



台山，这一片心中的蔚蓝

一

一个沿南海之岸铺展着荏苒时光与风情岁月的所在。

一个让欲念与理念离乡背井浸入海洋潜行于世界各地重现华语乡音的所在。

一个用沙滩上的浪涛、阳光与鸥鸟的翔舞招徕世间高雅精致的所在。

临海而居，沿海而作，依海而有，跨海而远。

“第一侨乡”，海宽地厚。

回眸风雨家园，无不飘逸着浓浓的海色。

那蔚蓝的画图，是一部无言的史话，给了她无边无涯的蔚蓝！

二

但我的走访，触痛着历史……

这积蓄着一百多年历史的蔚蓝最初的底色竟是求生者的苦难。

当战乱、饥饿和贫穷的咆哮壅塞着所有乡村扬尘小道，无处立身的命运之手，便以拼死之力越过重洋抚平风涛，在天涯彼岸的淘金梦里寻觅毕生的希望。忘却荣辱、苦力、苦情、苦心，苦苦的日子里唯有苦苦攀登。或许，一路的陷阱也成就了超强者的梦境。“叶落归根”、“衣锦还乡”的祖训呼唤着归来者的光荣。于是便有了这遍布乡野地

头、林间溪畔如诗画般联袂崛起的被欧风美韵浸润着的一座座洋房、别墅。久远的时光销蚀了最初的华彩。雍容华贵气度的深处却是游子们内心撕裂着的永远的乡愁，凝固着殷殷游子的情殇……眼下，我正驻足在一座雕楼的厅堂里，不说人去楼空，但见苍天之上如水之流的夕照短返在室内空旷的时光里，把静默无声的浮尘雕塑成一束束透亮的光柱，直抵窗外天国里的秘密。更像出国归来终又远走他乡的主人留在故园的思乡梦。梦里乾坤，依旧如火如荼。那怦然跳荡着的被无限放大的血性浓艳脉息展开的记忆，总让人想起作别故里的游子对于故乡的恒久眺望。他们的心早已超越生死，超越时空，依旧在故乡的土地上，在后人的怀想里，静静地燃烧，燃烧……

那些难舍故园的灵魂的血焰在蒸腾！

我的心呵，难怪你也如此激昂！

三

这是台山上川岛海拔最高处的一角风景：

海色的蔚蓝是海色的守望，轻笼着一座墓园的宁静……

沿着 199 个石阶迤逦而上，那哥特式墓园的尖顶直入云天，

把地上的礼赞与肃穆引进天界的高远，尤显命定的超拔不凡！方济各·沙勿略，西班牙一位传教士的名字，十六世纪的生命在这里戛然而止。但关于这生命的故事还在流传。这位从富商之家出走的“无畏的航海者”坚信：为了心中的神圣而受苦，“这样的苦是一种歇息”。他放弃父辈的财富和优越的生活，甘于圣洁的贫穷与艰辛的忍受，背负十字架的使命，穿行于东方的海上风暴、南国酷热，辗转布道富士山下，更心仪华夏大地，在 4 月一个杜鹃花开的日子，踏上了这座小岛，成为西方来华布道的先行者！越过世纪鸿沟，面对圣徒幽灵，我的审视已无关宗教也不涉私见，却能在当今物质享乐主义屏蔽精神追求与心灵安宁的尘嚣中，生生亲睹了一片清朗耀目的艳阳……

这一刻，那飘逸在蔚蓝色高地上的红杜鹃仿佛又在绽放！

那绽放着的杜鹃红，已然定格在我心中！

四

白银般铺展的沙滩犹如云舒云卷的诗篇……

海边的台山，处处都有波浪抒写的长句。

那是一片蔚蓝的土地，述说着人间最鲜活最质朴的语言。

曙色已亮，越海穿窗而来。

窗外，便是一个叫飞沙滩的海的骄傲。

“赶海啰！”一声无言的呼告把黑夜唤醒，眼前又荡涌着海天一色的澎湃。海是经典，浪是经典里一字一字蹦跃着的恩爱愁怨。多想在这蔚蓝色的海面狂舞或者酣睡呵……不，唯有狂舞，不可止息的生命狂舞，才能追随波涛的击打，让心走得更深更远。海天之间，心域之内，很少的实物，很多的空白，却能让人充满想象与敬意，虚拟一种人生，回望那片空灵，胸臆之间便有风云际会时的奔放与激荡。海犹在，历史犹在，当下与未来就不会失语。海也在狂舞，海呀，以波浪滔滔的言语，放声叙说深藏着的人间奥秘，洗涤并清醒着人的魂灵。没有海的滋养，人们的心会变得落落寡欢，如同日落的旷野，没有光亮与声响！我轻移我的双脚，漫步。然后面向飞沙滩那蔚蓝的海面和海面上霞彩飞扬的蓝天，注目。这里，除了阳光与星光每日每夜轮番照耀，充盈得最多最深最丰沛的，却是一种浸入血液的寂静，思想者拥抱世界的寂静。

飞沙滩，今夜，让我们再一次相拥相亲……

飞腾于时间之海、永恒之滨，只为那心中的一片蔚蓝呵！

（《人民日报》）

景区里没有免费的午餐

暑假期间，小罗与同学来到辽宁葫芦岛辖区的兴城，参加一年一度的兴城海会。7 月 16 日上午，他们参观了位于城中的古城。古城南街中段有两座石坊，在石坊下拍照时，有身着米老鼠、唐老鸭道具服装的人向他们走来，摆出多种新奇姿势吸引游客与其合影。小罗请同学帮忙拍照与“米老鼠”的合影。“米老鼠”娴熟地摆出五六个姿势，拍照结束后，小罗他们正要离开，“米老鼠”突然脱下白色手套，从口袋里掏出一张小卡片，上面写着：与“米老鼠”拍照，每人 10 元。由于事前并没提到要付费，小罗他们拒绝了，没想到“米老鼠”一直尾随，无奈之下，小罗只好付了 20 元。

小罗回忆道，第二天再次经过南街时，“米老鼠”仍在街上摆造型吸引游客，一群女生被吸引上前，其中一个女生问与“米老鼠”合照要不要钱，“米老鼠”并不回答，女生大声重复了一遍：“到底要不要钱？”“米老鼠”不搭理，悻悻走开了。据现场游客反映，另一个“唐老鸭”在与游客拍照前会出示收钱的小卡片，所以与“唐老鸭”拍照的人并不多。

提示一：先问价再合影

在北京“鸟巢”、“水立方”附近也出现过类似的装扮成唐老鸭、米老鼠的人，他们在游客不知情的情况下合照后索要报酬。而在青岛中山公园，有装扮成喜羊羊、灰太狼等卡通形象的人与游客拍照并强行收费，不交钱还会遭到威胁。

据笔者了解，这种情况在景区比较普遍。网友们反映，在九寨沟、成都锦里、宽巷子等景区景点都遇到过，甚至一些景区里坐在路边的老人、小孩和身着当地民族服装的妇女，合照后都会索要报酬。游客经常没问清是否收费，就冒失与之合影。

资深驴友“像粒砂”在谈到她的经验时说，无论在哪儿，一定要问清价格再消费，这是外出旅游的起码原则。有时候错觉会让我们认为，一些人一些物是景区免费服务的一部分，但这往往是商家故意在误导消费者，我们拿经验去解读，最后就会为“被消费”埋单。因此她建议，在景区景点，对穿着奇异服装或特色服装的人，不要轻易合影，一定要问明并得到准确回答是收费还是免费后，再行动。

提示二：若不慎落入陷阱，尽量避免发生冲突

今年 4 月在青岛，几位游客因为不满拍照后强行收费，其中一位女游客表示愿意把照片删掉，收费的男子说：“删了也得交钱，这是规定。”随后发生争执，几名当地男子迅速围上来，其中一名男子还故意用身体撞了其中一名男游客，威胁说：“咱们这几个人也不是好惹的，你们看着办吧，不交钱的话你们就先在这待着吧。”无奈之下，这位游客只好交钱。

设此拍照骗局的一般都是当地人，而且是一伙人，要是游客不从，他们便会上前威胁。所以游客遇到类似情况，首先要保证自己的人身安全，不要与当地人发生冲突，等他们离开后再向景区管理部门和当地旅游管理部门反映。

（《中国青年报》）

旅游策划的度在哪里

安徽黄山谭家桥镇善仁滩景区策划的闹剧“鬼子进村”余音未了，江西瑞昌为了傍上鄱阳湖，又闹出个上吐下泻的龙虾“劫”，而 8 月 14 日（农历七月十五，中国传统的中元节），世界文化遗产地清朝皇室三大陵寝之一的清东陵，牛鬼蛇神齐上阵，据说是要打造中国的万圣节，鼓励众游客与“鬼”狂欢。每每看到这样的新闻，我都很想问一句，中国的旅游策划到底怎么了？

以前的景区，只要风景秀丽就会有人去玩儿，现在不同了，什么都讲包装，于是旅游策划应运而生。这是一个新兴的行当，没有多少经验可借鉴，大家都处于摸索阶段，行业门槛较低，这也造成了从业人员素质和水平良莠不齐。在这个炒作的年代，不少所谓的策划人将策划是否成功的唯一标准，设定为能否吸引眼球，为了达到这个目的，几乎到

了无所不用的地步。

从形象定位到产品设计再到活动策划，只要行业内出现一个成功的例子，就会有无数跟风者紧随其后；只要行业内某个炒作事件受到关注，就会有更多的炒作者涌现出来。我们看到了遍地开花的“印象”实景演出，五花八门的节庆，一个名人有好几个故里。我们看到了挖坑放水就敢说自己要开发温泉，看到了民族感情也能恶搞，看到了封建迷信也被消遣，这些所谓的旅游策划的“度”究竟在哪里？应该由谁来把握呢？

笔者以为，首先，旅游策划应该着眼于创新，一方水土一方人，每个旅游目的地都有其独特之处，应该深挖自身的文化特色进行产品设计和策划包装，而不是拾人牙慧。其次，创新可以出奇招，可以超常规，可以有突破，但是不能以哗众取宠为目的，以凭空想象为手段。要树立

良好的旅游形象，必须让知名度与美誉度齐头并进。最后，旅游策划必须是健康的、积极向上的，那些玩技巧、妄想打擦边球来制造舆论焦点的行为，都应该被及时制止。

笔者曾经去过某水库，其虽不在有“夏都”之称的某名山景区范围内，但为了提高知名度，依然冠上了该名山大名。水库的自然环境其实特别好，水域面积宽广，空气清新，还有着丰厚的文化底蕴，可是，这里的旅游项目低俗到了雷人的地步，什么泰国人妖，什么十八摸小曲儿，还策划了一个性文化养生区。这样的景区，真让人捏把汗，可是人家却淡定得很，还在媒体上持续刊登广告，招徕客源。殊不知，这种粗俗不堪的项目策划与只顾眼前、杀鸡取卵的经营方式，正在一天一天地扼杀这个景区持续发展的生命力。

对于那些已经超出大众可以接受的“度”的所谓旅游策划，是应该好好管管了。如果相关旅游主管部门依然默许此类项目的存在与发展，损害的不仅仅是当地的旅游形象，甚至会影响到整个地区的旅游形象。

在旅游产业链中，旅游规划、旅游广告等从业单位及人员，都有相应的资质要求和考核标准，唯有旅游策划较为混乱，有旅游规划机构或广告公司的人员兼职做的，也有企业设置营销部门自己做的，真正的专业服务机构少之又少。这些旅游策划师，最容易犯的一个毛病就是“站着说话不腰疼”，只管策划，不管执行，再多的争议他们也不在乎。对他们来说，只要达到引起关注的目的就好，旅游策划的“度”，早已被他们抛诸脑后了。

（若非）