

长寿岛

海南平均每 10 万人中有 11 位百岁老人,这一比例远远高于国际上对世界长寿之乡每 10 万人中有 7 位百岁老人的认定标准。不过,迄今为止,海南并没有获得过像广西巴马那样被世人熟知的“长寿之乡”的名号。

有识之士认为,海南号称“岛屿百岁老人群体的活态样本地区”,老人的“百年寿经”完全可以形成旅游产品,让游客在差异化中体验“令人惊叹的生命历程”,这是我省一笔丰厚的“世纪旅游资源”。海南应唱响“长寿经”打好“长寿牌”,延伸出富有新意的文化旅游产品,为国际旅游岛建设助力。

旅游岛能否唱长寿经

文\图 海南日报记者 王 军



海口十字路地区的工艺作坊有制作祝寿用品的传统。



黎美梅,生于 1906 年,乐东九所人。

李吴氏与吴杜氏同在海口市龙泉镇的东占村。李阿婆比吴杜氏老人大一岁,她们一个是 1903 年 1 月出生,一个是 1904 年 7 月出生。

10 月 18 日上午,15 年来一直用相机记录百岁老人的海南日报记者,带着从广东来的同行到生态宜人的龙泉镇探望百岁老人。在不到 3 小时的时间里,就找到了 4 位百岁老人,这让广东同行惊叹不已。

其实,龙泉镇 2009 年登记在册申领长寿补助金的老人有 30 人;在海口市,有 258 人;在全省,则有 1163 人。

海南号称“岛屿百岁老人群体的活态样本地区”,老人的“百年寿经”完全可以形成旅游产品,让游客在差异化中体验“令人惊叹的生命历程”,这是我省一笔丰厚的“世纪旅游资源”。

旅游大省要打长寿牌

2003 年下半年,健康岛、长寿岛的概念因全省无一非典病例被提出。多年来,我省为长寿岛概念提供“支撑”的是这样的一组数据:我省平均 10 万人口中有 11 位百岁老人,这一比例远远高于国际上对世界长寿之乡每 10 万人中有 7 位百岁老人的认定标准。不过,这些年来,海南在使用长寿岛概念时,还是有一种自弹自唱的感觉。因为支撑长寿岛的具体数据是“我们自己”发布的,长寿岛的概念也是“自己”提出的。

中国著名的长寿之乡广西巴马瑶族自治县,对外宣称是“世界长寿之乡”,其依据在于——1991 年 11 月 1 日,日本东京召开国际自然医学会第 13 届学术会议,会上宣布中国广西巴马瑶族自治县为世界第五个长寿之乡。1998 年 3 月,中国老龄科学研究中心邀请国际老龄科学认证委员会考察团到巴马,认证巴马为世界长寿之乡的事实。

据介绍,到目前,取得国际老龄认证委员会的认证算是一条能在国际上确认长寿岛的捷径。但是,我省至今尚未就长寿岛的认证问题与国际老龄科学认证委员会有实质性的接触。

2009 年 7 月 12 日,澄迈县被中国老年学会正式命名为“中国长寿之乡”。而事实上,澄迈县在全省百岁老人的人口密度仅排名第十。如果这一称号具有权威性和公正性的话,那么排在前九位的市县也理应为长寿之乡。

有关人士认为,在我省正在谋划国际旅游岛建设的实践中,如果能在国际上取得世界“长寿乡”、“长寿岛”或“长寿省”的称号,长寿资源将可直接转化为旅游文化资源,为国际旅游岛建设助力。

长寿地也需旅游产品

今年十月旅游黄金周后,广西巴马对外发布消息称,黄金周全县共接待国内外游客 9.98 万人次,同比增长 39%,实现旅游收入 3425 万元。旅游带来的经济增长效应让人惊喜。其中长寿探秘游等吸引了不少游客。百岁兄弟、百岁姐妹、百岁夫妻所在村落附近民俗村在长假期间几乎家家爆满。

这就是利用长寿资源促进当地旅游业发展带来的效益。

与广西巴马相比,我省无论是从长寿老人的总数,还是老人居住区的丰富性及旅游基础设施,都可轻松胜出。但是,由于长寿资源没有形成旅游产品,无法进入旅游消费市场,游客自然处在茫然不知的状态中。

世界旅游组织曾为我省制订过《海南省旅游发展总体规划》,规划提出:要开发吸引国内外游客的富有新意的文化旅游产品,要从客源市场的需求角度提出有创意性的方案。

有识之士认为,海南长寿资源形成旅游产品完全符合这一要求。首先,可在长寿老人或百岁老人相对集中的乡镇、村落形成寿星生活展示区,因为老人的生活方式本身就是一种活态的寿星生活样式。如果在这一地区配制合理的旅游资源,便可形成极具特色的旅游产品。

这样的地区在我省较易形成。如海口市龙华区的龙泉镇有 30 个百岁老人,加上 95 岁以上的老人这一地区长寿老人总数在百名以上;在文昌市文城镇有 27 位百岁老人,仅文岭居委会就有 4 个百岁老人;同在文昌市的抱罗镇抱罗村村委会有 4 个百岁老人;三亚南山地区 90 岁以上的老寿星还有一起在家庭小院聚众喝茶的习惯。

健康岛更需百年寿品

只要将百岁老人的“百年寿经”放在可市场化的旅游资源下考量,海南只需稍加盘整便可向市场提供“长寿岛”概念下的百岁寿品,中国老龄科研中心的一位研究员这样说。

三亚南山地区有一慈禧写的“寿”字碑。当年,王亘到崖州任职,临行之时正好是慈禧的六十大寿,慈禧就写了这个“寿”字送给了王亘。王亘来到三亚,将“寿”字立碑入同善堂。由于这一地区频频使用了“寿比南山”的概念,从 1999 年起,南山旅游文化区连续评比全省十佳健康老人、百岁老人图片展,加之景区内由中国泥塑大师喻湘莲创作出的寿公、寿婆雕像,长寿成了“景区热销”的第二大卖点。

采访中海南日报记者发现,海口十字路地区的工艺作坊有制作寿联、寿带、寿旗、寿镜、寿像的传统。当地人逢家中有老人作寿,都要买寿带、寿旗、寿镜等为老人祝寿。遗憾的是,这些工艺作坊目前还没有形成规模生产能力,更无人进行规模化市场操作。

同在海口,椰树集团打出“一饮椰树矿”泉水,方知海南人寿长”的广告,虽无配套的广告攻势,也取得了极好的市场预期。

据了解,多年来,海口市一退休医师配制了一种名为“寿酒”的产品,销路很好。在我省的调查中,终生饮酒的百岁老人约占 20% 左右,饮用的多为低度地瓜酒。此酒经改良后,是否有延年益寿之效?若能,将是一值得开发的产品。其实,海南的紫心地瓜,本身就是一益寿食品。在台湾,同类产品加上一工艺考究的小麻袋包装,每袋 1 公斤,直接称寿果供应市场。

长寿食品、祝寿用品的开发利用,一方面能填补我省在此方面商品的空白,另一方面将丰富我省的旅游商品。而相比于和寿相关的食品、用品开发资源,海南百岁老人更贴近自然、更符合人性、更健康的生活方式当然是更具号召力和吸引力的人文资源。