

休闲时代

长沙文和友

城市旅游的“文化味儿”

本报记者 刘圆圆



国庆长假期间,婧怡与朋友完成了一趟长沙之旅。和每个到过长沙的游客一样,她的朋友圈被小龙虾、臭豆腐和茶颜悦色填满了,当然也少不了气氛火热的网红打卡地——文和友。

白天橘子洲,晚上文和友。热门景点和网红餐厅已经成为来到长沙必打卡的地标,也不断助推长沙成为名副其实的网红城市。

当餐饮拥抱文创

和成都的宽窄巷子、上海的田子坊、北京的南锣鼓巷一样,长沙的文和友正在成为长沙的一张城市旅游名片。

国庆长假的第3天晚上,婧怡来到长沙文和友海信广场店时,叫号已经破万。“我们排了快一个半小时才吃上,小龙虾比预期的惊艳!”

位于长沙海信广场的文和友,是一个集城市文化和地方美食于一体的原创公共空间。它用7层楼重塑了长沙市井老街文化,涵盖了10余个核心景点,复原了150多间老长沙民居。在这里,文和友还原了一段消失的老街——永远街,集合了30多家经典长沙小吃。

老式拨盘电话、双卡录音机、随处摆放的28自行车、五颜六色的霓虹灯招牌……属于20世纪80年代的老物件,都在文和友用一种超高密度的方式集中展现出来。

“人走进来,一秒就穿越回那个年代,相当魔幻。”“90后”游客伟东的感受代表了很多年轻人的想法,于是,大批年轻人来此打卡拍照,发圈分享。

“长沙就是好玩,好玩的背后是其透露出来的市井气。”有网友如此评论长沙的网红形象。毫无疑问,长沙已成为最炙手可热的网红城市之一,而文和友正是长沙的一个缩影。

“我去的时候是淡季,文和友只排了10分钟,没怎么排队可能还增加我的好感。”从上海来到长沙旅游的欣欣说,让她印象最为深刻的是,虽然夜已经很深了,但那里完全是座不夜城。

越夜越美丽的文和友,不仅是长沙开放和活力的重要标志,也是提升市民生活品质的重要载体,成为长沙“夜经济”的名片。据携程旅行网旅游大数据研究院发布的《长沙文旅夜经济大数据报告》,长沙位列国内夜游人气目的地城市第四名。夜幕降临后,吃湘菜、看歌舞剧、逛酒吧等一系列热火朝天的休闲娱乐活动成为长沙夜经济的特色品牌。

据统计,2020年,文和友接待客流约1000万人次,正在成为长沙的新地标。

IP+文化 能否“常红”

“常规来说不论出差还是旅游,人们每到一个城市,有当地朋友的,会带着打卡有好吃的、好玩的地标。”文和友CEO冯彬在日前举行的“第三届中国餐饮营销力峰会”上

说,“但不可避免的是,每个人的喜好都不一样,朋友的推荐不一定适合你。”

“因此,文和友想做的是,当一个人到了陌生的城市,不知道去哪里吃、去哪里玩而且时间有限的情况下,就会想到去文和友。”冯彬说,“当然,文和友不可能将所有的东西都涵盖进去,但我们希望能够尽可能多地展示一个城市的特色。现阶段文和友正在做的,就是把当地最有特色、最有意思的饮食文化带给大家,让文和友成为‘博物馆+主题乐园’。”

作为长沙本土IP,去年和今年,文和友先后落户广州和深圳。相比开业时一位难求的盛况,如今深圳文和友却显得“门庭冷落”。

“里面菜品的味道与其他商场比起来没有太大差别,而且还会更贵一些,基本上吃过一次就不会再来

了。”从小在深圳长大的陈璐表示,场馆内放置的老物件,也远不及一碗熟悉味道的肠粉能够唤起儿时的记忆。

有专家表示,深圳作为一座更新迅速的城市,市井、夜市文化在某个时间段内成为消费文化的主流,但又随着时代不断升级而迅速消失。所以在一定程度上,深圳文和友并未真正触及深圳本土的精神内核。

冯彬也曾坦言,深圳的文和友在风格上差异化不够。实际上,从日前深圳文和友更名可以看出,文和友希望通过差异化和本土化来接上当地“地气”。

“未来我们还将继续做体现城市文化、城市级的产品。”冯彬坚定地表示,走出长沙的文和友,会根据每个城市的属性来确定文和友的主题,要与当地城市更有贴合度。他透露,未来5年,文和友要开设20家左右的城市文和友,目前南京的文和友正在建设之中。估计今年还会启动一些城市的项目,包括重庆、上海、天津、北京。

精准把握不同地域文化是关键

在浙江工商大学旅游与城乡规划学院教授王莹看来,文和友是长沙新零售中的典型代表,复古IP主题、对商业空间“电影布景”式的360度环境氛围打造,还原长沙老城区的特色,从情感上满足消费者的体验需求。

“这种强调与城市文化融合、生活场景体验的新零售商业模式,正在改变以往人们对城市旅游目的地形象的固有认识,成为认知城市形象的新元素。”王莹说,借助新零售沉浸式场景体验,消费者感受到城市的独特魅力并拍摄出惊艳的作品,实现极速口碑裂变,推动网红城市形成,扩大城市旅游目的地的知名度与影响力。城市旅游也不再局限于城市景观、历史景点游览等,体验城市文化生活成为重要内容。

但商业IP的打造需要经过时间的历练,在资本的推动下,文和友走出长沙,但同时也需要其真正找到核心竞争力。“不同地域文化、不同饮食文化与消费者情感链接的纽带,才是把文和友IP真正做大的关键所在。”

王莹表示,商业IP的形成受城市变迁与商业发展历史的影响,正如老字号离开原来的商业区与环境,就割断了其商业文脉,消费者体验性就会大大减弱。“以湘菜文化、长沙市井文化见长的文和友,要在不同城市、不同文化背景下求发展,在保持其特色的前提下,必须找到与当地商业环境相匹配的发展模式,只有真正融入地方文化、并与消费者形成情感链接,才不会是昙花一现,旅游者也能获得完整的城市文化生活体验。”

休闲窗

文旅部:

暂停经营旅游专列业务

本报讯(记者 刘圆圆)日前,文化和旅游部办公厅发布关于从严从紧抓好文化和旅游行业疫情防控工作的紧急通知。通知要求,严格执行跨省旅游经营活动管理“熔断”机制,严格控制旅游团队规模,即日起暂停经营旅游专列业务。

通知要求,从严从紧落实旅行社疫情防控要求。一是严格做好外防输入工作。旅行社及在线旅游企业不得经营出入境团队旅游和“机票+酒店”业务,不得以任何形式搞变通。二是严格执行跨省旅游经营活动管理“熔断”机制。对出现中高风险地区的省(区、市),立即暂停旅行社及在线旅游企业经营该省(区、市)跨省团队旅游及“机票+酒店”业务,并第一时间向社会公布。三是暂停经营旅游专列业务。旅行社及在线旅游企业要严格

控制旅游团队规模,即日起暂停经营旅游专列业务。

通知明确,从严从紧落实A级旅游景区疫情防控要求。按照“限量、预约、错峰”的总体要求,合理设置游客接待上限,认真落实实名制门票预约制度,确保游客信息可查询可追溯。严格落实游客入园扫码登记、测体温、规范佩戴口罩等要求。场所消杀要全面彻底。客流调控要精准细致,应急处置要及时有效。

通知还提出,从严从紧落实文化和娱乐场所疫情防控要求。尽量减少在密闭场所举办聚集性活动,剧院等演出场所、博物馆、公共图书馆、文化馆(站)、美术馆,以及娱乐场所、上网服务场所等空间相对密闭场所要合理设置人员接待上限,对进入场所人员严格落实扫码、测温、规范佩戴口罩等防控措施。

打造“锦绣潇湘”全域旅游品牌

本报讯 近日,记者从湖南省政府新闻办召开的新闻发布会上获悉,由湖南省文旅厅、衡阳市政府主办的2021年湖南国际文化旅游节将于11月12日至13日在衡阳市南岳区举行。

本届湖南国际文化旅游节以“锦绣潇湘·独秀衡阳·天下南岳”为主题,将举办2021年中国南岳衡山登山节、“寿比南山·南岳衡山”高铁冠名仪式暨上海旅游推介会等3项预热活动,以及旅游

节开幕式、“圣火南岳·祈福世界”活动启动仪式、“南岳衡山”首届全国中国画双年展等6个专场活动。

近年来,衡阳市加紧推动千亿级文旅产业链建设,不断完善公共文化旅游服务体系,稳步加强文化遗产保护工作,文艺创作成果丰富,“筑巢引凤”“引人入衡”成效明显,旅游品牌愈发响亮。作为衡阳全域旅游发展的“领头雁”,南岳跑出旅游产业转型升级“加速度”,年接待游客突破1300万人次。(刘洋 王双)

“海河国际消费嘉年华”活动启动

本报讯(记者 张原 李宁馨)22个主题“泡泡屋”灯光多彩,食品、美妆等商品琳琅满目……近日,在天津文化中心广场,“海河国际消费嘉年华·京东奇趣世界”系列活动启动仪式举行,国内外200余个品牌齐聚于此。

“我们带来了70多种商品,包括食品、酒类、美妆、婴儿用品等,均带有浓郁的马来西亚当地特色。”“京东奇趣世界”马来西亚国家馆主题屋的工作人员说。此外,

10余个天津老字号品牌也在“GO-TIANJIN”天津馆集中亮相。

据了解,22个主题屋包括家电服务馆、健康馆、自有品牌馆、国家馆等,打造新消费分享交流和体验平台。此外,天津市各大商贸流通企业在嘉年华期间推出百余项活动。活动期间召开的海河国际消费高峰论坛邀请多位企业家,共同探讨新发展格局下加快供给侧结构性改革、完善现代流通体系、促进消费转型升级等议题,共同助力天津培育建设国际消费中心城市。

图片新闻

晒秋晒幸福



近日,陕西省米脂县首届乡村文化艺术节在高西沟村开幕。游客通过参加谷子收割赛及各种乡村文化互动体验活动,感受乡村文化魅力。 本报记者 齐波 摄



近日,在宁波市宁海县黄坛镇里天河村,村民们拿出已经堆好的香榧,摊在竹席上,不时地翻着,与附近的村舍交相辉映,打造出一幅“晒秋人家”风情画卷。 徐铭铎 鲍肇华 摄

休闲力量

那些奇妙的“相遇”

本报记者 李冰洁



“快看,那边有一段长城!”宁夏中卫市,从沙坡头去往北滩的路上,车子一路沿着黄河岸边向上游行驶,大家顺着语音望去,远处是蜿蜒盘踞在山上的一段段长城遗迹。

这是日前记者跟随全国政协文史和学习委员会“推进黄河国家文化公园建设”调研组赴宁夏考察时,在中卫市北滩收获“惊喜”——发现了长城、黄河两个国家文化公园的交汇处。据当地工作人员介绍,从2014年开始,考古学者就相继在宁夏中卫沿黄河南岸发现多段古长城遗址。

“十四五”规划中提出传承弘扬中华优秀传统文化,建设长城、大运河、长征、黄河等国家文化公园。今年《长城、大运河、长征国家文化公园建设保护规划》出台,黄河国家文化公园建设保护规划也将尽快印发,可以看出,国家文化公园建设工作正在积极推进中。

国家文化公园,基于长城、大运河、长征、黄河四大文化长廊而建,沿线涉及诸多省(区、市),在许多地方都有交汇处。“中国作为国土大国,同时也是文化大国,在历史上有条件形成大体量的、横跨多个省区的、内涵深厚的文化长廊,肯定会在某些地方交汇。”全国政协委员、南京大学文化与自然遗产研究所所长贺云翱说,“比如说北京既有长城又有大运河,黄河和大运河从南宋时期就开始有交汇,再比如红军长征将台堡

会师地也有长城……”

没错,像宁夏北滩这样的意外收获不是第一次。2020年,贺云翱参加“推进长征国家文化公园建设和革命文物保护”党外委员专题视察,来到宁夏固原市将台堡时,堡后远处山坡上也有一段蜿蜒的长城。将台堡,这个古代兵家必争之军事防御要塞,在85年前见证了红军长征三大主力会师,亦成为长征胜利的标志地。

“四个国家文化公园各有各的形态、各有各的特色,在互相交汇的地点,充分利用他们自身特色,找到相

关联的内容,然后把它们结合起来,才能够更好地加以展现。”贺云翱说。

跟贺云翱想法一致,全国政协委员、北京国际城市发展研究院院长连玉明在看过宁夏北滩黄河与长城交汇的景象后感触很深,提出了促进多个国家文化公园“融合发展”的观点。“所谓融合发展,必须坚持‘三不要’原则,不要搞两张皮、不要搞重复建设、不要搞人造景观。”

在此基础上,连玉明提出三点建议:第一是要有前瞻性,把多个国家文化公园融合发展放到重大国家战略中去谋划;第二,黄河和长城都是中

华文化的重要象征,国家文化公园建设融合发展能够让世界了解到中华文明的代表性标志,从而更好地彰显国家文化的世界影响力;第三,国家文化公园建设最终还是落实到项目上,要建设一些国家级甚至世界级的标志性项目来支撑公园的融合发展,而不是区域性的、地方性的项目,这样国家文化公园的建设才能更有价值。

那么具体如何实施呢?贺云翱认为文化建设需要有好的策略,可以多搞一些相关活动,比如生态观光、非遗体验、研学度假等,形成多元化、多业态、多层次的复合型发展态势,不断促进人民的参与度,加大宣传力度,吸引更多的人来欣赏、来分享。

贺云翱希望各地利用好国家建设文化公园的契机,把涉及中华文化内涵的部分挖掘好、建设好,并且推动他们彼此之间的支撑和互动。“通过各类文博场所、考古遗址公园等文化项目讲好当地的文化故事,同时做好景观,让厚重的历史文化与现代化城市建设和人民群众的生活有机地结合起来,形成一些大的文化空间,从而带动当地文化发展、经济社会发展,促进文旅融合、同乡村振兴有效衔接,更好地发挥作用。”

期待在不久的将来,长城遗址、红色资源、运河景观、黄河风光可以在融合发展中串珠成链,打造集文化、风景、民俗、生态、旅游等于一体的特色文化旅游生态产业带。通过国家文化公园融合发展让文化活起来,走进人民之中,走向整个社会,走向更加广阔的空间。