

构筑人文荟萃的文化图景

——中阳生态旅游产业调研

□ 本报记者 梁瑜

中阳是一个历史悠久、人文荟萃的文化古县。春秋属晋，西汉置县，至今已历2200余年。中阳物华天宝、风景宜人，全县生物资源丰富，森林覆盖率达43%，有国家一类、二类保护动物褐马鸡、金钱豹、麝等上百种野生动物和上千种植物，柏籽羊久负盛名，属“三晋国宝”之一。旅游产业方兴未艾，仙明洞、车鸣峪兵工厂旧址、庞家会古村落和庞涓练兵寨等人文景观闻名遐迩，柏洼山的奇松、异柏、古槐、怪石让人流连忘返。中阳民俗文化底蕴深厚，剪纸艺术独步华夏，1992年被文化部命名为“中国民间艺术之乡（剪纸）”；2006年“中阳剪纸”被国务院列为首批非物质文化遗产保护项目。

中阳旅游产业发展基础

步入“十四五”以来，乘着高质量转型发展的东风，中阳县旅游产业迎来了千载难逢的历史机遇。全县上下以综改试验区先行先试为契机，高举绿色发展大旗，紧抓旅游产业不放松，掀起了万众一心谋发展的大高潮。中阳旅游产业发展步入正轨，凯歌而行，未来的发展前景美好，前途不可限量。

市旅游局专家介绍，旅游产业属于文化产业的一个分支，根据现代经济学的观点，对旅游产业这样动态复杂的无边界文化产业，其发展不能靠单纯的单向思维和刚性模式，经济学领域内的产业集成理论为旅游产业的发展提供了新的选择路径。

具体而言，发展旅游，尤其是发展中阳旅游，就要大力发展融创意、融资、链条、协同、集群为一体的发展模式，这既是产业集成的手段与形式，也是现代旅游产业发展的新内涵。其实质就是以旅游者不断变化的需求为中心，通过动态集成创新，进行旅游的资源配置、旅游的产品开发、旅游的企业组织管理和旅游的相关配套。

第一要紧抓转型发展契机，促进以煤炭、钢铁为主的资源型企业投资旅游产业。与全市相同，铁矿资源和煤炭资源是中阳县两大优势资源，而旅游产业融资却成为旅游业发展的重要瓶颈。与此同时，煤炭资源整合、消减产能过剩、供应端改革等大力度举措，又使得大量中小型乡镇、集体及私营煤矿、钢厂关停整合，大量资金从煤炭、钢铁等重型产业中退出，开始重新

当前，该县旅游业正在构筑一个中心、一个园区、两个形象、三大品牌、五大景区的“11235”特色大旅游格局。一个中心：以中阳县城区作为主体旅游服务中心，为旅游活动的“食、住、行、游、购、娱”提供服务；一个园区：在柏洼山下建立特色文化传承产业园，集文庙观光、中阳剪纸文化产业园、“十三牌楼”及其

寻找新的投资途径。故而，借鉴介休三佳集团投资绵山景区与皇城村投资皇城相府景区经验，借鉴我市和德集团投资北武当山景区开发经验，借鉴孝义市民营资本开发旅游产业经验，加强煤旅合作、钢旅合作完全可作为解决旅游业发展资金问题的关键突破口。

第二是立足资源高点起步，完善旅游产业动态链条和集群体系。中阳县的旅游资源具有生态环境、历史文化、区位优势等优势，要突出休闲养生进行文化深耕，结合乡村文化、传统文化，精心策划旅游产业项目，全县一盘棋，合理布局，分步实施。坚持生态优先，注重特色建设，全力打造特色化大旅游格局，多样化开发旅游产品。

旅游景区集群方面，以柏洼山国家4A级景区和上顶山、车鸣峪景区为主线，推动旅游业由观光为主向观光、休闲、度假并重转变，推动“景点旅游”向“全域旅游”转变，着力推动旅游景区和旅游企业

餐饮特色文化于一体，多方位传承中阳文化，不断发扬光大；两个形象：把东部山林景观旅游区作为山林生态形象，把西部黄土景观旅游区作为黄土地貌形象；三大品牌：开发以柏海松涛为特色的东部山水林探险度假游、以黄土风情为特色的中阳民俗文化休闲娱乐游、以黄土景观为卖点的地质风貌品牌旅游；五大景区：形成柏洼山国家4A级自然风景区、车鸣峪沟谷景区、黄土塬黄土地貌旅游区、暖泉农业生态旅游区和上顶山自然风景区五大旅游区。

中阳旅游产业发展思路

集群式发展，打造有核心竞争力和重大影响力的旅游品牌。

第三要融入吕梁旅游产业核心圈，加快交通基础设施建设。当前，我市正在加快投资发展步伐，构建旅游产业新格局。重点在“一核”，即离石旅游服务辐射核，以离石为中心，辐射周边柳林、中阳和方山等区域。中阳应紧紧抓住一市四区开发建设的历史机遇，紧急融入旅游新格局的核心圈，联动发展全域旅游，当好绿色旅游产业集群带的排头兵。

交通基础设施建设首当其冲，针对中阳旅游资源分布较分散的现状，中阳应加快各地旅游连接道路和旅游专线公路建设的步伐，增加通往重要旅游目的地和重要客源地的交通设施，加强吕梁市区和中阳各旅游景区以及邻边县区的联系，连点成线，织线成面，尽快建成全县范围内的旅游交通网络系统，加强各景区之间的联系和合作，避免山头主义、各自为政。

建立合作关系，提高经营管理水平，培育本地旅行社品牌。

加强产业间交互融合，打造现代化立体式旅游产业系统。旅游业是一个有多种产业组成的产业群，单纯的观光产品已难以满足市场的需要，而度假型、文化型、复合式旅游产业需求量越来越大。从中阳实际情况出发，重点旅游景区应建立或完善文化街区、文化广场、文化公园（如兵家文化园、道教文化展、清官文化展、中阳剪纸展、红色文化纪念馆、中阳美食一条街）等基础配套设施。同时，通过高端创意和高位开发深入挖掘、研究、提炼各景点景区的内在文化含量，并通过巧妙的形式精美呈现给游客，真正体现出中阳旅游的人文核心价值和内在吸引力。



吃榆钱

□ 韩长锦

又到了春光明媚的季节，桃红柳绿百花盛开，路边的榆树上结满了榆钱。看到榆钱，我就想起了九岁那年一日三餐吃榆钱度饥荒的往事来。

那是1947年的春天，我的家乡辽西地区由于连年干旱加上兵荒马乱土匪横行，天灾人祸的双重夹击，家家的粮囤早已见了底，好不容易熬到了野菜可以充饥的时候，大人们好像都缓了一口气，而且满树的榆钱更是让大家眉开眼笑兴奋异常。在我们那里，榆树是个大众树种，村里村外满山遍野到处都是，比起那些野菜来，榆钱要好吃多了。季节不等，榆钱下来也就五六天的时间可吃，往后就老得开始凋落，留也留不住。

为了抢时间多采一些榆钱，家家户户都是全家总动员，男女老少齐上阵，那时的山上下山可是热闹极了。年轻人、半大小子在山上大显身手，老人、妇女带着娃娃于房前屋后摆开战场地，反正是哪里有榆钱，哪里就有采摘者。呼喊声、欢笑声此起彼伏，声声不断，提篮背篓往家送的，脚步匆匆向山上赶的，来来往往，川流不息，小山村热闹得就像过年似的，一点灾年的影子也没有了。

榆钱多了，家家都是上顿榆钱饼子，下顿榆钱糊糊，接着又是榆钱汤，吃不完的就晾在外边，干透了收藏起来留冬天吃。母亲做起榆钱来，可是有一手让左邻右舍都佩服得五体投地的绝活，那就是她做的榆钱饼子，只要一出锅，便有一群我的小伙伴们寻着那特有的香味而来，齐呼啦的挤在大锅旁边，眼睛死死地盯在母亲用铲子起锅的手上，一个个的小嘴里早已流出了好长的口水。但见母亲这时手脚麻利，不怕热不怕烫，迅疾将一个榆钱饼子掰作五六块，分给那些小馋猫们，他们接过来赶快跑到一边去狼吞虎咽了，而我常常是被母亲“轮空”的一个，就和余下的小伙伴们等待着母亲再掰下一个饼子。

母亲做榆钱饼子之所以好吃，我听她给婶子大娘们叨叨过，主要有这么几点，一是要将榆钱筛选干净，把所有的榆钱屎都剔除出去；二是将清洗干净的榆钱在滚水里焯一遍，再与仅有的棒子面和在一起；三是在榆钱与面搅拌的同时掺入母亲日常备好的干花椒叶、苏子叶、艾叶等土特佐料，最后加入少许的盐面。这样做出的榆钱饼子真的很好吃，不但味道微微发甜，那榆钱里的籽儿在上下牙间“咯吱咯吱”作响的感觉也是余味无穷的，如果玉米面能多放一点，不啻是一种美食呢，只是那时候不过是一种奢望而已，哪里去弄玉米面呢？

我那时候年纪小不懂事，头几顿狼吞虎咽吃不够，待新鲜劲一过，就不想吃了，一到饭时就哭着闹着撒泼打滚，“不要榆钱，不要榆钱”的大声喊着。母亲见我混不说理，就给我蒸几个野菜团子，我拿过来只咬一口，嗨，好苦啊！就放下不吃了，还想老老实实地吃榆钱吧，可母亲说：“不行，这菜团子你非吃不可！”其实，别的小朋友都羡慕我能吃到那么好吃的榆钱饼子，而我却还不满足。现在回想起来，我之所以不想吃，完全是识好歹，故意难为大人。我到今天还记得，当母亲逼我吃菜团子时，父亲眼含热泪对母亲说的一句话“就饶了他吧，这就叫小儿不知家国愁啊”。

形成高品位的旅游风景线

现代社会，旅游与文化的高度融合正成为旅游业发展的必然趋势。中阳旅游丝毫不缺乏厚重的历史文化积淀，缺乏的是尽快提炼主题、整合内容，打造文化内涵的旅游项目品牌。要以红军东征在中阳、解放中阳、晋西游击队在中阳、毛主席三次接见县民郭登瀛等红色文化资源为素材；以战国风云、兵家文化、庞涓养兵寨、傅青主传说、三世尚书家、一门三进士等历史人文精神为题材；以剪纸、刺绣、民间弹唱、转九曲、挂花灯等民俗文化资源和传统文化积淀为形式；以黄土文化、核桃文化、煤海文化、中钢文化、小流域治理、退耕还林等富有时代精神、吕梁的生产生活题材为精品内容，创造新型旅游景点、旅游项目和旅游文化。

中阳旅游界注重在几个方面深挖潜力，精耕细作出精品。一是休闲餐饮方面。推出类如“武侠主题园”项目。比如柏洼山的傅山先生，就是香港梁羽生小说《七剑下天山》主要人物傅青主，庞涓寨就是孙臧斗庞涓故事的反面人物，黄河九曲阵据说是衍生自诸葛亮的八阵图，至今仍带有古代兵法阵势的遗迹，由这些历史故事，推衍出种种景区题材。

还可以推出“土豆宴”、“土菜馆”、“杂粮馆”、“农家乐”等形式的特色餐馆，充分利用道教文化、兵家文化、和土豆、小米、马铃薯等黄土高原农业资源与文化，以及核桃、沙棘汁等特色产品，挖掘中阳饮食文化，打造地方菜系。利用山庄、窑洞、土炕等黄土高原民居特色，开发符合地域特色的住宿形式。二是文化娱乐方面。舞动中阳剪纸艺术龙头，积极发掘民间文化资源，形成集剪纸刺绣、民歌曲艺、地方秧歌、手工编织等于一体的研究、表演、传播体系，充分展现中阳古朴厚重土地的特有风采和魅力。三是旅行社方面。积极和国内及国际知名旅行社

实践与思考

