是在互联网上却可随时交流，国内乃至世界上的新旅行方式和消费方式几乎一天之内就能在人们的手机中呈现出来。而且在大数据算法的助推下，这些消费视频的冲击是反复的，让人们在没有享受这

些消费前就已经被反复教育，并形成认同。

但旅游的个性化、多元化是一个复杂的、正在进行时的过程。旅游是美好生活，是一种情感体验过程，是人和人的相遇。在刘杰武看来，“不仅是对网络流量的关注，旅游行业更应该关注真实世界中每一位到访的年轻人的需求。”

## 无论是2023年的淄博、哈尔滨，还是今年的宝藏小城天水、景德镇等，旅游从业者、城市管理者应从诸多案例中看清背后的逻辑与条件。

“社交媒体传播和网红效应能够带来巨大推力，但其核心支撑力，是来自高性价比的文旅产品与服务内容，以及城市、景区创造的打动人心的烟火气和人情味。而这背后的逻辑，是城市管理者、旅游从业者、市民游客对高质量发展旅游业的认同与齐心协力。”一位景区从业者总结。

年轻人也在影响并塑造未来的旅游业。刘杰武还告诉记者：“大学生正式成为独立消费者，消费具有长尾效应，他们的消费习惯会延续他的中年、老年，这是一个美好而漫长的持续过程。大学时代曾经去过的且留下美好印象的旅游目的地，他们还有无数次机会重复探访。这是各地文旅部门应该非常重视并挖掘的市场，真诚的‘宠客’便是其中之义。”

走进广西边境县市——

## 宝藏壮乡 处处繁花

□ 孟萍 文/摄

漫步在靖西旧州古镇选购精美的绣球，走进壮族生态博物馆了解壮族的历史和生活，在那座中山村聆听原生态民歌“呢的呀”，在黑衣壮古村寨体验一次春糍粑……初冬时节，广西百色靖西、那坡等边境县市的景区里游客纷至沓来，热闹不断。

## 流光溢彩绣球街

踏上旧州古镇的石板路，我们便强烈地感受到这依河而建的古镇特有的民族风情，青石板地面、大青砖墙、红褐色的厚木门，一座座古民居门前坐着缝制绣球的女子。因此，古镇中心的街道也被称为“绣球一条街”。她们面前的木桌上，尽是鲜艳的布条、绸带和丝线。一旁自制的木架上，红丝带下系着一个个红、黄、蓝、绿相间的绣球，或大或小，流光溢彩，斑驳老旧的老街也因此亮丽起来。

今年已82岁高龄的黄肖琴老人坐在家门口罩穿引线做绣球，吸引了许多游客围观。这位曾获得“中华巧女”称号的老人手艺不减当年，特别是她用堆绣技艺制作的绣球纹饰立体，令人赞叹不已。

绣球是壮族人的定情物和吉祥物，有着上千年的历史传承。靖西绣球制作技艺以旧州街为中心，辐射周边各个村庄。靖西通过“政府+企业+村集体+农户”的发展模式，帮助绣球手艺人年均增收1万元以上，辐射带动就业两千多人。

旧州古街展销的绣球既有配色浓烈的传统绣球，也有流行的莫兰迪色系新派绣球，还创新推出融合了时尚元素的绣球耳坠、珍珠绣球项链、钥匙扣、手机链、香囊、挂饰等丰富的绣球文创产品。

来自南宁的游客廖女士在旧州村民杨桂金摊位买了一对浅蓝色的绣球耳坠，引得同行朋友纷纷夸赞“太漂亮了！”杨桂金把苗族的银饰元素与绣球结合起来，创作出具有时尚民族风的耳坠、戒指等，受到游客喜爱。

“绣球是我们的民族文化，我想把它好好传承下去，而且要跟上现在年轻人的审美，要创新发展，让更多人喜欢它。”杨桂金说。

据靖西市委宣传部长介绍，目前，市面上所售卖的绣球七成都是靖西生产的，年产绣球40多万个，收入超1000万元，成为乡村振兴的新亮点。

## 黑衣壮赛歌飞扬

“贝依哎，壮家歌酒要唱歌，山歌声声伴酒喝，贵客越多心越暖。”这首《壮家歌酒歌》在广西传唱度极高，来源于那坡黑衣壮山歌。越来越多的游客随着这首歌走进那坡，走进神秘的黑衣壮。

近日，一个旅游团来到坡荷乡中山村的呀田园景区。在村口就听到一阵阵嘹亮的歌声，一群身着壮族传统服饰的当地妇女站在龙桥头，唱着欢快的山歌，端着梨花酿和茶水迎接远道而来的贵客。

中山村是那坡壮族民歌的发源地之一，其特有的“同歌”文化已传承了一千多年，现已发展成为当地的民族节庆“同歌节”。那坡壮族民歌已列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

“尼的呀”是壮语里“好的呀”的意思，在当地流传的民歌中是常用的衬词。那坡至今仍保存着古朴完整的、多姿多彩的民间歌谣，被誉为“广西民族音乐富矿”。

据尼的呀旅游有限公司运营负责人黄国书介绍，景区以秀美的田园风光和自然生态环境为依托，以“同歌”文化为核心，集中展现当地的风土人情和文化习俗，打造了集康养、休闲、餐饮、民俗文化与农事体验于一体的文旅综合性景区。

这两个燕子帽和绣花鞋都是我爱人制作的。刚才我们在广场旁边看到的黑衣壮第一代住宅也是我爱人的老房子。”中山村村支书杨文胜指着黑衣壮文化展示馆里的几件展品向游客介绍，村民们对发展旅游产业非常支持，大家劲往一处使，他还把自家的土地拿出来建了篮球场等设施。

当晚，旅游团与当地群众一起体验长桌宴和篝火晚会，再次印证了杨文胜支书的话。席间，村民们以“高山流水”的礼仪接待游客，餐后大家一起手拉手围成圆圈跳舞，现场欢乐的气氛达到高潮。“他们太热情了，好舍不得离开。”离别时分，一位广东游客说。

除了尼的呀田园景区，那坡县黑衣壮古寨旅游度假区也是热门打卡地。60多岁的村民老杨带领村民为游客表演庆丰八字舞、民族团结舞等节目。这个团队有20人左右，平时各自干农活，景区有活动就会过来参加，能增加一些收入。“我家还开了民宿，有7间客房，接待过不少游客。曾经有一位美国游客在我家住了好久。”老杨说，发展旅游之后，村子里路也好了，游客多了，村民收入也增加了。

## 博物馆中长见识

在靖西、那坡体验壮族风情，少不了走进靖西旧州壮族生态博物馆和那坡县的广西边疆民族博物馆。靖西旧州壮族生态博物馆位于旧州街上，其中主展览《旧州岁月》展厅以旧州壮族生产、生活习俗为主要内容。展览分为“旧州画廊”“历史遗迹”“情系绣球”“稻香人家”“岁时风俗”等6个部分。

“原来以为壮族服装就是黑和蓝，现在才知道不同地区的壮族服装还存在着区别。”一位来自北京的游客参观之后说。

“为什么叫风流街呢？原来就相当于现在的相亲角。”在广西边疆民族博物馆，讲解员田嘉瑶在向游客详细介绍那坡当地特色民俗节庆活动。据说农历三月二十八那天，女孩手里会有一个煮熟的红鸡蛋，男孩手里也会有一个红鸡蛋，如果这个女孩看上这个男孩，觉得跟这个男孩很投缘，男孩和女孩的红鸡蛋会碰到一起。如果女孩觉得不投缘，会把红鸡蛋藏起来。“相亲要双方认可，两情相悦，是不是呢？”现场响起欢乐的笑声。

广西边疆民族博物馆位于那坡县镇安公园的中心地带，国家重点文物保护单位“感驮岩遗址”南侧。馆内设“民族·民风·民情”“那坡·那年·那事”两个展区。博物馆集边疆民族特色文化、边疆民族丰富多彩的民族韵味和风情于一体，注重利用现代技术多角度展示和塑造民族文化，使观众能够充分了解展览内容，获得尽可能多的知识，成为广西边疆民族一个重要的展示窗口。

从广西边疆民族博物馆来到镇安公园的广场上，2024年那坡县非遗进校园·壮族民歌展演活动正在火热进行。民间歌手们在台上歌声嘹亮，你来我往，台下是各乡镇自发而来的观众。据现场一名志愿者介绍，这是今年的第19场展演活动，无论是报名参演还是现场观看，当地群众都十分热情。



黑衣壮古寨村民迎宾客