责编 裴秋菊
2016年11月12日 星期六
E-mail:jacqueline_pei@126.com
电话:010-64293642 64298113
中国文化报 文化财富周刊

锐观察

即墨:如何实现旅游业跨越式发展

□□ 本报记者 **裴秋菊**

山东即墨,因临墨水而得名。名人、大夫于此辈出,古有“田单破燕”“田横五百壮士”,是齐文化的腹地所在。即墨自古富庶,商贾往来拓通途。悠久历史造就香醇老酒、韵味柳腔……深厚的文化底蕴吸引着南来北往的游客。

近年来,即墨依托“胶北第一县”的美誉,融合发展当地旅游。这座有上千年建城史的古城,以千年商都为统领,以海洋温泉等品牌为支撑进行全域发展,打造文化休闲等旅游形态,实现旅游业有序跨越式发展。

海洋文化为主题打造的主题公园式的海洋温泉

挖掘传统文化 提升文化旅游规模和品质

“即墨”的名称最早出现在《战国策》《国语》《史记》等历史典籍中。春秋战国时期就是齐国通商名衢,隋朝建城于现址,已有1400多年建城史。1898年,德国强租胶州湾,把青岛从即墨分割出去。因此,历史上先有即墨,后有青岛。

东崂古邑历沧桑,泉海商都文献邦。当初隋开皇十六年,即墨县治东迁今址。坚城巍然,山环水萦,清溪河畔,烟柳卧波。楼阁遥相峙,庙宇古木岱。明清石坊古街,茶坊酒肆老屋。淮涉岸八景花香鸟语,阁里街商家琳琅满目。

为盘活即墨古城文化资源,即墨市对古城区进行资源普查,摸清即墨古县衙、五福巷、黄家胡同等历史文物点现状的基础上,依托即墨丰富的历史文化对即墨古城进行改造。

即墨古城规划用地43公顷,总建筑面积41万平方米。古城内划分为文化体验、古风商业、古韵院落三大功能板块,规划“一城、两街、十景、十三坊”城市结构,打造集文化旅游、商业休闲、院落居住于一体的青岛文化聚落地,将其打造成为青岛之源、文化聚落、时尚之都的文化地标。

古城在弘扬传统历史文化的同时,发展艺术文化与时尚,引进艺术家工作室、美术馆等艺术业态,实现传统文化与时尚艺术的融合,当代审美与传统记忆的碰撞。

传承历史文化、融汇现代元素,即墨古城将打造为即墨精品文化商业街区与市井庙会生活区、青岛市特色风情休闲区和溯源地,以及胶东地区甚至全国的传统文化博览园。

据了解,今年“十一”期间,即墨古城对外开放,接待游客超过19.6万人次,其中10月3日单日最高接待游客超过4.7万人。节日期间,古城举办了首届即墨古城民谣音乐节,老狼、水木年华等新老民谣歌手、乐队组合登台献艺,为游客献上了一场精彩绝伦的民谣视听盛宴。此外,独具当地特色的民俗展演也吸引了大批的游客。

创新民俗节庆 打响民俗旅游品牌

即墨市拥有丰富的民俗文化资源,仅国家级非遗保护项目就有3项,省级5项,青岛市级13项,另有即墨市级保护项目35项。丰厚的传统民俗和文化底蕴,给即墨留下了田横祭海节、老酒文化节、马山庙会等一批有特色、有底蕴、有影响力的地方节庆。这些活动在保持传统的基础上创新形式,近几年,吸引了大量的国内外游客,搭建了历史文化传承的载体,推动了文化旅游经济的增长。

田横民俗祭海活动有着500多年的历史,在每年的公历3月18日举办,历时3天。近几年来,祭海活动已由当初一个渔村——周戈庄村自发形成的民间祭祀活动演变成为我国北方地区规模较大的祭海活动;在形式上已由传统的祭神,演变为有着丰富民俗文化内涵和系列民俗文化活动的盛大节日——“田横祭海民俗文化节”。

据了解,“田横祭海民俗文化节”现由田横镇人民政府、青岛民俗博物馆、即墨市文化局、即墨市旅游局共同策划主办。每届文化节都会组织祭奠仪式、民俗文化大集、书画摄影作品街头展、现场书画表演、民舞巡游、武术魔术表演、太平盛世唱大戏、海景焰火晚会、民俗摄影邀请赛等10余项文化活动。

而马山庙会由来已久,而且会次之多在即墨当属首家。改革开放后,为弘扬民族传统文化,当地政府将马山庙会正式定名为“青岛马山文化旅游山会”,会期从农历六月二十六日到二十八日,为时3天。

山会以旅游观光为主,突出表现马山的地质科学文化和民族宗教文化特色。每次山会期间,都有专业和民间的文艺团体在即墨大夫雕像前的广场上,演出精彩的戏剧、曲艺、歌舞、杂技等文艺节目,如今的山会变为文化搭台旅游唱戏的文化旅游山会。

此外,被誉为“胶东之花”的柳腔、黄酒北宗的即墨老酒、2000多年的即墨剌绣镶边工艺,500多年历史的“蝈蝈笼”水煎包和200多年的“馥郁斋”麻片等非遗项目,更是吸引着越来越多的游客。

“体育+旅游”助力全域旅游发展

即墨东濒黄海,因此,海水温泉世界稀有,根据日本CRC食品环境卫生研究所实地取样检测,即墨市海水温泉出水最高温度达85.5□,平均温度超过70□,含有30多种微量元素和矿物质,是目前世界上稀有的典型海洋温泉。

凭借海洋温泉的优势,发展“温泉+旅游”的模式成为即墨发展全域旅游的又一方向。据了解,即墨将打造“中国海洋温泉小镇”,以“温泉+”为支点撬动全域旅游新发展。

借助近期举办的2016中国青岛(即墨)海洋温泉节,即墨更是推出了“温泉+体育”的发展模式。在温泉节期间,推出了全民阳光骑行比赛、古城民谣节、全民健身运动会、太极养生、半程马拉松、国际温泉体验及摄影大赛七大活动,使得“温泉+体育”的融合发展模式促进旅游业的发展。

中青博联(北京)体育文化发展有限公司副总经理时光认为,赛事举办是城市发展体育产业与旅游产业的重要方式。赛事运营周期内涉及的带有旅游服务功能的工作,能提升城市的旅游服务能力。体育赛事将拉动群众对赛事举办地的关注度与兴趣度,抓住赛事举办地现有的亟待开发的自然资源,利用群众对赛事的热情、赛事本身的休闲性质,发展体育与温泉、海洋等元素的相关旅游模式,推动当地多元化体育和旅游融合发展的进度。

“体育产业与旅游产业的跨界融合将推动体育运动、竞赛表演、健身休闲与旅游活动融合发展,推动体育与养老服务、文化创意和设计服务等融合,将促进体育旅游、体育会展、体育传媒、体育广告、体育影视等相关业态的发展。”时光说。

对于即墨未来旅游业的发展,即墨市委宣传部副部长张克辉表示,即墨旅游业融合发展,围绕打造国内旅游滨海度假胜地、健康养生基地发展目标,推进一体化促销,实现了旅游业有序跨越发展。此外,即墨将以蓝色经济为亮点,发展蓝色科普旅游新业态,海洋科技馆等一大批国字号机构相继入驻即墨。“我们将加快旅游业资源开发,加强宣传推介推销,优化产业体系,塑造千年商都的历史形象,打造观光、购物等旅游平台。”

风向标

《和明星去旅行》环澳系列第二季上线播出

本报讯 (记者马霞)由澳大利亚黄金海岸旅游局、热带北昆士兰旅游局、维多利亚州旅游局共同支持的Ego QV《和明星去旅行》环澳系列第二季节目,和明星张睿、董晴黄金海岸—墨尔本—凯恩斯的冒险旅程在澳洲拍摄完成,11月7日在北京举办了上线仪式,新华视频、人民视讯等20余家媒体全网联播,每周更新一集播出。

据节目总策划、出品人王振辉介绍,该节目是一档明星时尚与旅游文化相结合的旅游真人秀节目,体现了旅游娱乐化、公益时尚化和真人秀的元素,节目自2008年开播,2016年推出“发现首尔”专辑和“环澳”系列节目,播出平台从电视转向互联网和移动端。

据了解,环澳系列第二季节目是以敢玩、冒险、跨界为主题,突出年轻人崇尚自由、个性化的旅游体验。环澳系列节目计划将用3年的时间拍摄完成,通过明星、玩家的独特视角,全新发现、全新体验澳洲的人文风情。美食美景,真正了解澳洲人的生活休闲方式。

第六届中国滦河文化节举办

本报讯 近日,由中国民间文艺家协会、河北省委宣传部、河北省文化厅、河北省旅发委、河北省文联、唐山市人民政府共同主办的第六届中国滦河文化节暨首届“中国滦河杯”微电影节在河北滦县举办。

本届文化节以“滦河文化共享与京津冀旅游协同发展”为主题,滦县县委常委、宣传部部长田文学表示,之所以突出旅游主题,通过微电影节、滦河文化论坛、精品旅游线路推介、成立滦河流域文化旅游黄金线发展联盟等活动的举办促进文化旅游深度融合,助力京津冀旅游协同发展,不断繁荣发展滦河流域文化旅游产业。

作为本届文化节的亮点活动之一,首届“中国滦河杯”微电影节吸引了来自北京、天津、河北、宁夏、山西、湖北等地的158部微电影作品参加。此次活动还邀请滦河流域的内蒙古喀喇沁旗、平泉等21个县(市、区、旗)的旅游局及京津冀地区的20多家旅游企业参加,推介了从承德、天津、北京起止的7条精品滦县旅游线路。

据悉,文化节期间还举办了滦河流域精品旅游景区风光图片展、民俗文化展演等活动,再现了原汁原味的滦州传统文化。(王京)

视 角

独乐乐不如众乐乐——

VR主题公园的游玩新体验

□□ 本报记者 **马霞**

当VR(虚拟现实)技术成为一种趋势,它改变了人们的生活,尤其是普通百姓的娱乐生活。从本质上说,VR是一种有趣的娱乐方式,这种娱乐方式更为沉浸和互动,这也是VR最具社交的体现。但是,这种沉浸和互动往往更倾向于一个人在享受。

既然如此,何不换一种体验方式,走出一个人的世界,与朋友一起玩耍,体验一群人的狂欢?在VR主题公园中,游客就可以进行“众乐乐”的全新体验。

在虚拟世界里体验现实

说起主题公园与VR,就不得不提迪士尼乐园,迪士尼乐园最擅长的手段就是通过虚拟形象、梦幻的建筑设计以及独特的娱乐体验来营造超脱于现实的魔法世界。比如,翱翔加州项目,观众通常是坐在特制的摇椅上,而面前则是巨大的IMAX银幕,随着影片镜头的变化,观众的座椅不仅会产生不同程度的摇摆,剧场也会借助水汽、香味等手段烘托气氛,从而给观众营造出身临其境的感觉。而这些气味、感觉是观众们都可以体验到,而且是共同面对的。

在中国,随着VR的逐渐风靡,VR也开始在本土主题公园崭露头角。深圳华强方特文化科技集团股份有限公司(以下简称“方特”)的“东方神画”主题公园便是其中之一。该项目是一座将中国上下五千年的文明精粹与现代旅游产业完美结合的全新概念主题乐园,如《梁山伯与祝英台》是一个供多人参与的裸眼AR(增强现实技术)表演项目,以中国古代四大经典爱情故事之一“梁祝”为主题通过全新魔方式幻影舞台,借助光学影像等增强现实技术与真人表演完美结合,营造出虚幻唯美的特殊场景,让观众穿越时空体验一场凄美动人、如梦如幻的千古绝唱。

通过VR等技术手段,“东方神画”让人们与中国上下五千年的文化精髓邂逅,并且让观众可以一起评头论足,而不是一个人活在自己的小世界中享受一个人的盛宴,看起来是那样的孤单。

VR不是一个人的盛宴

随着华侨城集团开启“动感•时尚•激情”的欢乐谷时代,其旗下的华侨城文化旅游科技有限公司(以下简称“华侨城文旅科技”)更是将“科技+文化+旅游”理念融为一体。2016年,华侨城文旅科技开创了“卡乐”品牌公园。如果说方特的“东方神画”作为其旗下品牌的一个分支,填补了方特主题公园在VR技术上的空缺,那么“卡乐”品牌则更是一个具有雄心并且脑洞大开的VR主题公园品牌。

据了解,“卡乐”品牌公园包括“卡乐星球”和“卡乐小镇”两个大的分支,从最初的品牌定位以及最终的落地实施,除了植入了更多的VR等科技,用炫酷的形式更真实地表现中国的历史故事、文化故事外,更是在“互联网+”的时代可以实现更大程度的互动,以期创立新一代的互联网、互动主题公园。

在“卡乐”品牌公园热身体验项目——北京乐多港奇幻乐园中,现已植入了一些“卡乐”品牌的游乐设备。在“女娲补天”娱乐项目中,依托360度全景天地剧场,让人感觉似乎身处远古的洪荒时代,从人类诞生之初到女娲补天救世。而“郑和下西洋”则让历史重新呈现在游客的眼前,游客可以坐在船里,感受着龙卷风、巨浪的冲击,百米巨舰就在游客的脚下。最重要的是,这些节目不是一个人的享受,而是与同伴一起的狂欢,游客可以手牵着手共同体验。

据记者了解,乐多港奇幻乐园中的VR游乐项目只是“卡乐”品牌公园的一个热身,在2017年5月即将试营业的“卡乐”品牌分支“卡乐星球”的首发之作“柳州卡乐星球”中,“除了用更加高科技的技术提供更炫更酷的游乐设备,还会推出更多更好的新IP形象,讲述更多更精彩的故事。”华侨城文旅科技总经理李坚透露,“这座新品牌下的主题公园还将增加‘公园抓妖’以及‘拍照’‘对歌’等系统。”从此以后,也许在主题公园中,更多脑洞大开的玩法即将出现。

华侨城文旅科技公司巨幕灾难体验剧场“郑和下西洋”