

# 梵净山，净我心

□ 王新伟



2018年7月，中国贵州铜仁梵净山成功列入世界自然遗产名录。

在被列入世界自然遗产名录之前，梵净山是国家级自然保护区、联合国“国际人与生物圈保护区网”成员，同时还是“中国五大佛教名山”之一，是著名的“弥勒道场”。

## 探访

### 敲开乡村幸福门

□ 刘畅

当打铁、木工不再作为老手艺人传承，而变身文创艺术生活的一部分……

“雨里鸡鸣一两家，竹溪村路板桥斜。”古诗词中的田园生活如今不必离群索居。就在距离四川省成都市50公里外的大邑县青霞镇幸福公社匠人村，走在古朴的屋檐下，耳边传来叮叮当当的敲打声，刨子翻飞的摩擦声。推开一扇扇川西民居的院门，又是一番别有洞天之景，冷铁铺、木勺店、服装设计室，一位位创客安心“扎根”匠人村。自然之美与人文之美相结合点亮了城里人羡慕的乡村生活，40多个创业团队在这里聚集又为乡村振兴注入了不竭动力。

让年轻人留在乡村，让创业者把美丽乡村当成幸福家园，令人知足的物质生活应该是吸引人才流入的重要因素之一。首先，匠人村聚集了各种城市文化生活的要素，健身房、书店、创意集市……独立的微循环系统成为其引进城市人口来到乡村生活的前置条件。其次，匠人村采取特色街区打造、服务提升、举办赛事活动等措施创新社区治理，逐渐形成一套自我治理、自我服务的新机制。此外，匠人村立足自然优势资源，围绕人居、休闲、康养、健身、文化等领域打造旅游街区，构建社区发展型、现代型、服务型产业业态，促进社区服务向高品质转变。

创意源泉的富足让人们愿意长居于此，只闻花香，不谈悲喜，专注于文创艺术生活。乡村振兴，核心是人才。通过《大邑县实施人才优先发展行动计划》，当地大力推进乡村人才培育集聚工程。正是因为优秀人才聚集在一起，幸福公社匠人村才能成为四川一个小有名气的设计师聚集地。取长补短、相互学习，人才的汇集让创业和创意的氛围愈发浓厚。

取冷铁打一片叶子，用针线绣一个故事，拿木头做一把勺子……匠人村里来自天南海北、志同道合的人们并不怕让时间慢下来，让心静下来，真正做到慢工出细活，这无疑是一种精神世界的满足。“在快节奏的今天，静下心来认真做一件事总是很难得。”北斗七星木勺店主人陈宝称自己喜欢木头温润平和的性子，喜欢以手抵心的态度。他要在匠人村里用心传承好传统木工的技法，创造更多更新的木头手工作品。冷铁铺的主人安自强说，匠人村是个能让他安心打铁的好地方，他要在这里用恒心熔铁，用耐心打出更多有生活味的美器。

逛完匠人村又让人有了新的感悟，这可不单单是一个村庄，而是一个文化创意的依托平台。这里注重对匠人的培养与孵化，专注文创艺术生活与老手艺人传承、新手艺创新。据了解，匠人村占地约400亩，建有玩家工厂、青年大匠营、青年旅社、设计师酒店、手作旅行街坊、民宿客栈集群、众创社区，旨在为匠人提供全方位孵化服务。

幸福公社匠人村就是让愿意留在乡村、建设家乡的人留得安心，让愿意上山下乡、回报乡村的人更有信心，激励各类人才在农村广阔天地大施所能、大展才华、大显身手，打造一支强大的乡村振兴人才队伍，在乡村形成人才、土地、资金、产业汇聚的良性循环。

作为四川省乡村旅游创客示范基地、成都市科技创业苗圃，匠人村也是全国首个农业创新创业平台。截至目前，这里已孵化文创企业40多家、农业服务型创业团队12家、文创农产品30余项，开展各类培训、活动等300余项。

随着人才、团队的集聚，如今前来参观、游玩的人络绎不绝。匠人村已经形成从农家乐到民宿，从民宿到区域旅游，从特色产品到特色产业小镇的迭代过程。当地群众实现了增收致富，居民业余文化生活进一步丰富。

当幸福来自乡村，年轻的创业者来到了农村，在这世外桃源里用创新设计敲开了乡村振兴的大门。

梵净山位于贵州省铜仁市境内，是武陵山脉主峰，遗产地面积402.75平方公里，缓冲区面积372.39平方公里。世界自然保护联盟(IUCN)认为，梵净山满足了世界自然遗产第10条(生物多样性)标准，展现和保存了中亚热带孤山岳生态系统和显著的生物多样性。

梵净山的自然资源非常丰富，梵天净土可不是浪得虚名。梵净山地处乌江水系与沅江水系分水岭处，这里不仅是乌江与沅江的分水岭，而且还是横亘于贵州、重庆、湖南、湖北四省(市)的武陵山脉的最高主峰。大自然造物的神奇力量，使梵净山富集了令人陶醉的自然风光，也使梵净山成为一个原始古朴的生态王国。梵净山保存了世界上少有的亚热带原生生态系统，并遗存着7000万至200万年前的古老珍稀物种。更是黔金丝猴在世界上唯一的栖息繁衍地。不仅如此，梵净山更有怪



梵净杜鹃云雾中。

当梵净山成为中国第53处世界遗产、第

13处世界自然遗产，贵州第4处自然遗产、第

一个独立申报世界自然遗产项目，我们走进

武陵仙境梵净山，走进绿水青山间，走进人

们的喜悦、祝福和憧憬——

石、奇树、天观、云海、妙泉、异兽、珍禽、佛光、雪景、高路，构成了“十绝景观”。

“去年夏天，我带着家人游览梵净山，还在山脚小住两宿，金顶之神秘，云海之缥缈，蘑菇石之神奇，金丝猴之灵动，太平河之清澈，等等，让人远离凡尘之喧嚣，怡然自得，流连忘返。”当地朋友这样形容他心目中的梵净山。

近年来，铜仁市加快建设以梵净山自然保护区为核心覆盖全市的生态安全屏障。梵净山森林覆盖率超过95%，空气中负氧离子含量最高值达12万个/立方厘米，山泉水清冽甘甜，来往游客赞不绝口。

一天雨后，我走进梵净山雨中的寨沙，进入侗寨景观大门，宛如进入古朴原始的江南小镇。侗家居居，寥寥点缀，又不失祥和之气，或掩蔽于修竹翠柏之中，或盘踞于溪流之畔，或独秀于田园周围，与不远处的大金佛寺、风雨桥遥相呼应，构成一幅自然和谐的乡村水墨画。身临其境，给人一种此景只应天上有，人间难得几回游之感。

梵净山跻身世界自然遗产名录，对铜仁、于贵州，都是大旅游的助力器。一方面，旅游的核心资源要素是旅游资源，需要坚持“开发与保护并重”原则，在对梵净山旅游资源进行深度挖掘和开发的同时，加大保护力度，以人与自然和谐相处的方式开发利用。另一方面，旅游作为一种经济、作为一项产业，旅游开发要坚持综合开发的理念，吃住行、游玩乐设施要配套建设，关键是要让游客引得来、留得住、可消费，能拉动经济，这才是硬道理。

梵净山原本名声在外，申遗成功，更是多了一块金字招牌。一夜间，环宇皆知其名。在生态文明走向新时代的今天，希望以梵净山为中心，向四周辐射，在人文景观和精神建设方面，围绕“梵天”和“净土”，做足旅游文章，真正让梵净山这块金字招牌，发挥出最大的效应。贵州人这样期盼着。

中共铜仁市委书记陈昌旭说，梵净山申遗成功，标志着梵净山成功走上全球视野的大舞台，成为全人类共同呵护的瑰宝，对于提升梵净山的知名度和美誉度具有十分重要的意义。

## 域外

### 维尔纽斯的空中奇缘

□ 牛瑾



对于维尔纽斯这座遍布尖顶建筑的城市来说，没有比翱翔于蓝天更好的欣赏方式了

空中颜色各异的热气球，也是维尔纽斯的一道风景。 翟天雪摄

体验，热气球成了童话故事和动画电影中的“常客”。《飞屋环游记》里，爷爷卡尔和小胖墩罗素就搭载热气球，带着屋子履行了多年前的约定；因为那种极致的浪漫，热气球在全世界广受青睐。

对我来说，将立陶宛与热气球联系在一起，还要将时间推回到2010年的上海世博会。在立陶宛馆内，一个巨大的仿真热气球占据了中央位置，人们可以登上“热气球”，倚靠在“篮子”边上，仿佛飘浮在空中。馆内360度的四周环形墙壁上，不断闪烁着关于立陶宛的点滴：红顶的建筑、绿色的丘陵、清澈的湖泊、鹅卵石的道路……浓郁的历史文化气息和静谧安详的生活格调，让我那时就毫不犹豫地立陶宛写上了旅行计划。所以，2018年，身在立陶宛维尔纽斯的我，又岂能错过“热气球”的视角。

与名声更响的土耳其卡帕多奇亚的热气球不同，在维尔纽斯，起飞地点是城市中心，起飞时间多会选择在天气晴好的傍晚，规模不大，搭乘的人数也不多，有着别样的味道。听完教练的安全培训，绳子蹦地一下松开，热气球就这么摇摇晃晃地离开了地面。头顶有火苗呼呼啦啦地燃烧，热气球向上升，风景往下退。美好的事，正在慢慢发生。天空中，与我们一同升空的色彩各异的热气球，翩然浮现在云端，惊艳又震撼；双脚下，从繁华的市中心到整齐的乡下小镇、再到更加偏远的独栋房屋，太阳的余晖倾洒于每一个角落，让整个维尔纽斯都镀上了

## 手机里的动物园

□ 若瑜

最近，带孩子去了一趟长隆野生动物园，正赶上动物园与百度合作上线了“AR动物园”。体验了一下，玩法还真新鲜——对着手机百度说“长隆动物园”，或者是文字搜索“长隆动物园”，就能看见“长隆AR动物园”的小程序。点进去之后，屏幕上会出现长隆动物园的明星动物们，白虎、大熊猫三胞胎、火烈鸟、长颈鹿等，共30多种。点击动物图片，会有悦耳的女声讲解它的名称、生活习性，还有很多照片。想去近距离接触哪个动物，点击旁边的导航键就能够直接导航到动物所在的位置，让方向感不强的游客也能准确逛遍超大的动物园。

更有趣的是一种AR玩法，就是用手机对着一块空地扫一扫，就会有一只虚拟的动物出现在那块空地上。如果把摄像头对准孩子身旁，就能把虚拟的大象、白虎、长颈鹿等动物放在孩子旁边，为他们拍摄合照。据说这个功能不光在长隆动物园里面可以用，在家里、在学校也可以随时召唤来这些动物，真的好像把动物园装进了手机，让小朋友玩得特别开心。

这些功能对于以亲子游为主打的长隆野生动物园来说，非常实用。带着孩子出门的家长都有过被孩子问倒的尴尬。比如在动物园，大多数家长都不是专家，知识储备其实没有那么多，鹈鹕、鸬鹚、浣熊、小熊猫，家长可能很难分清，更不要说讲清他们原产于哪里、爱吃什么、怎么睡觉的。家长带着孩子逛动物园，也就是走马观花地看一看，只会跟孩子感叹，“火烈鸟多漂亮”“河马的嘴巴真大”。在博物馆、植物园也一样，有时候孩子会问这是什么花，不愿意承认自己无所不知的家长就只能嗯嗯啊啊地打马虎眼。

现在只要掏出手机扫一扫，通过图像识别就能知道这只动物是什么品种、这朵花有什么特点，而且还能够互动，在互动中增进知识。这让人再次意识到，人工智能技术的发展已经深入到我们生活的方方面面。

把最先进的人工智能引入长隆，也能看出长隆乐园在丰富玩法、开拓市场方面的积极态度。

暑期高峰，景区门票价格又成了热议话题。长隆所在的番禺区算是广州郊区，整个番禺区看起来都十分荒凉，除了一些汽配城、家具城，几乎没有什么现代气息。到这里的游客都是专程奔着长隆园区来的。

在全国很多景区尚未摆脱门票依赖、惨淡经营的时候，原本旅游资源并不丰厚的长隆却凭借丰富的营销手段和服务细节脱颖而出——在各大旅游平台的统计中，长隆都位列全国最热景区的前10位，园区的长隆酒店、熊猫酒店两大高端酒店几乎爆满，马戏优惠票开票时间排到了8月底，园区优惠门票更是排到了9月。

很多家长知道长隆是因为“爸爸去哪儿”。景区有地域限制，但是品牌形象宣传可以跨越千山万水，好的营销足以让山沟沟里的景点吸引千里之外的游客。

但是，要持续不断地吸引游客，景区还必须加强服务、打造产业链。以长隆为例，这里的酒店房间为孩子们准备了小拖鞋、小浴衣、儿童用洗发水，甚至还有小马桶增高垫。考虑到二胎家庭越来越多，这些亲子装备每个房间配的都是双份。这么贴心的设计，在同样定位亲子的上海迪士尼酒店也不曾见到。

公众号兴起后，长隆很早就动手将游客引导到公众号里，提供微信订票、订餐、订房、导航等功能，现在跟百度的合作，又试图用更新奇的方式吸引游客，不管他们来没来园区，都能接触到长隆的动物明星，同时，实景导航又的确解决游客找不着路的痛点。

长隆的价格不便宜，野生动物园成人票要300元，而且跟门票价格相比，游客在长隆的吃住行游购娱才是大头消费，但没多少人抱怨贵，大家都认为来得值。被细节打动的家长们成了长隆酒店的“自来水”，在各种平台写下赞美的点评，给亲朋好友安利，为长隆带来更多客源。从手机里那个有趣的动物园，到众人人口中必须去一次的动物园，长隆的经验值得所有想摆脱门票依赖症的景区学习。

金边。

“乘坐热气球的第一法则，就是暂时忘掉所有烦心事，任由整个世界在你背后不断下沉。”曾经有浪漫主义作家这样描述过乘坐热气球的体验，我和伙伴们在维尔纽斯的上空也的确触碰到了浪漫。但是，透过浪漫，热气球依然是项探险活动。升空的那一刻，与地面上的人们挥手告别；飘浮于天际，与“隔壁”热气球上的“邻居”互致问候；落地之前，与生活在小镇的居民打个招呼，这些都是对勇敢者的赞赏。更何况，从树顶穿过的经历、落地后开香槟庆祝的瞬间，也都是无畏的证明。

“战胜了内心的恐惧，才能收获绝美的景色。”现在的我这样回忆着在维尔纽斯乘坐热气球的感受。这份感受至今都觉得很真实，这份真实值得你们去立陶宛，去到维尔纽斯亲身感受。



维尔纽斯的街道和红顶房子，有着鲜明的东欧风格。

翟天雪摄