经济日报 ECONOMIC DAILY

入雪域江南 看桃花灼灼

经济日报·中国经济网记者 代 玲

西藏林芝市波密县境内桃花盛开的田园风光。 新华社记者 普布扎西摄

四月的西藏林芝，漫山遍野的野桃花沿着尼洋河、帕隆藏布江、雅鲁藏布江等江河峡谷、滩涂坝上次第开放，灼灼惹眼。以桃花为媒介，林芝市近年来大力发展文旅产业，领跑了林芝春季旅游，也揭开了西藏全年旅游序幕。

玩在桃花源

位于林芝市巴宜区八一镇的嘎啦桃花源，上千株野生桃树争奇斗艳。林芝市将嘎啦桃花源作为近年桃花文化旅游节开幕式的主会场，举办丰富多彩的各类活动。

“走，去骑骑牦牛。”在桃花源里，来自成都的自驾游客王丽对同伴们说。吾金家就住在桃花源旁的嘎啦村，每年桃花季他都负责给游客提供骑牦牛服务，一季下来能收入几万元。

“今年，虽然受疫情影响，游客不多，但是我还是把牦牛牵来了，让想骑牦牛的人都可以感受一下。”吾金认为，牦牛是高原文化的体现之一，自己依靠牦牛吃上“旅游饭”，就要好好干。

近几年，林芝市、巴宜区都对嘎啦桃花源加大了投入，游步道、接待中心等各种配套设施得到了极大改善。

乔次仁在嘎啦桃花源负责非物质文化遗产项目“工布响箭”已经3年多了。游客只需要花2元钱就能体验一次。“嘎啦桃花源的内容不断丰富完善，不仅能赏花，还能品小吃、租藏装拍照、体验工布响箭等。”巴宜区文化和旅游局局长王锐奇介绍。

2019年，林芝市旅游发展局实施了乡村旅游示范工程，整合旅游发展资金、旅游产业资金和县级财政资金共640万元，重点升级了包括嘎啦村在内的3个旅游示范村，提档改造农牧民家庭旅馆、休闲娱乐等接待设施，努力提高乡村旅游的便捷性、舒适性和休闲性。嘎啦村的“旅游饭”也因此越吃越香。

2019年桃花季，嘎啦村各项旅游收入近400万元。“按户头，去年每户旅游收入分红达到了5.6万元。按人口，每人又分到了8000元。”派驻村里的第一书记凌霞介绍，群众通过各种方式参与旅游的积极性越来越高，游客在嘎啦村能体验到的藏式民俗也越来越丰富。

住在新民宿

近年来，波密县的桃花也声名鹊起，游客纷至沓来。大约20分钟车程，就可以从波密县城抵达古乡嘎朗村。嘎朗村所在的台地，碧绿的青稞地像锦缎一样铺散在村庄前，向着更远处的山坡而去。野生桃树就沿着青稞地的边缘肆意生长，似烟霞般灿烂开放。

这一片胜景的背后是错落有致的传统藏式民居，也是村民居住的地方。动辄占地1亩以上的庭院和两层木楼昭示着嘎朗村人舒适幸福的生活。家家户户的房前屋后都生长着桃树，粉白、粉红的色彩与质朴的木楼相映成趣。

35岁的德青旺姆经营家庭民宿已经15年了。在她家宽阔的庭院里，3栋不同时期建起来的民居讲述着三代家庭旅馆的故事。

10多年前，许多徒步爱好者和背包客就开始出现在嘎朗村。在广东援藏干部的帮助下，德青旺姆一家把多余的房间改造成家庭旅馆的床位，开办了村里第一家家庭旅馆，每年能有10余万元收入。之后，德青旺姆一家又盖起一栋新楼，专门用于接待游客。

随着林芝桃花节的品牌效应和波密桃花知名度的提高，越来越多的游客走进了嘎朗村。2019年，德青旺姆家的第三代家庭旅馆正式建成开业，经营家庭旅馆的年收入达到36万元。

走进德青旺姆家的新旅馆，一楼大厅专设的土特产品展销店映入游客眼帘。“最近几天，我弟媳正在县里组织的培训班学习民宿经营和管理。”德青旺姆介绍，她们一家也正在不断提升厨艺，丰富自家民宿内涵。

波密县位于有“中国最美景观大道”之称的318国道沿线，依山而建的一栋栋客房，可赏雪山江景的餐厅、泳池，现代化的酒店设施代表了西藏高端酒店前沿。如今，波密有各类酒店和家庭旅馆等200余家。

发展“旅游＋”

每年春天，整个林芝市都沉浸在一片桃花的海洋中，桃花文化旅游节应时而生。截至今年，林芝桃花文化旅游节成功举办了18届。不仅全市以花为媒，搭台唱戏，各县区乃至各乡镇也纷纷以桃花为载体发展文旅产业。

“桃花节是林芝旅游的一个重要品牌，以桃花节为标志，林芝将开启一年的旅游季。”林芝市旅游发展局局长旦增桑珠介绍，2019年桃花节3天时间，全市共接待游客19.31万人次，同比增长14.12%，实现旅游收入4843.89万元，同比增长47.91%。

除了桃花旅游文化节，林芝还着力打造雅鲁藏布生态文化旅游节、“集美自然·林芝生态旅游季”等旅游节庆品牌。以此为基础，2019年，林芝累计接待国内外游客864万人次，同比增长21.1%，实现旅游收入72亿元，同比增长21.6%。

以桃花节为龙头的林芝旅游越来越火，也倒逼林芝从产业发展的全局大力实施“旅游+”战略。去年，林芝扎实推进鲁朗国家级和波密、工布江达2个自治区级全域旅游示范区创建。鲁朗顺利通过首批国家全域旅游示范区验收认定。巴松措、大峡谷、嘎啦村等景区成为林芝全域旅游带动经济社会转型发展的典型。

以“旅游＋”为载体，林芝全面升级文化旅游、红色旅游、康养旅游等传统旅游业态，并积极培育热气球低空旅游等旅游新业态。去年，林芝举办了雅鲁藏布生态文化旅游融合发展论坛、“第二届跨喜马拉雅自行车极限赛林芝赛段”赛事等。

伴随林芝旅游转型升级，自驾、自助旅游方式和乡村旅游产品发展迅猛。为此，林芝积极引进深圳华侨城等内地优势旅游企业落地，建成首个综合性自驾车度假休闲营地。同时，林芝大力推进乡村旅游精品工程，实施17家家庭旅馆60个房间智慧家庭旅馆样板建设项目，制定全市农牧民家庭旅馆建设规范和服务等级标准，统一制作安装“林芝市星级家庭旅馆”标识标牌，规范提升乡村旅游服务质量与水平。

“今年因受疫情影响，我们从提升旅游服务做起，开展了旅游从业者特别是农牧民从业者的培训工作，以提升林芝旅游发展质量。”旦增桑珠表示，林芝随时欢迎八方游客到来。

游客在西藏林芝市巴宜区嘎啦桃花源赏花并拍照留念。 本报记者 代 玲摄

人在旅途

冰川上露营

□ 韩 叙

去过南极的游客都知道，整个旅程的大部分时间大家都只能待在邮轮上。毕竟，那里基本被海洋覆盖，岛屿不多，登陆点更少。登岛的频率基本等同于放风，一天两次、一次一个小时已经是特别优待了。不过，笔者却有幸在冰川覆盖的岛屿上住了一宿。

那是船方组织的一次“极限挑战”——在冰川上露营。按照计划，探险队员们会等待一个风不算很大的夜晚，寻找一块坚固且相对平坦的冰川，然后带我们上岛。当然，每个人都得背着自己的装备，包括睡袋、防潮垫、铲子；抵达露营地点后，我们要在雪地上挖一个约半米深的坑，在里面度过一整夜。不过，雪坑只是为了挡风，真正保暖还得靠睡袋。第二天早上，大家还要把自己挖的坑填好，恢复成原本的样子。因为，岛屿上大多生活着企鹅，它们万一掉进去，凭自己的力量是很难爬出来的。做完这一切，我们就可以乘坐冲锋艇返回船上暖暖身子了。

晚上9点多，我们登岛了。登岛的过程很辛苦。为了在雪地上过夜，大家都特地穿了很多衣服，行动很不方便。每人背负10多公斤的装备，还要爬雪山，以至于还没到露营地点，笔者的贴身衣物就已经湿透了。

不过，挑战才刚刚开始。抵达预定地点后，真正的体力活来了——挖坑。南极每年会有一半的时间大雪纷飞，雪落下来来不及融化便被冻成冰了。多少年过去，岛上依旧只有二三十厘米厚的雪，但雪下面却是厚厚一层冰。

挖坑的过程很让人绝望。第一铲子下去，虽然也费了些力气，但总还是有成果的；第二铲子下去，“锵”的一声，没挖动！笔者又用力铲了几下，地上几乎没留下什么痕迹。那一刻，心“唰”地凉了。

显然，与笔者一样绝望的人不在少数。此起彼伏的“锵”声过后，除了几位男士还在奋力挖着，其他人都停了下来，转而寻求探险队员们的帮助。可惜，对方的回答是：“既然是极限挑战，当然要你们自己想办法。”

风越来越大了，气温也越来越低了。尽管天还是亮的，但每个人都知道，极昼的“夜”快要到了。这时，有人提议：“我们合力挖几个大点的坑，挤着睡吧。”

说干就干！很快，几个歪七扭八的大坑就成形了，所有人都钻进了睡袋，像穴居的小动物一样挤作了一团。虽然我们的坑丑得不忍直视，可任凭外面狂风呼啸，坑里几乎没有感觉。睡袋里暖暖的，干了一晚上体力活的我们纷纷睡去了。

一宿时间很快过去了。次日清晨，当我们终于返回船上，早已等待在大厅里的船员们用最热情的口哨声迎接我们：“嘿！就知道你们行！”我们大笑着拥抱着同行的“难兄难弟们”，互相拍着对方的肩膀，以示庆祝。

笔者突然明白了探险队员的苦心。在南极露营，看似是一次冒险，实则是一场拓展训练。只不过，一般的拓展训练是在小团队内部进行的，面对的是假想的困难；我们则来自世界各地，面对着真实的生存挑战。

不过也正因此，这场拓展训练才更有意义。在困境面前，人类本就应该是最亲密的伙伴，不分国籍、种族、信仰，精诚合作，不是吗？

重庆奉节 有诗也有远方

本报记者 冉瑞成 中国县域经济报记者 杨露勇

凌晨五点半，重庆市奉节县丰收村，几个摄影爱好者早已架起了“长枪短炮”等待日出。

“下面是万里长江，对面是长江三峡最高点——三峡之巅。据说这里是在重庆拍摄三峡日出的最佳地点，众多摄影爱好者都是慕名前来的。”夔州旅游文化新区管委会副主任王平周告诉记者，奉节县获得了中国“醉美摄影旅游目的地”的称号，这里是奉节精心打造的自驾行摄旅游目的地线路之一。

王平周介绍，去年开始，奉节县从自驾行摄、诗歌朝圣、科考研学、极限体育、民俗美食、生态康养6个方面打造长江三峡第一旅游目的地。

依托人文和自然资源，奉节积极开展诗词普及教育和创作采风活动，擦亮“中华诗城”金字招牌，打造“三峡之巅诗·橙奉节”核心品牌，建设诗歌朝圣大道，集中展示李白、杜甫的诗词，定期开展朝圣仪式。

奉节还推出以“弘扬古代夔州忠义政德”为主线，打造并串联起忠义广场、诗词碑林等研学点；开发高规格的极限赛事，塑造奉节县独有的极限赛事品牌，全面推动“旅游+体育”的融合发展。同时，奉节积极申报夔州木雕等国家级非遗项目，持续举办踏碛节等民俗活动。

近年来，奉节县围绕重庆市“山水之城·美丽之地”的目标定位，坚持以“全域旅游统领”为主线，蹚出了“好山好水好风光，有诗有橙有远方”的旅游发展之路，着力打好“三峡牌”这个地标性金字招牌。2019年，全县接待游客超2000万人次，旅游总收入超100亿元。

奉节县文化和旅游发展委主任潘万山告诉记者，新冠肺炎疫情既是对奉节县旅游产业体系抗风险与治理能力的一次大考，也是延长文旅产业链、带动周边产业共振、增加产业收益、提升综合效益的契机。

“我们将全力做好全域旅游这篇文章，充分展示大美奉节的吸引力。”潘万山表示，今年将从多方面重塑文旅品牌新形象。高质量办好第四届“中国·白帝城”国际诗歌节等节会活动，深化与《中国诗词大会》合作；深入开展《归来三峡》全球营销，实施“旅游营销年”行动，建立全国性市场网络体系；加强与多地的游客互免门票活动，吸引更多外地游客来奉节。

敦煌动画剧生动演绎千年壁画

本报记者 李琛奇

4月13日，以莫高窟经典壁画为原型的“敦煌动画剧”在微信和QQ小程序“云游敦煌”上同步首映。用户不仅可以观看和分享该系列动画剧，还可以亲身参与动画剧的配音和互动。这是“云游敦煌”小程序上线一个月之后的重大版本升级，也是敦煌研究院与腾讯影业、腾讯动漫携手，通过新文创模式，为敦煌文化的数字内容创新作出的重要探索。

“敦煌文化绵延千年，如何更好地走近大众，打造敦煌文化时代的新坐标，是我们一直在思考的命题。”敦煌研究院院长赵声良表示，“我们与腾讯一起不断丰富‘云游敦煌’官方平台的内容，升级该小程序的用户体验，用大众喜闻乐见的方式，专业且生动地解读那些跨越千年的壁画故事，让更多人了解并喜爱上敦煌文化。”

腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武表示，敦煌研究院与腾讯于2017年达成战略合作，双方启动了“数字丝路”计划，打造敦煌数字文保解决方案。腾讯结合公益、游戏、音乐、动漫等数字创意方式和新文创业务矩阵，推动传统文化与大众，尤其是与年轻人的连接，进而创造性地转化敦煌文化，推动其传承与弘扬。“云游敦煌”小程序是壁画数字化的科技探索，上线后收获积极反响，开创了数字文保的先例和样板。

“此次敦煌经典壁画以动画剧形式首映，可谓‘千年等一回’，相信动画剧的创新方式可以更进一步拉近敦煌文化与公众，尤其是青少年群体之间的距离。”程武告诉记者。

从首映日开始，“云游敦煌”将每日连续更新敦煌动画剧，共有《神鹿与告密者》《太子出海寻珠记》《谁才是乐队C位》《仁医救鱼》《五百强盗的罪与罚》5集动画剧。此次，赵声良与程武一起担任敦煌“说书人”，为动画剧倾情配音。

程武介绍，用户在微信、QQ搜索“云游敦煌”小程序，进入首页就可以欣赏敦煌动画剧，还能参与创作，自行选择故事和角色尝试配音，或邀请亲朋好友分饰角色，合作完成故事配音，并进行社交分享。同时，小程序还推出了由敦煌研究院讲解员倾情解说的“敦煌艺术之最”有声系列内容，如最早的3D图案画、最早的AI演奏会等，都将通过“今日画语”板块呈现，这是此前最受用户欢迎的功能板块之一。除小程序首页外，用户在腾讯微视、腾讯看点、腾讯视频、腾讯新闻等多个内容平台也能观赏动画剧。

联合出品方腾讯影业和腾讯动漫旗下的战略合作艺人、国漫IP知名角色的配音演员等也会参与动画剧配音，以其公众影响力进一步推广敦煌文化；QQ音乐将同步上线敦煌研究院官方账号，推出优质的敦煌文化音频内容；全民K歌将同步发起敦煌画语传颂人征集活动，鼓励用户上传配音作品参赛。