

没有深厚的文化底蕴、没有丰富的历史遗迹,但海南这个中国最年轻的省份,却走出一条不单纯依靠历史文化、历史遗迹发展文化旅游的新路,让人眼前一亮……近日,陪同民建中央“大力发展文化旅游产业,促进经济结构调整”专题调研组来琼的国家旅游局副局长杜一力坦言,海南跨越了传统的狭义文化旅游概念,真正把文化作为发展旅游的精神内涵和支撑。海南在这方面的成功实践,给中国发展文化旅游提供了一种新思路、新经验。

前不久,在结束对河南、北京这两个拥有深厚中华文化和丰富历史遗迹地区的调研后,全国人大常委会副委员长、民建中央主席陈昌智率领的调研组赶到最后一个调研点海南,就“大力发展文化旅游产业、促进经济结构调整”课题进行又一次专题调研。

在河南,调研组走访“天地之中”历史建筑群等世界文化遗产地;在北京,调研组看到北京以什刹海为代表的一批历史文化旅游区得到成功开发;到海南,在这个并没有众多历史遗迹、文化遗产,甚至从未被人认为适合发展文化旅游的中国休闲度假胜地,调研组看到的却是“让人眼前一亮”的另一种文化旅游发展路径。

感受海南岛文化之旅

没有深厚的文化底蕴、没有丰富的历史遗迹,海南凭借什么发展文化旅游?

的确,从一开始就凭借热带海岛独特的椰风海韵、生态环境,旅游业获得快速发展的海南岛,很少有人将其与文化旅游扯上关系,与河南、北京、西安等这些地区相比,海南发展文化旅游似乎是“先天不足”。

但海南却在实践中发现和丰富着本土文化资源的丰富性、独特性:历史文化、海洋文化、岛屿文化、民族民俗文化、红色文化、侨乡文化,以及生态文化、健康养生文化、现代时尚文化……在探索旅游和文化融合发展道路上,海南通过挖掘这些独特的文化资源,促进了文化与旅游的有机融合。

围绕鉴真东渡日本、道教南宗白玉蟾的故事,海南建成南山佛教旅游景区、文笔峰道教旅游景区;围绕天涯海角、鹿回头的传说和故事,海南建成天涯海角文化旅游区、鹿回头景区;而围绕着苏东坡、宋庆龄等名人,海南建成东坡书院、宋庆龄故居等景点;因为红色娘子军的故事,建成红色娘子军纪念园;以及海口骑楼老街、三亚美丽之冠、印象海南岛大型实景演出景点等一批特色文化旅游景区(点)。

调研组在这里看到,一批独具海南特色的文化旅游产品在不断推陈出新:依托独特热带气候和生态旅游资源打造的热带滨海休闲度假旅游产品;以海岛探奇、休闲渔业、海底观光为特色的海洋文化旅游产品;以高尔夫、自行车运动为特色的体育休闲旅游产品;以温泉疗养、中医保健、医疗旅游、康体养生为特色的康体养生旅游产品;以弘扬琼崖纵队和红色娘子军的革命传统为特色的红色旅游产品;以黎族苗族文化、历史文化、海洋文化、侨乡文化为特色的民族风情和文化旅游产品;以农家乐、渔家乐、农业生活体验等为特色的休闲农业与乡村旅游产品等。

一批节庆赛事活动成为集中向游客展现海南特色自然资源和民俗风情资源的大舞台。如海口万春节、海南乡村旅游文化节、中国海南盈滨龙水节、保亭七仙温泉嬉水节、天涯海角婚礼节、南山长寿文化节、海南黎苗“三月三”等精彩纷呈的节庆活动,为文化旅游产业注入新活力。

跨越狭义的文化旅游

“过去说到文化旅游,会自然而然想到世界文化遗产、非物质文化遗产、民俗文化等,都是一种狭义的文化旅游。海南是真正把文化作为推动旅游发展的灵魂,其实是

海南探索文化旅游新路径

文／海南日报记者 杨春虹



环岛公路自行车赛成为独具海南特色的体育休闲旅游产品。 海南日报记者 宋国强 摄

在一种更高、更大层面上发展文化旅游。”陪同调研的国家旅游局副局长杜一力坦言,海南跨越了传统的狭义文化旅游概念,真正把文化作为发展旅游的精神内涵和支撑。其实,国际上不乏这样的成功案例,海南在这方面的成功实践,给中国发展文化旅游提供了一种新思路、新经验。

杜一力说,同样缺乏历史遗迹的世界著名海岛旅游目的地夏威夷,当地人的生态方式、生态形态提升形成了独特的“阿罗哈”文化、“阿罗哈”精神,用海岛独特的生活方式带动了旅游业的快速发展;中东的迪拜在发展旅游中并不突出其中东文化,反而是凭借其创建的奢华酒店、奢华地标,依托时尚文化、奢侈文化迅速成为国际知名旅游目的地。

海南独特的热带海岛文化、海岛生活文化、生态文化……以及近年来依托一系列大型赛事、活动而形成的时尚文化,共同形成了海南旅游文化的特殊性。杜一力认为,海南在发展旅游的过程中,很好地把这些文化融入到了建设中,从多方面发展和丰富了旅游内涵,这和国内很多地区都不一样。

“尽管‘阳光海南 度假天堂’旅游整体形象宣传已深入人心,但海南文化旅游品牌符号不明显。”省长助理、海南省旅游委主任陆志远坦言,海南还未能做到一提起北京就想到长城,提起埃及就想到金字塔,提起“奢侈梦幻”就能想到迪拜棕榈岛;提起“桑巴”就能想到巴西里约热内卢……需要进一步加大文化旅游品牌营销,不断提升国际知名度和美誉度。

探索文化旅游新模式

但在旅游实践中,海南却为中国旅游业探索出一条如何依托地方资源、地方文化发展文化旅游的新模式。

围绕着鉴真和尚东渡日本的故事而建的南山



在旅游实践中,南山文化旅游区成为海南探索依托地方资源发展文化旅游的成功范本。

海南日报记者 苏建强 摄

文化旅游区,建设之初就提出“大生态、大文化、大教育、大旅游”四大理念,以生态建设为基础,以文化建设为核心,将佛教文化与海南一流生态文化相结合。2011年8月,百名日本大地震的灾区儿童应邀到海南参加“阳光海南,爱心传递”活动,在南山,这些日本小客人亲身感受和体验到了中日两国在历史、文化等方面的源远流长;比较和体验着中日两国在佛教文化传播上的相同和差异……成为展现中日友谊的一次文化之旅。

在发展中总结,提升出自己的景区文化,是海南景区另一个倍受关注的现象。被列入中国第一个旅游MBA案例的南湾猴岛景区,在景区发展中凸显热带海岛猕猴自然保护区的特色生态文化,在国内创造性地提出人与自然、人与动物、人与人之间和谐发展的“猕猴是主人、游客是客人、景区经营管理者是仆人”的“三人理论”,这一文化理念成为支撑景区发展的灵魂,每年都吸引了众多欧美游客到这里感受和体验人与自然、人与动物、人与人和谐发展的氛围。

凭借电影《非诚勿扰II》的热播,亚龙湾热带天堂森林公园成功地将海南生态文化、休闲文化、时尚文化与爱情文化相结合,并创新性提出中国第三代景区概念;景区中的度假区、度假区中的景区,摆脱单纯多年来景区过度依赖门票经济的现象,成为从观光向休闲度假成功转型的旅游“境界”,成为海南最热门景区之一。

外来品牌是国际化的一种标志,也是外国文化的一种移植。但一批国际品牌酒店在进入海南后,重视挖掘和利用海南本土文化为其洋品牌增添独特的“海南魅力”;三亚喜来登度假酒店开业之初就与首次进入中国的世界小姐三亚总决赛活动合作,借势海南现代时尚文化和美丽经济发展,三亚喜来登酒店创下其集团品牌的多项记录;三亚万豪度假酒店采用本地问候语、本地特色饮品迎宾,为国际品牌酒店增添地方文化魅力……

在看到积极一面的同时,陆志远也看到了令人担心的一面:“由于经济社会的快速发展和城镇化的快速推进,海南的民族文化也不可避免地遭受外来文化的冲击,部分少数民族的语言、生产方式、行为模式、民俗风情等有被同化的趋势,对当地文化造成一定负面影响。”陆志远说,虽然海南独特的黎族苗族文化,尤其是黎族文化资源一直是旅游业注重开发的一类旅游资源,并且已经在旅游线路、旅游手工艺品和纪念品、民族节日、演艺等方面得到大量项目开发。但未来随着旅游开发的推进,加强对黎苗传统文化的挖掘和保护,已成为文化旅游发展的一项重要课题。

“坦率说,海南当地文化处于极端弱势,如不加以更好地挖掘和保护,会受到外来文化的极大冲击。”杜一力坦言,在海南,当地文化的保护与时尚文化的发展,难度大于北京和全国其他地方。随着海南旅游的发展,这个问题会越突出,难得的是海南现在已经开始关注到这个问题,对全国会有启示意义。■