

# 梦寻王昭君 走进昭君文化旅游区

□□ 张磊 文/图

竟宁元年正月，距今已有2049个年头。这年，王昭君下嫁匈奴，在之后的50多年里，胡汉之间没有发生过战争。据《汉书·匈奴传》记载：是时边城晏闭，牛马布野，三世无犬吠之警，黎庶无干戈之役。“王昭君是东方和平天使、美的化身、民族团结的象征。”近日，内蒙古呼和浩特昭君文化研究会秘书长李世馨对笔者说。

## 容纳文化精髓的昭君和平文化

“昭君文化即和文化，她不仅属于湖北兴山、内蒙古，还属于中华民族和全世界。”研究昭君文化近20年的李世馨至今热情不减。

有研究表明，尽管昭君出塞的动机是“昭君入宫数岁，不得见御，积悲怨，乃请掖庭令求行。”但昭君未抱消极态度和庸俗想法，而是以积极的态度，利用出塞机会，挣脱这个“黄金牢笼”，从这点推断，她应是一位颇有勇气的女子。

著名戏剧家曹禺创作了历史话剧《王昭君》，该剧以浪漫主义手法，运用古代诗歌素材，并构思了“合欢被”等情节去赞扬昭君。

“与文人学者不同，在广大民众的观念中，王昭君的传统形象由两部分组成，首先是美女，她是中国古典女性美的象征；其次是神，从王昭君的故乡湖北到内蒙古，民众赋予她众多的神性，并伴有崇拜祭祀活动。”李世馨向记者讲述着他们多年的研究成果。

昭君和平文化是我国文化资源

域的瑰宝，它容纳了中华几千年的文化精髓，代表着心灵祥和、民族共和等美好的愿望。

李世馨坦言，昭君是为百姓带来幸福的、无所不能的女神，是老百姓的福星。在老百姓眼里，她不仅外貌美，内心更美。她之所以被神化，实质上反映了千百年来的人心所向。所以，历史上每个时代都有新的昭君故事诞生。昭君被神化，反映着昭君文化的生命力。

## 从昭君墓到文化旅游区

王昭君寿终正寝后归宿于何地，《汉书》和《后汉书》均只字未提。700年后，却为大诗人情有独钟。

诗仙李白曰：“死留青冢使人嗟。”诗圣杜甫曰：“独留青冢向黄昏。”世人在李杜的诗中得知，青冢中安息的是王昭君。据考证，位于呼和浩特南部大黑河南岸的昭君墓即青冢。

10年前，昭君墓扩建后改名为呼和浩特市昭君博物院，景区面积从原来的95亩增加到200亩。目前，昭君墓已成为第六批全国重点文物保护单位、国家4A级旅游景区，也是中国最大的汉墓之一。今年5月，内蒙古自治区成立70周年献礼项目——昭君文化旅游区建设工程开工奠基仪式在昭君博物院举行。

据了解，昭君文化旅游区建设工程是在昭君博物院建设的基础上，按照国家5A级旅游景区标准规划设计，项目总占地670亩。昭君博物院，凭借其深厚的历史文化价值被确定为内蒙古自治区14个品牌旅游景区之一，更是呼

和浩特发展文化旅游产业的重点项目。

昭君文化旅游区建设将以保护青冢为核心，形成“和”文化展示轴、观演娱乐区、青冢保护区、文化体验区、集散服务区的“一轴四区”发展新框架。其工程项目主要包括：昭君文化旅游区园林景观改造；新建昭君博物院、昭君文化旅游区演艺中心、昭君文化旅游区商业服务步行街；对现有的匈奴文化博物馆、和亲园、单于大帐进行改造。

呼和浩特市昭君博物院办公室主任薛敏表示，目前，昭君博物院每年接待游客数量在40万人次以上，旅游区扩建后，会吸引更多国内外游客来内蒙古感受昭君文化。

在此次项目建设中，将深入挖掘“和”文化，以“青冢”为中心，沿中央“神道”主轴两侧，西侧建设具有西部匈奴风格的匈奴文化博物馆、单于大帐，东侧建设具有汉式风格的和亲园、昭君故里游园，建成后的昭君文化旅游区既有室内博物馆供游客参观，又有外部生态园林供游客游览，还有地区文化互动交流、主题精髓文艺展演等，将大大丰富景区内容。预计工程将于2017年6月全面投入使用。

## 昭君文化节 打造城市文化名片

据了解，呼和浩特市每年8月都会举办昭君文化节，经过近20年发展，已成为树立和展示地方形象的重要窗口，完成从“普通群众文化活动”向“自治区一张靓丽名片”的华丽转身。

“历届昭君文化节所取得的效益是非常可观的。每年文化节期间，到呼和



立于1987年的昭君和亲铜像

浩特采访的国内外媒体记者达200多人次，中央及相邻省市对昭君文化节的宣传报道都在1000多篇以上。此外，还有来自国家各部委及各省区的政务及经贸代表团，许多代表团成员对内蒙古丰厚的文化底蕴和建设成就留下了深刻印象。”作为昭君文化节创始人之一，李世馨如是说。

李世馨指出，昭君文化节的优势在于其精确地抓住了呼和浩特市的地域特点，在文化理论研究方面，也已经形成一套完整的体系，在体现民族团结的“和”文化方面，是国内其他地区无法比拟的。

他认为，对比国内优秀成功的文化节，如洛阳牡丹文化节和曲阜国际孔子文化节，昭君文化节还需在文化创意和旅游产品开发方面继续做出

努力。“昭君文化像是一座蕴含多元的矿藏，是中国传统文化的瑰宝，更是照亮人类和平的灯塔。它包含了很多内容，专家学者要在地方戏、小说、电影和文艺节目等项目上多做创新，当然，这需要更多的人加入到研究昭君文化的队伍中来。”

此外，昭君文化节把节庆活动作为推动文化、经贸、旅游的重要载体，使节庆活动各行业实行产业联动，产生了很好的经济效益。有数据显示，在近几年昭君文化节期间，都有数十个国家、地区和国内各省市的商家来内蒙古洽谈贸易、考察投资环境，达成数十亿元、上百亿元的投资、引资或合作意向。

在旅游业方面，大量的游客来到内蒙古，不仅带动了宾馆、餐饮的发展，也

带来了购物、旅游、公共交通等多方面的消费，这些直接的经济效益带动了呼和浩特市经济提速，特别是第三产业的发展。

由于呼和浩特市、市政府近20年来对昭君文化节的持续打造和精心培育，使昭君文化节活动已成为宣传呼和浩特的一张靓丽名片。

随着昭君文化节规模档次及影响力的不断扩大，其在文化效应表现出色的同时，品牌这一无形资产效应也日益彰显。呼和浩特市及“中国·呼和浩特昭君文化节”先后荣获“中国最具发展潜力十大节庆活动之一”“中国十佳节庆中华奖”“中国最具影响力节庆活动”等殊荣，呼和浩特市也被评为“全国最佳节庆城市”和“中国十大节庆城市”。

## 风向标

### 第四届旅游业融合与创新论坛启动

本报讯 日前，由新华网、铜仁市人民政府共同主办的“第四届旅游业融合与创新论坛启动仪式暨黔中首郡·乌江明珠(中国·思南)旅游推介会”在京举行。本届论坛从新常态下的旅游产业经济、旅游多元融合与创新等方面解读并分享创新“互联网+全域旅游”的深意。

思南县位于铜仁市西部，是乌江中下游商品集散地、经济文化中心，享有“黔中首郡·乌江明珠”之美誉。近年来，思南县依托石林、温泉、乌江、历史文化4张旅游名片，摸索出差异化、一体化、集群化、人本化“四化”发展道路，形成全域化、特色化“大旅游”格局。

据悉，本届创新论坛以全域化、新融合、大数据”为主题，由“全域化旅游创新与融合发展峰会、2016旅游服务与创新优秀案例交流会”等四部分组成。作为论坛的组成内容——2016优选旅游项目投资合作峰会将以打造平台为契机，邀请历届参与论坛的420多家目的地城市、景区，同时融合邀请旅游资源方、资本方、运营商、服务商、学术机构出席，促进旅游合作洽谈。(红明)

### 卡乐世界文旅科技体验园 落户湖南

本报讯 7月22日，常德卡乐世界文化旅游科技体验园项目签约仪式在深圳市举行。这意味着华侨文化旅游科技股份有限公司(以下简称“华侨城文旅科技”)将携手湖南省常德市共同打造常德卡乐世界文化旅游科技体验园项目。

据悉，该项目位于常德市柳叶湖旅游度假区梦幻桃花岛地块，规划面积约800亩，包括“卡乐世界·OCT华侨城”主题体验园、文创基地及配套项目。“卡乐世界·OCT华侨城”主题体验园，将依托华侨城多年主题公园建设设计经验，借鉴国际相关主题公园的设计建设理念，建设成为大型高科技、参与型文化科技主题公园，一期包含四大主题区域，约8至10座大型高科技游乐项目，设计年接待游客能力为200万人次。

“卡乐世界·OCT华侨城”主题体验园是一种以现代科技为实施手段，以文化传承与创新为主题内容，以虚拟现实、影视互动等游乐体验为代表的崭新文化园区形态，将文化、艺术与现代科技结合，打造成具有完全自主知识产权的新一代文化旅游科技体验园。

据了解，该项目是华侨城继广西柳州之后的全球第二座卡乐世界主题体验园，是“卡乐”系列品牌主题公园的代表之作。(路光)

## 视角

# 乡村旅游：从旅游向旅居的转变

□□ 马牧青

由于环境的恶化，乡村旅游受到城里人青睐，成为旅游发展的热点。但随着全域旅游的推进，未来乡村旅游只是向以观光为主的景区化发展已不能适应当前的形势。相较于欧美乡村，中国乡村旅游有怎样的独特性？中国未来的乡村旅游应朝哪个方向发展？又该如何进行定位？

## 独具资源禀赋的中国乡村

欧美的乡村，最具代表性的就是庄园，就土地成分而言，这些庄园或者是领主的私有地，或者是农民的份地，而那些豪华的城堡并非平民居住的地方，农民居住的仅仅是异常简陋的茅舍。一个上层与底层社会群体的精神文化和生活方式完全割裂的社会形态，不会融合并孕育出真正意义上的乡村文化。一个没有乡情风俗和健康人文内蕴的乡村，又怎会给人一种惬意、闲适、平和的感受和体验？

中国的乡村有文化、有历史、有家族、有独特的生活方式，这也是国外游客喜欢中国乡村的原因。人文风情浓郁的乡村是欧美乡村所无法比拟的。近年来，欧美甚至韩国国家的游客向往的是一些几乎没有怎么开发、还处于原生状态的乡村，而非那些已经开发成熟的景区。

从现代旅游的角度讲，乡村风景宜人、空气清新、民风淳朴、节奏舒缓，适合人群居住。

当旅游遇上乡村，乡村旅游便以一种生活化的旅游方式出现在人们面前。旅游化乡村生活方式的提倡和引导，会让乡村和逐渐消失的非物质文化遗产，找回应有的价值和生命的延续。以乡村旅游为代表的乡村旅游，

可以将居住和旅游融为一体，提高人的生命质量，达到生活和工作无间相融的生命状态。

从旅游角度讲，中国乡村有人们渴望的原生态的风景和原真性的人文，未来最大的旅游产品，不仅仅是乡村景观，还有天人合一的自然慢生活，古朴纯真，恬淡静谧，原汁原味，知足简单，有故事、有亲情、有交流。乡村生活的这种闲适性，正是当下休闲旅游市场所追求的，已成为中国未来最稀缺的旅游资源。

乡村不仅对城里人有诱惑力，对外国人更是如此。中国文化对于欧美国家一直是神秘的，而乡村则是中国的文化秘境和集聚点。这样的产品才能与城市交换，才能为外国人所钟情。乡村旅游对于国人，是历史之旅、心灵之旅和朝圣之旅，对于发达国家的外国人，则是文化之旅、探秘之旅和风情之旅。

## 旅游生活化开启乡村旅居模式

休闲旅游的主要目的是修身养性。从观光旅游发展到休闲旅游，最典型的旅游方式就是度假，与观光旅游所追求的“多走多看”的诉求不同，休闲度假者往往在一个地方停留较长的时间，以体验原居住环境所没有的异质化生活方式，这种旅游已然是一种生活方式。当休闲成为常态，旅游就成为一种休闲方式；当乡村旅游成为时尚，乡村旅居就成为一种生活方式。乡村旅游未来必定走向乡村旅居时代。

但作为旅游活动的主体——旅游者，除了景区必备的基本标准化范式，对于整个旅游活动，他们追逐的是个性化，现代旅游已开启休闲度假模式，其诉求便是差异化、人本化、异质化，

甚至是高端化和定制化，游客喜欢有个性化气质的旅游地，异质化的旅游体验是最高追求，这与旅游景观价值的排他性、垄断性、唯一性是一脉相通的。但对于旅游主体与客体、管理与服务，这两种不同的观念又是格格不入的。

旅游生活化不再满足于大众化旅游产品，而更追求个性化、体验化、情感化、休闲化的旅游经历，通过参与性和亲历性活动获得愉悦。这是一种旅居，而不再是简单的旅游，如果说宾馆是解决旅游住宿的问题，那么当下流行的民宿是较为接近旅居的一种业态，以莫干山为代表的民宿，应该是乡村旅居思潮的生动案例。但还是没有完全融入原住民的生活。

从旅行到旅游，是从小众到大众的进步；而从旅游到旅居，则是从大众到小众的回归。只不过，这种回归是高端的、闲适的和更加个性化的，有时甚至是特殊定制的。这是旅游者消费心理走向成熟的结果。

## 乡村旅游要留住游客时间

乡村旅游首先是一种生活方式，然后才是一种旅游方式。其本质是给都



古朴纯真、恬淡静谧，乡村生活的闲适性，正是当下休闲旅游市场所追求的。