

冰湖腾鱼见证渔猎文化传承——

到查干湖看冬捕

本报记者 马洪超



查干湖渔猎文化博物馆外景。本报记者 马洪超摄

观澜

线上

陶寺遗址的千年积淀、天龙山佛首的前世今生、榫卯结构的鸟尊积木、精湛的推光漆器技艺……点击进入第五届山西文化产业博览交易会(云上文博会)VR展厅,山西省特有的文化遗产一下子“活”了起来,给观众在春节佳节带来一场视听盛宴。

近几年,受疫情等多种因素影响,旅游业线上服务发展迅速。互联网技术和数字经济改变了旅游产业的产品类型、服务方式、信息接收和传达方式、营销渠道等,给整个行业带来了深刻变化。随着疫情防控政策的优化调整,我国线上文旅乃至整个行业又将发生什么变化?

梁婧

线上与线下的消费边界将逐渐模糊。以数字内容为核心的数字文旅新消费快速发展,文旅产业数字化、网络化、智能化发展呈现加速趋势。线上的文旅产品浏览订购服务具有高效、便捷等优势,但线下文旅服务的体验仍难以取代。数字文旅新业态、新体验、新消费将成为文旅产业发展重点之一,它们将进一步发挥科技及产业融合优势,不断推动文旅供应链重构,拓展新型文旅消费空间,引领体验消费、智能消费等消费新热点新模式。线上线下合作并非简单结合,而是整个环节的衔接,需要协调线上线下的资源,合理分配双方利益。在进行线上线下融合的过程中,需要投入更多人力资本,加快平台基础设施建设,磨合互联网与传统旅游业的业务体系、管理体系、采购分销体系等,还需要管理团队再造、企业文化重塑。

打通线上线下助推文旅融合发展,首先需要认识到文化是重要保障,通过拓展旅游文化内涵,创新旅游发展路径,提升旅游产品的文化价值,为旅游产业发展源源不断注入活力。

其次要增强科技应用和自主创新能力,积极培育新业态新动能。数字技术赋能文旅融合高质量发展,推动文旅产业体系的重组,通过壮大数字化人才队伍来激发传统文化创新,让优秀文化资源重新获得活力,从而实现文旅融合高质量发展。

最后要实现文化与旅游公共服务的融合。线上线下融合发展可以优势互补,助推文旅产业发展。运用新媒体营销,形成网民打卡参与传播热潮,进一步推动文旅产业复苏。实现文化与旅游公共服务融合,加大公共文化和旅游设施的建设,适应近年来井喷式增长的个人游、自助游发展趋势,破解旅游产业高质量发展的瓶颈。

线上线下深度融合后的文旅产业,未来可期。

本版编辑 陈莹莹 李静 美编 吴迪

数九寒冬,冬捕正忙。一年一度的查干湖冰雪渔猎文化旅游节在元旦前夕开幕,当天查干湖景区接待游客超5万人次,实现旅游综合收入4632万元。

位于吉林省松原市前郭尔罗斯蒙古族自治县的查干湖,蒙古语为“查干淖尔”,意为白色圣洁的湖,水面面积420平方公里,是我国知名淡水湖之一。这里至今仍然保持着延续千年的人工凿冰、冰下走网、马拉绞盘等冬季捕鱼方式。近期,“到查干湖看冬捕”成为不少游客的选择。

看鱼腾冰湖

1月11日中午12点,记者乘车来到查干湖,只见一辆辆汽车平稳地行驶在冰面上,丝毫不担心冰面会被压破。当地人称,查干湖冬捕主要在三九时节,湖里的冰层有半米多厚。

车辆在“鱼把头”马文岩带队的捕鱼区停了下来。不远处,6匹高头大马正在主人的指挥下绕着绞盘快速跑圈,绳索一圈圈地盘紧,将渔网一点一点地拖出冰面。出网口附近,游客沿着渔网绳索分列两侧,兴奋地等待着出鱼时刻。

“出鱼啦!”人们欢呼起来,纷纷拿出手机或摄像机对着渔网拍摄。大鱼随着渔网带出冰面,有的张着大嘴,有的不停摆尾,从一开始的稀稀拉拉到后来的数量逐渐增多。

查干湖冬捕用的网有自身特点,由96块“片网”和1个“肚兜网”(网肚)组成一个大网。在从入网口进行冰下下网时,渔工们用固定长度的穿杆带动,将大网的两端沿两个方向由上至下依次引导到下一个冰眼,依次向前推进,用两个多小时才能将这张2000米的大网在冰面之下部署到位,完成对鱼群的包围。出鱼时,大网两端在出网口被拉出冰面,由于鱼往下游动,最先出来的网几乎没有鱼,越往后挂在网上的鱼越多,更多的鱼则集中在最后的网肚中。作为网后端的“大兜”,一个网肚最多能容纳百万斤的渔获物。

来自长春的游客王猛从鱼网里挑出一条七八十厘米长的鲢鱼,双手托举着让家人给他拍照留念。之后,他抱着这条鱼来到了查干湖渔业有限公司设在冰湖上的现场售卖点,装袋称重、扫码付款,“来这里除了看冬捕,也要买一条大鱼让全家人都尝尝鲜”。

近些年,不少媒体关注和报道查干湖冬捕,有些美食类节目也在推介查干湖鱼鲜,查干湖早已名声在外。济南游客王志刚就是慕名而来的一员。“这是我第一次来吉林省,早就在电视上看过查干湖冬捕的壮观场面,虽然天气寒冷,但看了之后深感不虚此行。”他说,刚出冰面的鱼

散发着腾腾热气,让人看了特别激动。

更让人兴奋的则是查干湖冬捕节开幕当天的“红网”(一次捕鱼超过10万斤的丰收网)拍卖。本届冬捕节开幕当天,经过激烈竞拍角逐,预示着红红火火、年年有余的查干湖“红网”最终被一家公司以169.9999万元的价格拍得。据悉,拍卖所得款项将存入查干湖生态慈善基金,用于查干湖生态保护与建设。

在竞拍“红网”之前,查干湖主要是拍卖“头鱼”,也就是当季冬捕第一网打出的最大最重的鱼。为了争得这个好彩头,上个冬捕季的“头鱼”拍出299.9999万元,创下历年“头鱼”竞拍价格最高纪录。

马文岩说,得益于生态保护工作的有力推进,近年来查干湖水水质不断改善,鱼的品质越来越好。冬捕时,他们用6寸的大眼渔网捕捞大型成鱼,把小鱼留下,这样有利于查干湖年年有鱼,有利于查干湖冬捕习俗这一国家级非物质文化遗产代代传承。

品鱼宴美食

自查干湖冬捕季开启以来,今年33岁的曲丽杰就忙得不亦乐乎。她一边忙着经营自家在查干湖北湖边的鱼馆饭店,一边在网上销售查干湖鱼品。“我每天早上4点起床查订单,7点开始装车发快递,中午起锅炖鱼迎接客人,晚上去渔场选鱼。”曲丽杰说。

曲丽杰所说的渔场,是离她家饭店不远的“冰院子”。冬季的查干湖格外寒冷,鱼儿被捕捞出来后会冰面上迅速冰冻。这些鱼有的会被游客当场挑选买走,大多数则被查干湖渔业有限公司用车拉走,放在公司露天的“冰院子”里等待批发商和散客前来选购。

这几天,曲丽杰每天能接到200个左右的订单,288元、388元、588元、1088元的“全鱼宴”套餐类型不一。客户大多来自北京、河北、山东、吉林等地,广东、海南等南方省份的订单近两年也在增多。“十几斤一条的胖头鱼销量最好,足够五六个人炖着吃。”曲丽杰说。

记者走进这个可存放100万斤冻鱼的“冰院子”,只见院子里不少人在鱼堆旁选货,有的推着一小推车的鱼忙着装袋,还有人在支架旁做直播带货。院子一侧是一个面积1300平方米的库房,工人中有的正在摆箱码货,有的正忙着装车。

工作人员说,冬捕节开幕后的两个月是他们一年里最忙的时候,一天有15万斤至20万斤的出货量,尽管早上7点就开始上班,但有时因捕获量大晚上7点仍忙不完。

一天出这么多的货,都是怎么运出去的?在“冰院子”大门外,有顺丰速运、京东快递等多家快递公司设立揽收点,不少在“冰院子”选购了冻鱼的人选择在这里寄递,接单的快递小哥忙个不停。

查干湖的鱼最终流向了消费者的餐桌。查干湖出产60多种鱼类,胖头鱼最为有名,吃法也多样。来查干湖看过了冬捕的壮观场面,游客大多会就近找一家鱼馆饱餐一顿。

从小在查干湖长大的曲丽杰表示,她家鱼馆最有名的是全鱼宴,草鱼用荷叶清蒸,鲤鱼适合烧汁,黑鱼可以炖汤,胖头鱼酱炖最入味……“很多看冬捕的游客,在我家吃过饭,加了我的微信,就在网上订购我家的‘全鱼宴’套餐。套餐包装里有我家自制的酱料,普通人用了它也能做出好吃的鱼。”

在距离查干湖渔场100多米处,老关东渔庄已经迎来了这个冬捕季一拨又一拨的游客。“随着新冠疫情防控政策优化调整,我们在去年12月中旬就开始接到游客的预订电话,冬捕节开幕以来经常客房爆满、餐桌等位。”渔庄负责人尚影说。

老关东渔庄是查干湖渔村最早的农家乐之一。尚影说,这里有热炕,可保证游客住得舒服;有大厨,能够让游客吃得满足。这些年,老关东渔庄逐步扩大经营规模,见证了查干湖冬捕节影响力与吸引力的不断增强。

赏渔猎文化

除了看捕鱼、购鲜鱼、品鱼宴,游客在冬季查干湖还能够体验渔猎文化和冰雪乐趣。

在查干湖引松渠入湖口的河道上,十几个冰钓帐篷有序分布。这些帐篷里有已经打好孔的冰钓洞口,还摆放好了专用采暖炉、防寒垫等。来自松原市的钓友刘鹏正在帐篷里煮面,并注意观察着钓竿的反应。

刘鹏是自带装备来的,他花了200元钱购买入场券,准备了一些食物和矿泉水,晚上在这个帐篷里过一夜,“夜间帐篷里有亮光,容易吸引鱼过来透气,很有可能就上钩了”。

不仅仅是冬钓,本届查干湖冬捕节在两个月的时间里将为游客提供冰上龙舟赛、冰上越野滑雪、冰雪

宁夏贺兰山——

冰瀑带热古岩画

本报记者 拓兆兵

景区冬季体验类旅游新形象。

“我们深入贯彻‘保护为主、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来’的文物保护工作方针,坚持‘雄浑贺兰、千古岩画、艺术宝库、休闲胜地’发展定位,深化岩画价值挖掘阐释,以冰瀑项目为切入点,探索一年四季皆宜旅游的新模式。”贺兰山岩画管理处主任胡志平介绍。

记者看到,除了天然冰瀑、冰瀑外,该景区还结合景区深厚的文化底蕴及独特的奇峰造型,在山沟里人工浇筑了冰瀑,打造了听山耳语等项目,举办“观冰赏瀑”“观冰打卡活动”“FUN肆趣玩 嗨翻冬日”冰瀑嘉年华、“造趣艺术 上色暖冬”岩乐派研学冬令营、“冬日岩画 定格光影”贺兰山岩画冰瀑摄影展等主题活动。

寒冷的天气挡不住游客的热情,冰瀑的神奇和岩画的神秘不仅吸引了本地游人,也吸引了附

近省份的游客。39岁的杜磊专门和妻女驱车100多公里从内蒙古乌海市来岩画景区看冰瀑。“冰瀑很美很有趣,年轻人愿意看、愿意玩儿。如果单纯是冰瀑,估计景区不会这么火,因为西北的冰瀑并不鲜见。但在岩画这样神秘的古文化IP沉浸式场景中,冰瀑给人的感觉很不一样,打卡拍照的珍贵意义就显现出来了。”杜磊说。

用冰瀑燃爆岩画,景区找准了文旅融合的“燃爆点”,通过发展冰雪+文旅新业态、新项目,积极推动珍贵文物走进群众。借着红火劲儿,该景区还采取文旅+特色农业的模式,进一步盘活冬季文旅市场,举办了贺兰山冬季山货文化节等活动,利用景区的客流与平台,为贺兰山沿线乡镇的特色农产品搭建新销售平台,让藏在深山里的物产、产自农田里的特产因旅游的赋能而声名远播。



本届查干湖冰雪渔猎文化旅游节上的冬捕冻鱼鱼鳞。

松原市委宣传部供图