

特色旅游进行时

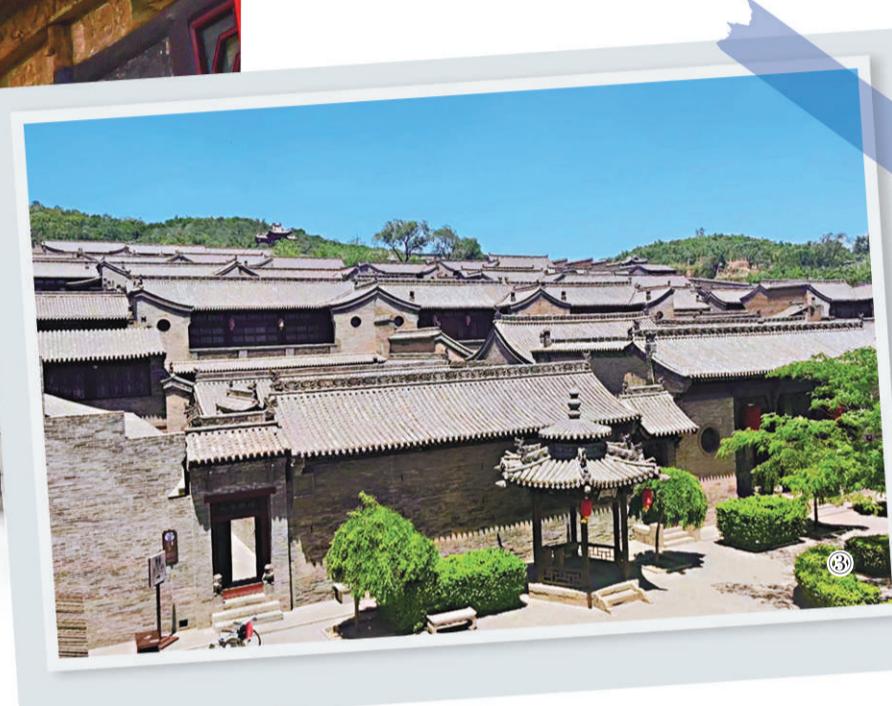
百年大院诉说晋商那些事

本报记者 梁婧



图① 乔家大院一角。
图② 王家大院游人如织。
图③ 王家大院一角。

新华社记者 柴婷摄
新华社记者 马毅敏摄
本报记者 梁婧摄



晋中之变

说到山西大院，就不不得不提晋中。这个东倚太行、西临汾河的古城位于山西中部，是国家首批全域旅游示范区，坐拥平遥古城、乔家、王家、渠家等大院。

“在这里，你不仅可以探大院、读晋商，还能真正过一把古时深宅生活的瘾。”吉林游客冯峰居住的平遥程家老院曾是永庆魁票号旧址，他告诉记者，穿着租借来的旧时衣裳，置身传承百年的历史宅院中，似乎可以触摸到当年晋商富甲一方的盛景和叱咤风云的豪迈，“真是意外之喜”。

近年来，晋中转变旅游产业发展思路，从“有没有、缺不缺”变成“好不好、精不精”，提出融合发展才有前景的理念。大型演艺项目《又见平遥》以极具艺术的实景形式向人们讲述了一个关于血脉传承、生生不息的晋商拓路故事，为游客提供了“白天观景、晚上看戏”的全天候旅游体验。

“隽永的古城晋中一直在变。”晋中市文化和旅游局资源开发科科长刘国英一脸自豪。2018年，全市旅游总收入实现“千亿”目标；2019年，晋中正式被文旅部和财政部命名为“国家公共文化服务体系示范区”，全年接待游客1.16亿人次；2020年，提出把文旅康养培育成晋中城市形象和民生幸福产业的亮丽品牌。

“2021年，我们将持续做强做优千亿元级文旅产业，全力打造‘游山西·读历史’的最佳体验地；做精一批文旅产品；用好郑太高铁开通机遇，推出‘游晋中·读晋商’经典线路，支持平遥古城、乔家大院、介休绵山等发展景区‘夜经济’，培育文创领军企业，丰富‘云旅游’‘云演艺’产品供给。”晋中市委副书记、市长常书铭表示，未来，晋中将推动文旅康养产业在多领域深度融合，打造经济增长极，为全方位推进高质量发展提供动能支撑，奏响“诗和远方走到一起”的动人乐章。

历史见证值得品味

李红光

“不入大院，枉来山西”。到大院走一走看一看，正成为越来越多游客到山西旅游的必选项。推开每一座深宅大院的大门，都有着不一样的故事。曾经的辉煌虽已远去，但山西大院作为历史的见证，值得我们细细品味。

一品建筑艺术。中国古代民居的典范，一向有“北在山西，南在安徽”之说。安徽民居以朴实清新而闻名，山西大院则以深邃富丽著称。游客走进一处大院，最直观的震撼就是大院的建筑艺术。山西大院虽然各有各的特色，但普遍建筑雄伟、精雕细刻，院内的木雕、砖雕、石雕、彩绘美观精巧，内涵丰富，大都具有较高的艺术价值。漫步大院，领略传统民居建筑的精妙，感叹前人的奇思妙想，这样的旅游体验何尝不是一件美事？

二品晋商文化。山西现存的大院多建于明、清时期，尤以清代为盛。那个时候，许多山西人经商谋生，努力将晋商的事业推向繁荣。有所成就的晋商，“发财还家盖房置地养老少”，大兴土木，建造家园，于是相继有了这些恢宏的大院。

西大院大到整体结构、房舍布局，小到雕梁画栋、门窗牌坊，都通过不同的细节将传统的道德文化与晋商的个人审美交织融合，形成独特的晋商文化。行走大院之中，耐心品读那些楹联匾额，就对晋商守信重义、勤俭节约、崇尚儒家的文化有了深入的了解。

三品兴衰沉浮。山西每座大院都有不同的故事和传说，有几家大院就有几部兴衰史。山西大院整体建筑以高大的围墙与外界隔离，具有很强的封闭性和防御性。随着一代又一代的修建，大院逐渐成为与外界隔绝的城堡，再加上当时遭遇纷乱的年代，晋商群体衰落不可避免。站在大院之内，环顾早已人去楼空的建筑，不禁令人唏嘘。如果你对晋商文化感兴趣，不妨来山西大院看看，这里曾经演绎过不同的商海浮沉，悲欢离合。

洗去铅华，如今山西大院正因旅游发展而焕发出新的活力。随着国内文化旅游市场需求不断扩大，山西作为我国文化旅游资源大省，优势更加凸显，文旅市场将迎来更加强劲的增长。

美丽的自然风景与厚重的文化底蕴，赋予山西独特的魅力。纵横欧亚9000里的晋商，数百年间创造了独特的山西大院文化。一座座深邃富丽的晋商大院，见证了山西晋商“史诗般传奇”的商贾岁月和大院生活。

古建之美

《大红灯笼高高挂》《乔家大院》等影视作品，让高墙巍巍的乔家大院成为山西最早让大众熟知的院落。乔家大院位于山西晋中祁县乔家堡村正中，从高空俯视院落布局，似一个象征大吉大利的“囍”字。

盛夏傍晚，乘着凉风迈入乔家，一排排高挂的大红灯笼映衬着青砖黑瓦。乔家分6个大院，内套有20个小院、313间房

屋，四周全为封闭式砖墙，高三丈有余，形如城堡。从外看，威严高大，整齐端庄；进院看，富丽堂皇，井然有序，是我国北方封建大家庭的居住格调。

晋商崇尚吉庆，大院整体布局往往会取某一吉庆文字进行建筑的空间安排。乔家是“囍”，曹家三多堂则是“寿”。大院的内部建筑多是单面坡屋顶，而不是双面坡，雨水顺着房檐流入自家院内，寓意“肥水不流外人田”。平面布局多为严谨的四合院式，彰显出四平八稳的姿态，处处显示出以“礼”为本的建筑特色和庭院深深的森严感和仪式感。

除了在建筑布局上讲究吉庆，大院在内部装饰的砖雕、木雕、石雕及桌、椅、门、窗、几、凳上，会选取中国传统文化吉祥如意的图案和故事进行装饰。比如，山西大院的门窗上常有象征“事事顺、路路通”的“盘长”图形。此外，如意纹、寿字纹、祥云图案等装饰也都尽显大院建筑工艺之美与晋商的审美追求。

梁思成先生在山西考察古建时曾在记录中写道：“这种房子在一个庄中可有两三家，遥遥相对，仍可以想象到当日的气焰，其所占地面之大，外墙之高，砖石木料上之工艺，楼阁别院之复杂”“由庄外遥望，十数里外犹见，百尺矗立，崔嵬奇伟，足镇山河，为建筑上之荣耀。”由此可见山西大院的气势和气派。

“在山西，元明清时期的民居现存近1300处，如同地上文物古迹是中国最多一样，山西的民居建筑在全国亦首屈一指。”山西财经大学文化旅游产业技术创新研究院副院长张建忠告诉记者，随着人们对历史的关注和审美水平的提高，山西大院的建筑之美也愈加被游客欣赏，“如今，不少外地游客都是二刷、三刷甚至多刷，就像故宫和苏州园林一样，山西大院之美亦值得细品”。

晋商之魂

“在这里，你可以静静享受深宅大院的厚重和静谧。”北京游客林珊是名银行职员。两年间，她陆续探访6座山西大院，“这些院子长满了人文历史、侠义情怀，了解一个就会想了解更多”。

“七圆滴七扁滴”，走进常德米粉店，一句清脆利落的“德语”，就足以让你的味蕾觉醒。

湖南省常德市是有名的鱼米之乡，清澈的沅澧两水，香甜的洞庭湖大米，孕育出源远流长的常德米粉。早在东汉时期，常德就有了食米粉的传统，圆而细长的米粉，形如龙须，每天早上起来一碗，寓意日子过得如米粉般细水长流。

走在常德的大街小巷，粉店满街都是。大多是小面积“夫妻店”，几张桌子几把椅子凑在一起，成为伴随许多人成长的记忆。耳熟能详的“老字号”名店也不少，每家名店都有自己的代表作，比如壹德壹的炖粉、刘聋子的牛肉粉、德老家的三鲜粉……常德人的胃就被这一碗碗米粉养娇了、宠坏了。

一根根米粉虽小，却也是许多人赖以谋生的依靠。据不完全统计，常德市目前仅城区米粉店就上千家，米粉从业人员近10万人，年产值达25亿元。

近年来，随着柳州螺蛳粉、云南米线的“出圈”走红，常德米粉也迎来了成长的烦恼。虽然盛名在外，也散布湖南各地，但出了湖南，想吃碗常德米粉并不易，在全国市场上也没有一个叫得响、立得住的大品牌。反观已成为现象级的柳州螺蛳粉，短短几年时间，年产值达百亿元，生动诠释了“小米粉也是大产业”。

常德米粉要“出圈”，难在哪儿？当地企业的说法不足，但不外乎三方面：鲜米粉保质期短，不宜长途运输；养家糊口的小作坊缺资金、缺人才，难以打开大局面；作为地域性的小吃，地方口感和大众口味难调和，标准化生产不容易。

常德米粉的“霸蛮”

本报记者 李华林

困难的背后藏着机遇。常德米粉总产能每天达到250万斤，是本地消费需求总量的5倍，供应不是问题；当前全国米粉年需求量巨大，常德米粉所占份额还有很大提升空间；同类小吃打天下已有成功先例，云南过桥米线、兰州拉面门店都已开遍全国。

世上无难事，只要肯作为。瞄准市场空白，有企业捷足先登，比如霸蛮湖南米粉，已是许多身在北京的湖南人都绕不开的粉店。北京市西城区广安门外大街霸蛮门店，一进门就氤氲在一股浓烈的牛油香气中，拿出手机扫码点一碗黄牛肉粉，将香辣的酱料、浓郁的汤、大块牛肉码子与滑溜溜的米粉拌匀，嗦一口，口齿皆香。

成立于2014年的霸蛮，因为创始人张天一“北大硕士卖米粉”的经历，迅速打出知名度，7年间开了百家门店。据张天一介绍，霸蛮选择了与传统门店不一样的发展路径，线上线下齐头并进。在线下，霸蛮采用标准化体系，成立中央厨房，统一原材料配送、统一包装设计、统一门店形象，门店主要选在年轻人聚集的购物中心；在线上，霸蛮发力销售半成品，并多次与李佳琦、薇娅等明星主播展开合作，当前零售收入已占企业销售总额大头，连续3年占据天猫湖南米粉品类销量第一。“线上与线下、餐饮与零售、到店与到家的结合，将成为常德米粉寻求突破的机会。”张天一说。

新品牌后来居上，老字号也不甘落后。今年6月，刘聋子粉馆在北京海淀世纪城开业。刘聋子是常德人尽皆知的老品牌，已有近百年历史。门店负责人罗峻告诉记者，以前刘聋子品种不多，为拓展市场、跟上消费需求潮流，近些年陆续推出炖粉火锅、酸菜米粉、爆椒牛肚等各种品类，还推出藕粉、肉丝、麻辣粉等各式地方小吃，受到年轻人的喜爱。为保证米粉的原汁原味，北京店更是选择将米粉从湖南空运到北京。“开业以来，每天都是满座，今年刘聋子还将在北京再开一家分店，未来将陆续在京津冀布局，争取早日走向全国。”罗峻信心满满。

霸蛮的问世、老字号走出家门，让常德看到新的发展机遇，开始大力鼓励米粉产业发展：成立常德米粉产业发展集团，对米粉产业进行整合升级、品牌扩张；建立智慧监管平台，对米粉生产进行全流程追踪，打造绿色健康品牌。常德市副市长杨成英说，争取到2025年，常德米粉店达到2万家以上，全产业链总产值要突破100亿元。

地方政府的大力支持，米粉企业的全力经营，再加上自身美味的加持，相信用不了多久，常德米粉将跨越地域和空间限制，纵横五湖四海。

舌尖经济