



春日古都游人意 何止望长安

本期主张

春光好

古都篇

文/羊城晚报记者 刘星彤 图/王昊鹏(除署名外)

春天是游赏历史感厚重的古都的最佳时节——春日气息的弥漫，花草景观的映衬，舒适宜人的气候，以及来自城市周边一丝绿意盎然的郊野春韵，无不将历史与现代都市气息融合的古都映衬得更加迷人。

作为十三朝古都的西安，当地人口中更带感的“长安”一称，表达了由古都魅力所带来的自豪感。本期，羊城晚报旅游周刊采访了旅行摄影师王昊鹏，由他口中的长安，来唤醒一场久违了的古都春日之旅。

长安古都：唐诗的最美诗篇

【解读】

如何欣赏古都？西安与唐诗分不开

从城市审美的角度看，所有古都都是值得留下脚步、去怀古的。

王昊鹏认为，和我国其他古都相比，西安以及西安周边更多的是一份古朴。作为十三朝古都，西安人常说，一下雪，西安就成了长安。而西安最美的不仅是落雪的长安，更有春天的长安——春天的生机，让千年古城焕发出新的生命力。古建上面各种彩绘的颜色，不同的色块和春天的植物花朵，构成强烈的色彩冲击。尤其对于喜欢摄影的人来说，在摄影的过程中，可以把人文的元素糅合进作品中，结合历史、环境的因素创作，在不同的地点，拍出不同的春天。

此外，值得一提的是，作为古都的西安和唐诗是分不开的。长安是唐朝的建都之地，唐诗里面有很多描写长安春天的篇章，比如：杜甫的《丽人行》中就写道：“三月三

受访者：王昊鹏

西安人/旅行摄影师、文博、自媒体达人



日天气新，长安水边多丽人”；再比如王维的“渭城朝雨浥轻尘，客舍青青柳色新”、李白的“咸阳二三月，宫柳黄金枝”、孟郊的“春风得意马蹄疾，一日看尽长安花”……这些描写西安以及西安周边咸阳等地春天的诗句，通过春色抒发了诗人的情感和寄托。

“从这个角度来说，古都的春天不仅仅是眼中看到的色彩斑斓，更多的是要从诗情画意中体会，去品味古都的千年历史、古建上的建筑构件，乃至一些彩绘等细节元素，如何与春天的气息相呼应。”

时博物馆的绿化很好，碑林博物馆、半坡博物馆、小雁塔博物院、秦始皇陵博物院以及号称露天博物馆的唐十八陵，都值得一去。

二是以秦岭山脉为核心的山水游。春天秦岭的山中开满了高山杜鹃、紫荆花和各种樱花，作为西安人的后花园，这条线路也是西安市民春日踏青出游的必选线路。

三是赏樱之旅。在西安赏樱，首选青龙寺，其樱花年代较久远，花期较长，配合寺庙中的古建筑，更添几分脱俗。此外，西安交大以及唐顺陵千亩樱花园，都是不错的赏樱地。

【推荐】

春天如何游西安？首选小雁塔及“博物馆”

春天去西安旅游，推荐哪些地方和线路？

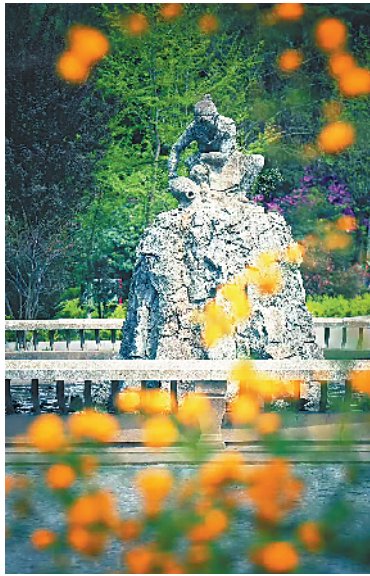
作为一名老西安，王昊鹏建议：地标性景观首选小雁塔。作为闹中取静的一处唐代古建筑，西安小雁塔位于西安博物院院内，其周边都是现代建筑和颇具风格的花草，从而形成了一种完美、惬意的结合，最能体现出唐长安的韵味。

而要深入感受古都西安的春天，他推荐了三条线路：

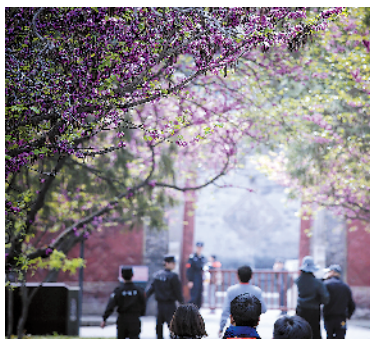
一是博物馆寻古之旅。西安号称博物馆之都，每个博物馆都有不同的主题，同



唐桥陵



春色与花朵点缀的半坡博物馆



兵马俑博物院



▲西安碑林博物馆的春天
▲利用多重曝光拍摄的碑林



【摄影贴士】 古都城市如何街拍？多关注人，徒步、坐公交车最好

古都漫游，城市街拍是一项非常耗体力，但同时乐趣无穷的摄影类别。王昊鹏表示，其中最关键的因素是人，切不可忽略了街拍中人的因素，更不要刻意等人走了拍空景，“恰恰是有了人，片子才‘活了’”。

他建议，若以拍片为目的，当到一座陌生城市，应首选徒步的旅行方式，其次是坐公交车。“在徒步时，可以看到很多富有烟火气的市井生活，捕捉到老百姓实实在在的生活。而坐公交车的好处则是，可以听报站器报站，聆听每一个地标性的建筑或街巷

的语音提示，帮助更进一步了解这座城市。”

需要提醒的是，在街拍中，一定要尊重人。所有街拍的前提是一定不能干扰别人的生活，也不能用片子去表达对被拍摄者的不尊重甚至是轻蔑的态度。“摄影作品能够表达一个人的态度，对生活、对人性的态度。总的来说，摄影应传递出积极、乐观、阳光的一种表述方式。”

国内古都春游，众中择一

推荐1:西安

西安有3000多年的建城史、1100多年的建都史，碑林、塔影、鼓楼、残缺的城墙……无不诉说着这座古老都城的厚重。尤其特别的是，西安的古韵与现代元素结合得相当巧妙——可以在古城墙上跑步、骑单车，在城墙下斑驳的秦汉瓦砾旁喝咖啡。

除了青龙寺、西安交大等地的樱花，环城公园黄色的迎春花，大明宫国家遗址公园的杏花等，都是西安独有的春天颜色。如果时间允许，从市中心出发，驱车仅需30公里就能到达春色无边的秦岭脚下，尽享秦岭的春日繁花。

推荐2:北京

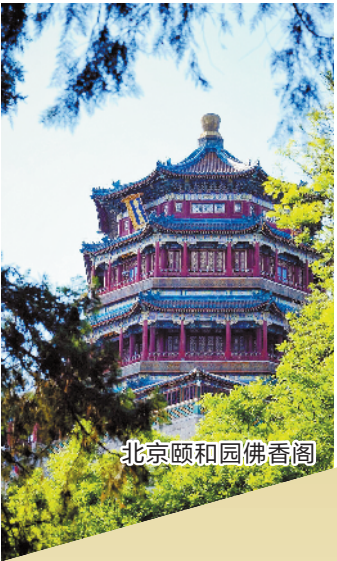
北京作为今日首都，六朝古都，有着3000余年的建城史和850多年的建都史。虽不是历史最久远或建都最多的古皇城，却是最具影响力的一座古都。

北京是全球拥有世界文化遗产最多的城市之一，城内的皇家建筑，以故宫、颐和园和十三陵为代表，每一处建筑的选址、布局和建筑用料都值得反复品鉴。春天到北京，玉渊潭、红螺寺、颐和园、八达岭、慕田峪……各地赏花让这座古老的都城多了轻快与明媚，漫步在昔日的皇家园林中，感受自是一番不同。

推荐3:南京

“六朝金粉地，金陵帝王州”的南京，有2400多年的建城史，曾有东吴、东晋等六朝在此建都，而1368年朱元璋定都南京开创明王朝，更是将南京烙上了大明胜迹的多处烙印。秦淮河、夫子庙、明孝陵以及江南四大名楼之一的阅江楼，都是最具代表性的古都地标。

春天的南京，鸡鸣寺的樱



北京颐和园佛香阁



茶农采摘西湖龙井“明前茶”
新华社记者 徐昱 摄

花，白马公园的桃花，玄武湖的迎春花，莫愁湖、明故宫的海棠……鲜花装点之下，更添欢颜。

推荐4:洛阳

洛阳亦有十三朝古都之称，同时也是历史上不少文人墨客钟爱的地方，李白曾八次游历洛阳，杜甫曾生活在此，白居易深居洛阳香山，这些才子名家用洛阳写下不少佳句，因此洛阳又称“诗都”，以春天最美、最富意境。

洛阳境内的名胜古迹，以龙门石窟及白马寺名气最盛。此外，还有著名的关林与十王宫等。而春天的洛阳，是牡丹花的天下。洛阳牡丹园、王城公园、西苑公园等地，盛开的牡丹昭告着属于洛阳的春天，建于古代东周王城遗址上的王城公园每年4月举办的牡丹花会，吸引众多游客。

推荐5:杭州

历史上，杭州历经吴越王朝、南宋王朝，虽仅两次建都史，却是著名的吴越文化的发源地，有着独特而深厚的历史文化积淀。尤其是自古以来，杭州城皆以风景秀丽著称，这座世人公认的“人间天堂”，仅靠颜值即领众多古都之銜。

杭州拥有具代表性的西湖文化、良渚文化、丝绸文化、茶文化等，大量的自然及人文景观遗迹集中在西湖及周边地区。

春天的杭州，太子湾公园、西湖、浙大的樱花，苏堤的桃花，孤山上成片绽放的杜鹃，以及梅家坞村茶山上茶农正采摘的西湖龙井“明前茶”，都是这座温婉的古都独有的春的信号。

四月，西溪湿地洪园的春季游园会也正式开幕，除了赏春游园，亦可乘坐摇橹船到湿地深处进行一场清新之旅——边品尝茶点，边聆听古典国风音乐，在行云流水间体会春的芬芳。

大咖论剑

社交旅游时代，会不会更有趣？

文/羊城晚报记者 黎存根

近年来，网络上各行各业都越来越重视“社交”。跟随大咖出行，参与大咖的活动等具有“社交”属性的旅游活动也是越来越多，也催生了一个新生“热词”——“社交旅游时代”。

最近几年，旅游行业业态在发生变化，越来越多的用户对旅游的要求也发生了变化，更加追求个性化的旅行，不再满足于去哪儿旅行，更多人开始关注跟谁旅行、怎么玩儿？传统旅行产品和旅游服务已不能完全符合用户的需求，于是，旅游大咖、各路达人招募粉丝旅行的形式开始兴起。

本期，《旅游周刊》专访两位旅游大咖、专家，说说她们眼中的“社交旅游时代”。

A 社交旅游时代已经来临

仅会参考朋友的经验，有时也会借鉴旅游大咖分享的经验并推荐做出决策，呈现出旅游社交圈的趋势。

在社交网络上，旅游消费还有一个后续展示的特点，大多数人旅游后会通过图片、视频、文字等在社交网络不断展示自己的个性化旅游成果，让人在社交网络中的关注度更高，这从客观上又推动了旅游信息在社交圈传播。所以，我们身边那些懂得“玩”的熟人或者旅游大咖，在社交网络上会起到引领旅游消费的作用，这会比一般的街头旅游广告效果更好。

2、大咖带队逐渐兴起，他们会为粉丝带来什么旅游线路产品？

庞倩怡：专业化的旅游类大咖出去旅游，多会选择自由行的方式，按自身需要从旅行六大要素中筛选出适合自己的产品设计行程。当他们要推荐线路给粉丝时，会设计让粉丝觉得有意思的路线，不过，这些线路并不一定能满足大部分人的需求。从我们这几年的经验来说，基于粉丝社群的特性，和传统旅行社在线路产品上进行合作，发挥旅游大咖的特长去改良这个传统产品，为线路增加两三个抢眼的个性化亮点，更能吻合粉丝社群的需求，收到的效果会更好。因为旅行社在整个旅游链条之中有完整优质服

务和供应商价格优势，旅游大咖和旅行社合作，对市场价格敏感度比较高的精明消费者，是一个多赢的选择。

3、大咖带队的社交旅游体验就一定好吗？

庞倩怡：一个有旅游大咖同行游玩的旅行团，必然和常规跟团游不一样，跟团粉丝和这个大咖有共同的兴趣爱好，会让旅游的趣味增加。但一个大咖工作很多，精力有限，带粉丝团只是一种特殊活动形式，不可能像职业导游那样常态化带团。而且大咖也很难把整个旅行团日常需求处理的面面俱到，旅游大咖和粉丝间关系，粉丝的需求差异，这些都需要考虑。假如旅游大咖处理不好时，甚至会对整个行程体验造成减分，要知道“一个人‘好会玩’，并不代表他个人‘带别人玩’”。因此，要想做好这类“大咖带团”产品，建议多个旅游大咖一起和可靠的旅行社合作，就可以在不同时段推出不同类型的个性化旅游大咖带团旅游产品，满足更多粉丝需求。

总的来说，旅游大咖设计路线并亲自带团的模式，为旅行服务提供了不同的特色和主题，对粉丝在精神和文化层面上有额外吸引力，但实际上旅游大咖还是无法代替传统旅行社行业机构，合作将为旅游市场带来更大空间。

B 旅行就是社交

旅行也是一种社交的方式
德迈国际供图



受访者：袁日
德迈国际旅行社市场品牌经理

在外界不少人眼中，从事高端定制旅游产品的德迈国际，是一家非传统型的旅行社，策划的旅游产品和召集的客人构成一个明显的“社交圈”。

1、德迈国际线路产品中颇具社交属性，是不是故意为之？

袁日：我们没有很明确的社交旅游概念，只不过就是在旅

行方式上面能够体现出一些社交的特点。德迈国际有一个宗旨，就是致力为旅行者实现旅行梦想，并愿为旅行者构建一个以“游伴即伙伴”为概念的高端圈层平台，让我们的旅行不止于旅行，更是一场探索自我，向内行走的成长之旅。因为很多旅行者追求的旅行方式，喜欢的旅行体验也不同，喜欢摄影的、喜欢潜水的、喜欢深度文化特色的、喜欢户外徒步的等等都会形成自己的圈子，根据不同需求，在志同道合的情况下，我们就会组织策划一些主题性的旅行。

所以如果是从主题旅游的需求点出发的话，与其说是社交旅行，还不如说旅行其实就是社交。旅行其实就是一种社交的方式，基于旅行这种方式体现出来。而我们在大家志同道合一起玩的主题旅行中就少不了社交分享，可能是旅途的讲座分享和交流，也可以是认识一些新朋友，甚至遇到人生中的另一半，这可以说是社交的最高境界了。

2、兼具社交属性的旅游活动产品会不会更加具有吸引力？

袁日：从产品的角度看，有一些社交属性的活动体验肯定会吸引游客更有吸引力。因为主题旅游自带社交属性，像摄影团吸引的肯定是一批喜欢摄影的、喜欢潜水的、喜欢深度文化特色的、喜欢户外徒步的等等都会形成自己的圈子，根据不同需求，在志同道合的情况下，我们就会组织策划一些主题性的旅行。

所以如果是从主题旅游的需求点出发的话，与其说是社交旅行，还不如说旅行其实就是社交。旅行其实就是一种社交的方式，基于旅行这种方式体现出来。而我们在大家志同道合一起玩的主题旅行中就少不了社交分享，可能是旅途的讲座分享和交流，也可以是认识一些新朋友，甚至遇到人生中的另一半，这可以说是社交的最高境界了。

打卡外，还能满足他们在精神层面的一些追求。还有一些科学家、经济学家、美食家、哲学家、心理学家同行……也能为跟团游客带来更多的知识收获和更深层次的旅行体验。

另外，现在客人出游的主题目的性也越来越明显，家人朋友一起组团出游，让旅行社操作和服务，也体现出社交旅行或者旅行就是社交的这样一个特点。通过这些融入旅途之中的社交属性，使参与者获得良好的旅游社交体验，我们的产品也会得到的更大认同。

此外，我们也重视线下的社交活动，如邀请名家举行读书会、生活美食家分享美食等一些活动的举行，延伸出属于德迈国际客人、团友之间的社交活动。



南极之旅 德迈国际供图