

## 旅游景区由零散向集中整合转型升级

瑞金 开发红色“情境模式”  
打造文化“体验产品”

■ 本报记者 朱晨辉

瑞金是当年长征的出发地,今年是中国工农红军建军89周年,“八一”建军节当天,瑞金迎来了一个重要时刻:“这里是红军走过的地方”大型系列公益活动在这里举行“重走长征路 汉藏一家亲”长征唐卡巡展及系列讲座江西瑞金启动仪式。类似的活动还有,中央人民广播电台在“八一”前两天搞的“纪念红军长征胜利80周年‘不忘初心再长征’大型联合采访活动走进红都瑞金”;ICN国际卫视针对今年长征胜利80周年策划了一部中美两国红色之旅自驾游拍摄影视制作,第一站就选择享誉中外的红色故都瑞金。这一系列的纪念活动使瑞金今年的8月显得格外“红色”。

从“文化旅游”  
到“文化体验”

瑞金近年来被评为“全国十大红色景区”和“中国十大红色旅游胜地”,是全国红色旅游经典目的地,红色故都旅游品牌享誉海内外。但瑞金红色旅游区旅游产品类型单一,基本上以传统的观光型旅游产品为主,度假旅游产品、会议旅游和其它的专项旅游产品发展都比较缓慢。在单一的观光旅游产品类别下,以博物馆静态景观陈列的方式来表现红色旅游的现象比较普遍,缺乏多样化的旅游产品项目和内容,缺乏旅游精品和旅游名品。可以说,瑞金的红色旅游,是典型的“文化旅游”,没有形成“文化体验”,更没有开发出“体验旅游”。

提升红色旅游吸引力的关键,就是把一般的红色文物陈列展示,即“文化旅游”转变为以红色年代的生活体验为核心的“文化体验”,形成以情境化为基础的参与式、体验式旅游模式,真正做到寓教于乐,寓教于情,在红色情境中感悟生活,休闲游乐。利用声、光、电等高科技手段,配合开发射击、攀爬、野战等体验型项目,构建红色旅游目的地体验参与项目体系,将是红色旅游产品开发的思路。通过让游客从被动观光到主动参与体验的创新发展模式(如革命生活体验馆、互动活动、大型场景剧或大型场景歌舞、大型模拟实战表演等),完成红色旅游



从静到动、从刻板到鲜活、从观光到参与体验的系列转变,可以全面提升红色旅游产品的品位与档次。基于此理念,瑞金市将沙洲坝旅游区,定位为“红色中国旅游区”,整个旅游区,以30年代红色苏维埃政权的标语、景观、招牌匾、农作、枪炮等等为装饰,恢复红色意境,打造红色环境,形成红色氛围,形成红色生活,达到红色体验的效果。

红色旅游市场  
盯上“三种人”

瑞金红色旅游的历史文化背景,决定了较为明确的目标市场:即由全国国有和非国有单位及机构公费文出的政治学习团。据瑞金市市长赖联春告诉《中国企业家》记者:“经过深入的调查和分析研究,我们发现这一市场的特点,是以公费学习为头,达到学习、游乐、观光、郊游的集体组织旅游的目标。这一市场最主要的单位为:全国各级党政机关、事业单位、国有企业、党团行院校学员、大专院校及中小学教师、各类会议培训等等。面对该项公费消费市场,必须在项目核心吸引力上下工夫,红色文物保护为基础,在提升红色旅游产品的生动性、鲜活性和深刻性的同时,又避免红色旅游产品的单一性,通过丰富绿色景点、民俗文化景点、游乐性项目等等,形成综合性旅游区概念,实现吸引游客的功能配套。”

赖联春认为,我国红色旅游宣传目前存在的缺陷就是只注重政治效果

忽略了市场效果,活动与活动间缺少主题连续性,没有达到对消费层次的最大宣传效果。要让红色旅游与市场接轨,贴近公众。比如通过在北京、上海、香港、澳门、台湾等境内外市场持续开展旅游特卖会活动,不断撬动旅游市场。红色旅游作为一种经济行为,在消费对象定位上要有针对性,根据不同客源市场设计不同旅游产品,采用不同营销方式。通过对我国红色旅游区游客的调查发现,大体上可以分为以学生为主体的青少年市场,以公务员为主体的党员、干部市场,以离退休人员为主体的老年人市场三类。学生属于经济未独立群体,其旅游消费能力有限,而离退休人员受身体状况影响,出游力不强。针对少年儿童市场,可以推出“暑假夏令营”,针对老年人,则可以推出“怀旧游”,使“忆往事、想当年”成为开发这部分目标市场的契合点。

## 打造文化旅游产业集群

红色旅游一直是江西旅游业的闪亮“名片”,从“人民军队的摇篮”南昌、“中国革命的摇篮”井冈山到“共和国摇篮”瑞金,共产党曾经在江西这块红土地上留下的足印,如今都已成为大家缅怀先烈、追忆往昔的最好载体。如今的瑞金“共和国摇篮景区”,无论在基础设施还是文化内涵上,都已经实现了质的飞跃。瑞金市不断挖掘都瑞金文化底蕴,通过景观载体来体现文化,做好景区建设改造,近年来先后创排了《八子参军》《杜鹃花开》等一

系列文化演艺节目,把文化内涵融入旅游产业,开发了200多种旅游产品。自1995年新华社在瑞金修建革命旧址、续写“红色家谱”以来,到2013年已有40多个部委来瑞金寻根问祖,按照修旧如旧、修旧复旧的原则,修建革命旧址。在叶坪、沙洲坝已经成规模较大的国家部委旧址群,成为瑞金红色旅游的一大景观。

瑞金市旅游局局长谢永林表示,文化是旅游的灵魂,瑞金红色文化底蕴深厚,但目前存在旅游产品单一,与绿色、古色景观融合度不高的问题,在创意、创新和创造性地利用等方面还有很长的路要走。他建议要使江西“红色旅游”的品牌继续唱响祖国大地,做强做大江西红色旅游产业,应争取免费开放全省红色革命旧址景区,吸引更多人来“瞻仰一次圣地、净化一次灵魂”。

## 实施红色旅游名城战略

瑞金中央革命根据地纪念馆馆长周景春在接受记者采访时表示:按照“带动、突破、崛起、兴市”的思路,围绕“融入红色旅游、联通中央苏区、承接教育基地、呼应社会需求”的发展定位,从以下四个方面开展了建设中央革命根据地纪念馆的整体工作:

一个是着力抓好以新馆为龙头景点的旅游参观线路建设。新馆立足于与叶坪、沙洲坝、云石山革命旧址群“红色之旅”旅游线有机结合,打破老馆“养在深闺人不知”的局面,最后选定在目前正在筹建的中华苏维埃共和国历史纪念馆内。再一个是实现全国唯一并独具规模的中华苏维埃共和国历史纪念馆建设,形成叶坪、沙洲坝、云石山革命旧址群和中华苏维埃共和国历史纪念馆四大板块。还有一个是用建设现代化山水田园风光和富有浓郁红色历史氛围新馆的理念,谋划“江西的窗口”,把建设中华苏维埃共和国历史纪念馆作为打造红色故都整体形象、促进红色旅游产业来抓,实施以纪念馆为主体的中华苏维埃纪念馆工程。最后一个是重点抓好新馆的建设,对相邻的革命烈士纪念馆进行了改造,对附近的古代标志性建筑龙珠塔、龙峰塔、鹏图塔、凤鸣塔进行维修。

文化收藏遇冷  
投资风险加大

■ 见习记者 李泰华

最近一段时间,艺术收藏品市场佳音不多,反而噩耗频传:著名书画家范曾作品屡次流拍,2016年春拍北京荣宝斋拍卖14幅范曾作品中有7幅流拍,北京匡时国际拍卖14幅范曾画作中有9幅流拍,云南典藏拍卖范曾画作的流拍率更是达到100%;“文玩核桃”曾经红遍京城,十几万元一对的“四座楼狮子头”,成就了一个传奇,可如今价格跌跌不休,河北易县、涑水等产地,人们纷纷砍掉辛苦嫁接的核桃树,改种果树;相同的情况也发生在文玩手串市场,金刚菩提、星月菩提、椰壳、崖柏都出现售价大幅下滑。人们纷纷感叹:“收藏品市场遭遇了故事一样的崩盘!”

## “流水线作画”与“嫁接文玩核桃”

早在数年前,艺术品鉴赏家郭庆祥就爆出了范曾“流水线”作画的“内幕”,范曾就此事与对簿公堂,之后两年的时间里两人就此官司打得不可开交,但范曾的这种“生产方式”得到了其本人和弟子的确认。

根据其它媒体披露,范曾的“流水线作画”,为郭亲眼目睹,且有范的学生在网上公布的照片为证,对这一事实范本人也未予否认。

《中国企业家》记者为此专门采访了中国美术家协会某位不愿意透露姓名的专家,据他讲,“流水组装人物”,是根本违背国画的“一笔一画”精神的机械复制性生产,它追求的是“多、快、省”的商业效率,破坏了国画创作的有机整体性和非重复性原则,因此造成画作流拍的结果是很正常的。

与“流水线作画”可类比的还有“文玩核桃”。在北京十里河一带的文玩市场,记者看到许多经营文玩核桃的商户生意惨淡。陈大姐经营文玩核桃有20多年了,是曾经大名鼎鼎的“核桃表妹”,今年行情不好,店里的客人一直不多,眼看着新一年的核桃又要下树,陈大姐赶忙低价处理店里的核桃,尽可能多地回收一些资金去定购新核桃。很多以前卖几千元或上万元一对的狮子头,现在贱卖到三五百元。

前几年央视《经济半小时》曾经报道过她店里有一对标价60万元的闷尖狮子头,据说是从故宫出来的。近三年时间过去了,这对有着数百年历史的天价核桃,至今还摆放在店里,曾经有人出价三十万元、六十万元甚至九十万元,陈大姐都没有卖,想待价而沽。谁知如今行情一落千丈,回想起当时的情景,她的心里也是五味杂陈。

据陈大姐告诉记者,文玩核桃价格暴跌的主因归结到底就是市场供应量大增引起的,这源于2012年前后文玩核桃的大量种植和嫁接,她本人也在密云承包了一片百多亩的核桃林,雇了数十个亲戚照看,前后投资了400多万元,如今基本是打了水漂儿。

文玩核桃越来越多,卖核桃就变得越来越难。随着玩核桃的热潮兴起,价格也水涨船高,也是因为文玩核桃的价格狂欢,最终引来了大量的跟风种植,随着市场规模的急剧扩大,导致现在文玩核桃的价格出现大幅回落。在河北省涑水、易县,眼下一些村民正准备忍痛割爱,将多年苦心经营的文玩核桃树重新改种成薄皮的核桃或者果树。

## 两极分化的手串市场

相较于文玩核桃的全线崩盘,文玩手串市场则呈现出两极分化的现象。从商家反馈情况来看,金刚菩提、星月菩提、椰壳、崖柏都出现售价大幅度下滑。与其相对,一些品相佳的老料手串,诸如印度小叶紫檀、海南黄花梨这样的顶级原料,特别是拆房老料,因原料稀缺,价格依然稳中有升。

这种现象,记者在走访北京古玩城、弘钰博古玩城等专门经营文玩手串的商户时得到印证。比如直径22毫米的十二颗星月菩提5瓣手串,商家打出的促销价格,最低100元每串;108颗的星月菩提,200元到500元左右报价也成了主流;椰壳手串、挂串更惨,即便是100元到200元的报价,因前景堪忧,也很难吸引买家;崖柏命运与椰壳类似,受供求规律影响,价格虽有,不过销售却遇冷。菩提子可以大量人工种植采摘,崖柏可以用侧柏类的其他木材鱼目混珠,而那些较为稀缺的一直被资深收藏投资者认同的印度老山檀香、老料小叶紫檀、海南黄花梨、金丝楠木,源于单品在市场的龙头地位,价格却较为坚挺,并仍然看涨。

从以上几种收藏品“悲惨的故事”中可以看出,物品是否具备收藏投资价值主要有三点:不可再生性、稀缺性和增值性,可流水线作画、嫁接核桃、人工种植菩提子等,它们不具备不可再生性,自然也不具备稀缺性,因而增值就存在着很大的不确定性。另外就是炒作的风险,看似火热的市场背后,其实早已蕴藏着风险,一旦供大于求,商户和投资者就可能遭受损失。

只要是投资品就必然有风险,有趁机捞一把的机会,就存在着赔一笔的风险,审时度势慎之又慎才是最好的选择。大家在购买收藏品的时候要从鉴赏的角度出发,不要期望购买某一产品后期待着“一夜暴富”。

## 张家口为2022年冬奥会营造浓厚文化氛围

■ 董菁 本报记者 朱晨辉

8月18日,“张家口·冬奥会与一带一路”国际学术研讨会胜利闭幕。来自海内外的100余名专家学者围绕“张家口·冬奥会与一带一路”主题,经过广泛深入的交流研讨,顺利完成了



大会的各项议题,取得了丰硕的学术成果。

会议吸引美、蒙、日、德、加、瑞典和中国及台湾地区248位学者参加,共收到海内外学者提交的学术论文89篇,会议选用论文67篇,62位学者在大会作精彩发言和演讲。专家学者站在国家的高度,世界的视野,从多角度、多层面、多学科解析张家口历史文化和草原丝绸之路的文化内涵与价值,为世界和社会各界重新认识张家口,提供了有力支撑。搭

建起张家口走向世界的桥梁和世界了解张家口、河北和中国历史文化的平台与窗口。学者们提出了创建“国际雪都”、中国草原丝绸之路张家口自贸区、国际精品博览会、中国草原丝绸之路文化艺术节、对外金融先行先试区等建议,既是学术交流论证,也是助力张家口将区位和历史文化资源优势转化为生产力和凝聚力,主动切入国家发展战略、创建国际奥运名城和历史文化名城的建言献策。

会议主办方南京大学历史学院与张家口学院文学院签订《关于开展“张家口学”研究合作意向协议》。

会议发布《张家口宣言》。来自海内外近百位专家学者通过学术研讨一

致认为:张家口区位优势独具、历史文化博大精深、源远流长而灿烂,其古人类文化、三祖文化、古长城文化、冰雪文化、草原文化、张库大道丝绸之路文化等在这块大地上争相辉映,呈现出历史与现代、传统与创新、交融与合作、多元与共赢特色,是中华民族珍贵的文化财富,也是世界和人类共有的宝贵文化遗产。张家口城市原点堡子里(张家口堡),既是研究中国新疆陆路丝绸之路张库国际商贸大道的活化石,也是向世界展示明清历史和中外经贸文化交流的博物馆,堪称历史文化明珠。修复开放堡子里,不仅是展现中国丝绸之路的历史辉煌,也是展现中国精神和中国创造。

## 新疆福海乌伦古湖启动“水上嘉年华”

近日,在新疆福海乌伦古湖黄金海岸景区举行乌伦古湖景区开发建设奠基仪式暨水上嘉年华·水上闯关挑战赛启动仪式。

据福海县有关负责人介绍,福海乌伦古湖景区开发建设已于今年全面展开,计划总投资15亿元。福海乌伦古湖景区开发建设是以乌伦古湖海洋性旅游资源,对现有乌伦古湖国家AAAA级景区黄金海岸景区进行精品提升,为打造国家AAAA级景区和国家生态示范区奠定基础。“今年开工建

设的有景区游客服务中心、新疆最大的观海平台、游船码头,海上嘉年华项目,徒手抓野鱼项目、景区道路管网建设、停车场、电子门禁智慧旅游系统、新建卫生间、换洗间、淋浴间项目、接待服务设施等项目。”这位负责人说。

今年的“水上嘉年华·水上闯关”挑战赛及徒手抓野鱼这两项是新疆旅游创新项目,也是填补新疆旅游空白的项目。

据介绍,由新疆海岸旅游开发有限公司全力打造的以海洋性文化体

验为主题的国家AAAAA级景区,创新开发了填补新疆历史空白的“水上嘉年华”,(水上闯关乐园、水上蹦床、跷跷板、水上陀螺、香蕉船、风火轮、斑点狗、泳圈等)水上体验项目和最新款游船快艇,及“冬天的夏威夷——冰屋垂钓野生冷水鱼”国际旅游项目,同时

将推出滑翔伞、潜水探宝、观鸟摄影、自驾车、徒步、骆驼队等丰富多彩的旅游项目。

(刘朋 李祝义)

