

湖南:用好红色资源 带动旅游高质量发展

本报记者 李冰洁

湖南是一方红色热土,走出了以毛泽东同志为主要代表的一大批无产阶级革命家,发生了秋收起义、湘南暴动、通道转兵等重大历史事件,大批共产党人在这片热土谱写了感天动地的英雄壮歌。

近日,记者走访了中国工农红军第二方面军长征出发地纪念馆、贺龙纪念馆、故居,通道转兵纪念馆、红军长征通道会议旧址,中国人民抗日战争胜利受降纪念馆等红色旅游景区,实地感受到当地红色旅游创新发展的勃勃生机。

纪念馆成为红色研学课堂

在位于湖南省通道侗族自治县的通道转兵纪念馆,记者在展柜里看到一副竹皮箩,讲解员介绍说,这是当年红军长征时留下的原件,它出自一位红军战士的双手,也见证了一位老人80多年的执着与守望。

1934年12月到1935年2月,在湘江战役中受伤的红军战士邱显达来到通道县流源村杨昌彬家中养伤。伤好后,邱显达对杨昌彬说:“老乡,我是红军战士,共产党员,我的伤好了,要去追赶部队了,我没有什么报答你们的,我之前是个篾匠,就织一担皮箩留给你们做个念想吧。”邱显达走的时候约定“等革命胜利了,我一定回来来看望你们”,但是,他一走就再也没了消息。或许,这位战士已经牺牲在长征路上。

但在杨昌彬的心中,始终坚信邱显达还活着,他也会常常一个人来到当年二人分别的村口,坐在大树下守望红军阿哥回来。但邱显达再也没有回来过。杨昌彬一直珍藏着这副竹皮箩,他说,留住皮箩就留住了红军精神,留住了侗乡人民对红军的热爱,对共产党的拥护。老人后来将这副竹皮箩无偿捐赠给了通道转兵纪念馆。

像这样真实感人的红军故事,通道县已经收集了50多个,在纪念馆里有演播厅,讲解员会配合音乐、视频,为大家讲述生动鲜活的红军故事。

红色资源,是开展红色教育的重要载体和鲜活教材。记者了解到,近年来,湖南省委宣传部持续打造“潇湘红色故

事汇”品牌活动,从开展全省爱国主义教育基地形象展示大赛,到组建红色故事宣讲团,在机关、社区、校园、企业、农村、军营里和网络集中宣讲,在中小学生学习间开展思政小课宣讲,在大学生中开展红色故事讲述大赛,将革命英烈英勇事迹转化为培育时代新人的生动教材。

红色非遗成为旅游新特色

在贺龙纪念馆中,有一面旗帜颇为引人注目,与我们现在看到的党旗很像,都有镰刀锤头的元素,但这面旗帜上的镰刀锤头不是交叉在一起,而是并肩排列,粗糙地缝在一面红布上。讲解员说,这是贺龙领导桑植起义时,部队用过的“工农革命军军旗”。据介绍,因为当时各地工农革命军互相通信不便,只是知道旗帜的元素是镰刀锤头,却不清楚具体图案,因此会出现各种各样不同的镰刀锤头红旗。

作为中华人民共和国十大元帅之一的贺龙,出生于他领导革命起义的湖南省桑植县,他“两把菜刀闹革命”的传奇故事至今仍在这片红色热土上流传。湖南省也将“贺龙的传说”作为民间文学,收入红色非遗代表性项目中。

2021年,湖南省率先在全国开展红色非遗保护项目,主要包括民间文学、传统音乐、传统戏剧及曲艺、民间舞蹈等形式。在红色非遗资源寻访工作中,共梳理发现已列入四级名录的红色非遗代表性项目18项,涉及红色资源的非遗代表性项目103项,包括红军长征故事、苏区歌谣、湘西老区民歌等。

2021年3月,大布江拼布绣非遗传承基地红星筑梦营,在秀水村的工农红军总后勤部旧址揭牌。“非遗+红色文化”不仅使大布江拼布绣技艺得到保护与传承,还创新开发了12款适合红色文化主题的特色文创产品,增设了打草鞋技艺,为游客提供丰富红色文化体验的同时,也为附近村民提供免费技艺培训,给村里闲置劳动力提供在家门口的就业机会。

在2020年湘首首届红色文化产业博览会上,非遗传承人带来的红色非遗文化产品,吸引游客们驻足观看。比



如,南湖菱画非遗传承人颜成荣以南湖菱作为绘画载体,将南湖红船、井冈山、宝塔山、天安门等红色革命纪念地在菱角上真切还原;湘潭展区的红色抗战作品的皮影戏吸引了不少小朋友观看,湖南省非遗传承人吴渊表示,希望把红色文化和传统非遗技艺做一个融合,能够教育下一代的爱国情怀。

走访中记者还了解到,近年来,湖南省红色旅游的内容、形式和产品开始呈现多样化,由传统的观光游览开始向参与和体验式旅游转变。从2004年至今,湖南省委宣传部、省文化和旅游厅联合市州共同主办的湖南红色旅游文化节,已先后在韶山、茶陵、宁乡、汝城、平江、桑植、攸县等县市重点红色旅游区成功举办18届,成为湖南乃至全国备受关注的红色旅游品牌。

此外,湖南省还评定扶持了韶山市、炎陵县、汝城县、宜章县、通道县5个省级文化旅游产业重点县,每个重点县每年由省财政扶持资金连续扶持3年,重点开发了红色旅游与峡谷漂流、避暑休闲、寻根祭祖、温泉康养、民俗文化等相结合的复合型旅游产品线路。

探索高质量发展之路

虽然受新冠肺炎疫情影响,红色旅游发展受到一定的冲击,但在政策和市场的

推动下,红色旅游迎来快速恢复与发展,文旅融合程度不断加深,总体呈现持续健康的发展态势,成为全省旅游市场增长的新引擎,对全省经济社会发展的综合带动作用明显。

有数据显示,湖南省红色旅游出游人数保持稳定增长,在全省旅游市场中维持在12%左右的市场份额。“十三五”期间,湖南省红色旅游共接待国内外游客5.93亿人次,年接待游客人数从2016年的9200万人次增长至2020年的1.41亿人次,年均增长13%以上,且已占到省内旅游接待总人数的1/5,年综合收入连续多年保持20%以上增长。

据湖南省文化和旅游厅厅长李爱武介绍,“十三五”期间,湖南充分发挥红色资源的独特优势,构建了“1个示范区、4大重点板块、5条旅游增长轴、100个精品景区、40个红色旅游基地、10条精品线路”的红色旅游发展新格局,红色旅游的内容、形式和产品呈现多样化,由传统的观光游览开始向参与和体验式旅游转变,红色旅游的发展质量和效益也得到全面提升。

2019年、2020年恰逢新中国成立70周年及中国共产党成立99周年,两大红色旅游发展节点的到来助推湖南红色旅游升温,红色旅游品牌知名度进一步提高。截止到2020年,红色旅游带动湖南省直接就业人数25万人,间接就业80万人,形成一批市场吸引力强、社会效益好的红色旅游目的地,红色旅游的综合效益更加彰显。

户外运动将成为新生活方式

——《户外运动产业发展规划》的研读与思考

李相如

科学健身

传承国粹「武」动辽宁

王燕热 吕东浩

第二十五届大连市万人太极拳展演系列活动周;第五届辽宁国际武术文化节暨第十七届大连国际武术文化节;“拳起于易,理成于医”主题展……近段时间以来,辽宁大连的武术活动轮番上演。

“辽宁武术底蕴深厚、流派繁盛、传承清晰。年复一年,武术作为传统文化的重要组成部分,在辽宁大地始终热度不减。”说起武术,大连市西岗区政协协理员马鑫带着骨子里的自豪,“不仅如此,目前国内规模最大、功能最全的中国武术文化专题博物馆——大连武术文化博物馆,也坐落在大连主城区,自2014年11月建成后,已免费对外开放8年之久。毫不夸张地说,这里是传承中华武术精神的阵地,也是呈现辽宁武人精气神的大舞台。”

在马鑫看来,武术蕴含着深厚的中国传统文化,是中华民族优秀传统文化遗产之一,要让人们更好地感受武术的魅力,就需要打造“沉浸式”的体验感。为此,大连武术文化博物馆做了多种尝试:推出“武治安邦——武举场景体验展”,将武举制度千年演变浓缩于一隅,为观众互动体验提供了空间;以季度为周期举办“传统武术文化+传统文化”活动,例如“以茶入道,止戈为武”“书香问道,文武双全”“茶艺寻道,乃文乃武”“古琴晋道雅集,文武双略”等主题活动,让人们在领略中国武术文化的同时,兼顾茶道、书法等中国传统文化,体验“文武兼备”的文化之旅。

同时,博物馆还陆续推出《太极秀》《戏武国粹》《和韵太极》《巾帼剑影》等大型舞台剧,将武术与舞蹈完美融合,先进的声、光、电技术营造出大气磅礴的震撼场面,令观众随着武者的表演感受中华武术中动静、虚实、刚柔、进退的传统中华内涵。

“弘扬国粹文化,传承中华武术,要真正面向大众、走进大众。”马鑫说,换言之,不仅要让观众“请”进来,同时要让他们“走”出去。令人欣慰的是,近年来,大连武术文化博物馆的活动已从馆内走向馆外,与省市政协共同打造多个大型品牌活动,每年吸引超万名武术爱好者参与,很好地推动了中华武术传承和全民健身运动蓬勃发展。

大连国际武术文化节是众多品牌活动中的佼佼者。在被提升为辽宁省国际武术文化节后,其赛事内容更加丰富多元,如今,仅线下赛事就包含传统拳术、传统器械、长拳、南拳、刀、棍、剑、枪、太极拳、太极器械等多个项目。

“万人太极拳展演”也被国家体育总局授予“中华体育文化优秀项目”称号,今年举办的第四届辽宁省万人太极拳展演暨第二十五届大连市万人太极拳展演系列活动周,联动全省3万多名太极拳爱好者齐聚大连,充分展示出太极拳运动的独特魅力。

其他“国际化”武术品牌活动,更是吸引了来自英国、美国、澳大利亚、韩国、巴西等10多个国家和国内多个省市的武术精英来大连参赛,带动全城热“练”,增进文化自信的同时,促进更多市民尤其是青少年走近武术、了解武术、爱上武术,用武术的精神与理念创造积极向上的文化氛围,将与之紧密相连的中华传统文化精神融入日常生活。

日前,由国家体育总局、发展改革委等八部门联合印发的《户外运动产业发展规划(2022-2025年)》(以下简称《规划》)的通知下发后,引发社会的广泛关注。

近年来,我国户外运动越来越受到国人的青睐,且呈现快速发展的势头。各类户外运动协会与组织、户外运动俱乐部、相关的培训机构等迅速增长,带动了我国户外运动参与人数不断增加,体育消费大幅度上升。有报道显示,截至2021年底,我国户外运动参与人数已超过4亿人,带动的相关消费也呈激增趋势。以露营地为代表,据艾媒咨询发布的《2021-2022年中国露营经济产业现状及消费行为数据研究报告》显示,2014年至2021年中国露营营地市场规模从77.1亿元增至299亿元。

但在我国户外运动产业快速发展的同时,也有基础建设与配套设施不足,研制新型装备方向不明、部门之间协调脱节、管理部门权责不清、安全问题多发、企业对市场前景担忧等诟病。为此,八部委印发《规划》可谓是恰逢其时,也凸显了部门沟通协调的重要意义,对我国户外运动产业健康有序的发展提供了政策上的依据与现实实施的路径。

户外运动产业在一些发达国家开展较早,已经成为带动体育产业发展的主要引擎。例如,美国体育产业增加值为5000亿美元,是美国汽车产业产值的2倍,影视产业产值的7倍。具体到体育产业各细分领域来说,户外运动产业以增加值1600亿美元位列第一,占体育产业42.2%。相对而言,我国户外运动产业尚处在起步上升阶段,急需更加明晰的政策界定和引导。

这次《规划》的出台,明确了户外运动产业发展的总体思路、发展目标等重要任务,是当前和未来一段时期指导我国户外运动产业发展的综合性、基础性文件。《规划》在完善顶层设计、优化发展环境、培育市场主体等多个方面发力,对于助推户外运动产业高质量发展都具有重要现实意义。

笔者研读后,总结《规划》有如下几个特点:

- 一是两个政策前提:贯彻落实了《中共中央办公厅 国务院办公厅关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费 推动体育产业高质量发展的意见》;
- 二是四大形势和局面催人奋进:参与人数持续增长、产品供给日益丰富、场地设施逐渐完善、政策体系不断健全;
- 三是时代呼唤户外运动产业要

有所作为:“十四五”时期,我国进入发展新阶段,户外运动产业将迎来新机遇,户外运动产品创新和服务升级大有可为;

四是发展目标清晰明朗:到2025年,户外运动产业总规模超过3万亿元;到2035年,户外运动产业规模更大、质量更优、动力更强、活力更足、发展更安全,成为促进人民群众身心健康、提升获得感和幸福感、推进体育产业高质量发展和体育强国建设的重要力量。

五是实施五大工程影响深远:自然资源向户外运动开放试点工程,户外运动场地设施建设工程,户外运动赛事与节庆、品牌培育工程,户外运动普及及推广工程,户外运动产业人才培养工程。

伴随着《规划》的实施,我国户外运动将成为国民新生活方式的重要选项。户外运动产业具有不断变换体育消费场景的特质,在体验多样化、多形式、多层次的户外运动场景之下,大众的体育需求将不断提升。可以预见,在加固和推动户外运动产业的可持续发展的同时,将进一步满足人民群众的健身休闲生活,丰富群众体育运动的体验感、参与感和幸福感,也必将对全民健身、健康中国的国家战略目标实现提供新的动能。

(作者系南昌工学院特聘教授、首都体育学院博士生导师)



2022绿城衢州马拉松开跑

日前,2022绿城衢州马拉松比赛举办,共有一万多名选手参赛。本届赛事设有全程马拉松、半程马拉松、迷你跑个人组和迷你跑亲子双人组比赛。衢州马拉松2019年获评中国田径协会银牌赛事,并连续两年获得浙江省银标赛事称号。本届比赛设计了全新路线,串联起城市的古今地标和特有的诗画风光。在彰显衢州深厚历史文化底蕴的同时,也展现了城市近年来的建设与发展成就。(贾宁)

闲闻趣

黄桃罐头的记忆

单佳慧

来自东北的特色食物黄桃罐头这几天竟然比布洛芬还要紧张,甚至还在互联网上掀起一轮热议,挑起北方(尤其是东北)人的集体记忆。有人说,黄桃罐头是“万能灵药”,吃了就能“药到病除”,更有人开玩笑说,应将黄桃罐头纳入医保。

几乎每个东北人都有关于水果罐头的记忆。水果罐头分好几种,主要有黄桃罐头、山楂罐头和橘子罐头。要说最受欢迎的,当属黄桃罐头。去看望生病的亲朋好友,一定要带上两个大罐的黄桃罐头,这代表对病人的重视和关心。这一次,黄桃罐头带着北方人儿时的记忆,跟抗疫发生了联系,创造了新的集体记忆,主要还是大家想起自己小时候生病时,父母总是给我们开一罐黄桃罐头。感冒发烧的人,通常嗓子疼嘴里苦浑身热,黄桃罐头冰冰凉凉、酸酸甜甜,吃着当然解热润喉,味蕾也得到安慰。而且生病的时候,人的情绪比较低落,能吃上一口平时吃不上美味,别提内心多满足了。从父母的角度讲,喂几口黄桃罐头给孩子,既方便孩子下药,更是父母表达爱的方式。

英文有个词叫comfort food(安慰餐),指吃了让人感到治愈的食物,通常是小时候常吃的食物。黄桃罐头就是我们儿时的安慰餐,它不仅安胃,还慰藉我们的心灵。这种集体记忆,通常包含场景、人物、味觉、声音等全方位记忆。比如,拧罐头盖有学问,要用剪刀或扁头螺丝刀使劲翘,角度到位,力度得当,就会听到“嘶”一声响,用手一拧,就打开了。但有时候手并没有工具,就要把罐头倒过来,用手使劲拍打瓶底,然后再把罐子正过来,用力一拧,就开了。有时,两种方法齐上才能打开。

饮食是舌尖记忆、身体记忆、集体记忆,也是身份确认。这种地方性食物总让我们重新审视“我是谁”“我从哪里来”,并再一次确认自己的身份。因为我们吃什么,受本地自然和社会环境多方面因素影响着。小时候,我从来没有想过水果罐头跟东北有什么特殊联系。长大后才理解,在物流运输还不发达的情况下,东北寒冷的冬天里,几乎没有有什么新鲜水果可以吃,能长期储存的

不是小时候吃罐头,而是成年后跟父母一起做罐头。记得有一年,黄桃滞销,我们家收到了好几箱别人给的黄桃,根本吃不完,就想做成罐头。买好罐头瓶子,我们仨简单分工后,说干就干。母亲负责削皮,将果肉分两瓣。我负责装罐,每个罐子里放几颗冰糖,满满一罐果肉,再倒入纯净水。父亲负责上锅蒸罐头,蒸好后趁热用最大的力气拧紧罐头盖子。热胀冷缩后,盖子就死死扣在罐头瓶上了。也是这次做罐头的经历,我才知道罐头里是没有防腐剂的,而且罐头非常好做。我记得那天,我们仨做了整整一下午,蒸完最后一锅,天已经黑了。看着摆成整整齐齐的黄桃罐头,我们开心极了。过上个把月,就能吃上自己亲手做的黄桃罐头了。自己做的罐头,糖放得不多,吃着健康安全。最珍贵的是,这次家庭活动创造了美好的记忆。每当我想父母的时候,总能想起那个做黄桃罐头的炎夏夏日。

黄桃罐头火了之后,我把这个消息告诉了母亲,并问母亲今年是否做了黄桃罐头。母亲说,没做,吃够了。而且,这几年大连桃树被砍了不少,改种樱桃树了,桃没有以前那么多了。我突然想起前一阵我从网上买的冻梨(另一种东北特色食物),感觉没有小时候好吃,还是新鲜水果更好。我想,那些囤黄桃罐头的人,有的是真的喜欢吃,有的是凑热闹,也有没吃过的人想尝尝,更有一部分人是囤一份安全感。曾经被呵护、被关爱的瞬间,经过时间的发酵,早已深深印在记忆的最深处,让我们在面对焦虑时,多一份确定和信心。

休闲

山东利津:

农家书屋点亮文化生活

魏敏 任绍琛

“您好,最近有啥好书呀?”近日,山东省利津县利津街道刘庄村村民张敏敏带着孩子,来到了村西头的农家书屋。

“您来得正巧,最近我们刚好收到一批新书,是县图书馆配发的。除了专业图书外,还有很多经典著作,大人小孩都会喜欢读。”图书管理员魏建国一边摩挲着新书一边介绍。

“太好了!”张敏敏笑着回应,“现在周末没有去处了,有空就带孩子来读书。”

此时,张敏敏走进的这家农家书屋,正是一间50多平方米的平房。看似“其貌不扬”,内里却是包罗万象:书架和书桌摆得满满当当,整齐地罗列着科技类、农技类、文化类等适合村民阅读的各类书籍,前来看书的村民更是络绎不绝。

在利津,像刘庄村这样的农家书屋已有128家,涵盖了党史学习教育、惠农科技、少儿读物等类别,兼顾了不同年龄段的阅读需求。通过不断创新举措,当地已探索推进“农家书屋+”模式,形成了“农家书屋+党建”“农家书屋+平台”“农家书屋+活动”等,持续强化农家书屋阅读、教育的功能,实现了从单一阅读平台向综合性服务平台的转变。

水果罐头自然成了人们的心头好。在购物软件里搜索“黄桃罐头”,排在最前面几个品牌有真心、林家铺子和欢乐家,前两个都是大连的企业。真心罐头厂就在我当年就读的中学附近。大连虽属东北,但跟大部分东北地区相比,气候温和宜人,适合黄桃生长。跟其他品种的桃相比,黄桃味道偏酸,果皮娇嫩,极易碰撞腐坏,因此特别适合做成酸甜可口的罐头。后来,随着物流运输业的发展,冬天也能吃到新鲜水果了,水果罐头也就慢慢地淡出了大众视野。我在想,随着城市步伐加快,不知道罐头制品会不会“回潮”,尤其是蔬菜罐头,这样就能将快节奏的都市人从厨房劳动中解放出来。

关于黄桃罐头,我记忆最深的不是小时候吃罐头,而是成年后跟父母一起做罐头。记得有一年,黄桃滞销,我们家收到了好几箱别人给的黄桃,根本吃不完,就想做成罐头。买好罐头瓶子,我们仨简单分工后,说干就干。母亲负责削皮,将果肉分两瓣。我负责装罐,每个罐子里放几颗冰糖,满满一罐果肉,再倒入纯净水。父亲负责上锅蒸罐头,蒸好后趁热用最大的力气拧紧罐头盖子。热胀冷缩后,盖子就死死扣在罐头瓶上了。也是这次做罐头的经历,我才知道罐头里是没有防腐剂的,而且罐头非常好做。我记得那天,我们仨做了整整一下午,蒸完最后一锅,天已经黑了。看着摆成整整齐齐的黄桃罐头,我们开心极了。过上个把月,就能吃上自己亲手做的黄桃罐头了。自己做的罐头,糖放得不多,吃着健康安全。最珍贵的是,这次家庭活动创造了美好的记忆。每当我想父母的时候,总能想起那个做黄桃罐头的炎夏夏日。

黄桃罐头火了之后,我把这个消息告诉了母亲,并问母亲今年是否做了黄桃罐头。母亲说,没做,吃够了。而且,这几年大连桃树被砍了不少,改种樱桃树了,桃没有以前那么多了。我突然想起前一阵我从网上买的冻梨(另一种东北特色食物),感觉没有小时候好吃,还是新鲜水果更好。我想,那些囤黄桃罐头的人,有的是真的喜欢吃,有的是凑热闹,也有没吃过的人想尝尝,更有一部分人是囤一份安全感。曾经被呵护、被关爱的瞬间,经过时间的发酵,早已深深印在记忆的最深处,让我们在面对焦虑时,多一份确定和信心。