



中国阳山:文旅产融,书写“新桃花源记”

□ 文化产业周刊记者 张艾情 张梓扬 特约通讯员 俞显峰



天然作景,桃花为媒;文化搭台,经济唱戏。阳春三月,无锡阳山镇盛大迎来第27届“中国·无锡阳山桃花节”,这是一场包罗“奔跑,在蜜桃小镇”2023阳山半程马拉松、“奋进新征程 桃源新印象”摄影大赛、2023年“水墨江南”全国大学生写生旅游节开幕式等,融赏花观景、文旅休闲、经贸合作与人文交流为一体的大型“文商旅体”综合型活动。深挖桃文化内涵,文旅产融将持续迸发阳山乡村振兴的活力。

生态宜居,为乡村振兴增添“幸福色”

桃花源里咖啡香,这里不仅有咖啡馆的格调,还有图书馆的氛围。日前,阳山镇桃源村引进第一家咖啡馆——仙木里咖啡,屋顶以安山、长腰山为设计原型,高低起伏,错落有致;室外落地窗以桃树老桩作为搭配,在墙面、楼梯等配合桃树枝丫、花瓣元素,充分彰显了阳山桃花源的原汁原味。在这座由闲置农房改造成的空间中,不仅有拿铁、摩卡、美式等20余个咖啡品类,还有3000余册图书存量,充分满足农民闲暇时的休憩需求。

一条1.2公里长的健康步道,南面是修葺一新的村落,北面是郁郁葱葱的桃树林,桃花盛开时节,这里的百姓都会招待亲朋好友来家里住上几天,吃农家饭、品农家菜、赏农家景,享受乡村独有的风景,怡情养性,康养身心。

“我最喜欢这个新建的健康步道了,又干净又漂亮,只要天气好,我每天都要来走上几圈。”75岁的村民唐国清美滋滋地说道,饭后散步,成为他每天的必修课。

无锡市阳山生态休闲旅游度假区管理办公室主任、阳山镇党委书记许彤亮告诉记者:“这样的村落,在阳山越来越多。”生态宜居,是乡村振兴的内在要求,从“村容整治”到“生态宜居”反映了农村生态文明建设提升,也体现广大农民群众对美好生活的向往。许彤亮说,如今的阳山镇,已登上江苏省桃源风情小镇、江苏省美丽宜居小镇创建试点榜单。

去年,阳山镇着眼美丽宜居,高标准完成4个美丽村、7个宜居村、50个整治村建设,山南头文化艺术村落建设稳步推进,桃源村后场、桃源村山南头、新渡社区山嘴头3个村落的82户农房改建工程全面完成,火炬村“市级美丽乡村示范村”完成验收……昔日稀松

平常的田园风光迸发出乡村诗意,老旧古朴的村落展现出新鲜活力,绿色抹亮了村居环境,让乡村变了样子,也让村民们的生活发生着改变。

产业赋能,为乡村振兴奏响“奋进曲”

阳山发力起笔“数字阳山”建设,培育智能工厂、数字农业、智慧文旅,推动数字技术与产业转型、城市治理、乡村建设、民生服务深度融合。走进阳山镇现代农业产业园,田间沟渠、田埂村道焕然一新,院士之家、教授工作站、大师工作室人才济济。

“一年之计在于春”,还未来得及脱下厚重的棉衣,桃农们已忙碌在田间地头,开启了新一年的甜蜜事业。近年来,阳山镇打好传统产业转型升级、特色产业做强、优势产业升级“三张牌”,产业结构不断优化,以桃甜助民增



收,提升“阳山品牌”成色。

产业振兴是乡村振兴的重中之重,是解决农村发展问题的基础。去年夏天,为帮助桃农解决卖难问题,阳山镇积极协调资源,在上海生鲜加工中心、北京新发地、广州江南水果市场、河北高碑店等地设立阳山水蜜桃中转集散中心,依托镇集体企业平台开设绿色通道,采取冷链车双闭环配送的方式,把水蜜桃“点对点”运输到各地集散中心,再由当地的配送员直接送到客户手中,物流司机全程不出驾驶室,既满足了客户的需求又减少了接触,保证了水蜜桃销售顺畅。同时积极引导桃农加强与各大电商平台合作,大力开发深圳、广州、重庆、成都、武汉、西安等新兴市场。去年,水蜜桃全年总产值达5.7亿元,阳山镇获评全国乡村特色产业十亿元镇。

销售持续走高的背后,是阳山水蜜桃品质的不断升级。紧扣国家现代农业产业园建设目标,配合完成6000亩水蜜桃种植基地改造提升项目;积极实施水蜜桃产业、品牌双提工程,“阳山水蜜桃”地理标志保护基地正式揭牌,并获评江苏省地理标志保护和保护项目、获得首届江苏省品牌农产品营销大赛十强、上榜2022年农业品牌精品培育计划名单;成功申报省级县域电商产业集聚区,线上线下一体化销售模式积极克服疫情影响,实现水蜜桃丰产丰收……一项项实笃笃的举

措让水蜜桃成为阳山百姓的“致富果”,也奏响了阳山乡村振兴的“奋进曲”。

文旅融合,为乡村振兴构筑“新引擎”

近年来,阳山镇不断完善配套基础设施和公共服务设施,走农旅结合、文旅互动的特色发展之路,大力发展生态、观光、体验、创意农业,拓展发展空间,让游客来村里更“有看头、有玩头、有念头”。

点面结合,勾勒全域旅游“新图景”。从风光秀丽的亿年火山到寂静清幽的千年古刹,再到墨香浸润的百年书院,让深藏于乡野阡陌、都市街巷的阳山传统文化走进更多人的视野。全域“田园综合体”建设多点开花,度假区综合服务功能延伸拓展,从卖桃、卖树到卖生活,从桃花节、蜜桃节到丰收节、年味节,从桃缘山庄、农家乐一条街等本土品牌,到花间堂、紫藤园等小而精的项目,再到田园东方、国家地理等大IP携手,全面打响“春花、夏桃、秋枫、冬浴”四季品牌,努力构建“全时+全季+全域+全景”的大文旅格局。真正让生态旅游插上文化的翅膀,让文化的“厚家底”成为发展的“新引擎”。

以文旅新业态塑造发展新优势。结合阳山区位特点及独特地貌,深入挖掘旅游发展潜能,培育特色文化村落,打造全域旅游环线。成功签约锐森冰上项目、阳山湖国际高端酒店等优质文旅项目,全面启动度假区整体旅游策划,扎实推进耘林苑、朝阳禅寺二期、国家地理营地建设进度,紫藤园项目即将试营业;度假区入口节点、2A级旅游厕所等基础设施全面提升,“中国旅游日”惠民旅游启动仪式、大学生写生旅游节等重大节庆活动亮点纷呈;桃源村入选全国乡村旅游重点村,新渡社区入选省级乡村旅游重点村。

乡村是充满希望的田野,也是干事创业的广阔舞台。阔步走在乡村振兴的康庄大道上,阳山在广袤桃花源里绘就壮美画卷,奋力书写新时代“山乡巨变”新篇章。

图片由无锡市阳山镇人民政府提供



江阴祝塘:小口琴“奏”出“文化+制造”的大乐章

口琴作为乐器类的小众产品在全球仅18家左右具有完整生产能力,有自己品牌的生产企业。在江阴市祝塘镇的东方乐器以及旗下的江苏惠文乐器和江苏惠文文化,凭借近40年的口琴制造功底,在祝塘古镇近千年的文化沃土培育下,疫情3年来,公司口琴销售以每年20%以上的增速逆势上扬,成长为行业的领跑者。

“没有文化的加持,口琴要做大做强是难以想象的”,东方乐器(惠文乐器)董事长孔文忠由衷地感叹。东方乐器(惠文乐器)坐落在祝塘镇景阳村大宅里,大宅里古称梧栖里,是徐霞客的祖居地,历史文化底蕴深厚,子承父业的孔文忠一直埋头于口琴制造,虽然产品质量不错,可是难以打开更大的销售市场。

近年来,祝塘镇加强了江南文脉的保护和挖掘,梧栖里文化成为该镇独一无二的文化名片,多年制造的历练,走南闯北的销售经验在文化加持下使东方乐器(惠文乐器)开始了“文化+制造”的全新发展之路。

“让乐器成为家庭的标配,音乐成为生活的刚需”——是中国乐器协会推动行业纵深发展的核心理念。当下,各类“高大上”的乐器成为人们的新宠,小口琴被渐渐冷落,东方乐器提出了“要使口琴销售有市场,必须要让大家学会它、爱上它,成为人们精神文化生活的一部分”的工作思路。

口琴进校园是东方乐器(惠文乐器)步入文化产业的新起点,在祝塘镇政府的大力支



东方乐器惠文文化公司内的口琴重奏文化雕塑墙



被誉为“口袋里的钢琴”的Easttop(东方乐器)半音阶口琴

创立于1954年的经典敦煌牌复音口琴

持下,2018年东方鼎口琴进入了文林中学,没口琴,没专业教师队伍,惠文文化主动投入。从2个班级100名学生开始,如今在文林中学,每年都有3个年级18个班近千名学生学习口琴,口琴教师也达到了80名,学校成为中国大众音乐协会口琴教育示范基地,在国内各类口琴比赛中多次获奖。

东方乐器的做法得到了中国大众音乐协会口琴专业委员会认可,2020年在安徽阜南县全县推动“口琴进校园”活动,担任专委会秘书长的孔文忠从口琴到师资给予了全方位的支持。最新统计显示,阜南县学习口琴的学生达14万人。

和国外发达的口琴音乐相比,国内口琴组织和活动比较薄弱,2015年起,东方乐器(惠文文化)联合国际国内口琴音乐人及口琴团体,发起并成功举办了第三届华夏口琴艺术节,通过艺术节的形式,积极推动了口琴音乐在中国的传播。以“节”聚友会友,参加艺术节的人数也从首届的800多人发展到第三届的2500多人,目前华夏口琴艺术节已经成为国内最大和最具影响力的口琴艺术节。

在著名口琴大师及团体的支持下,东方乐器(惠文文化)还把目前世界规模最大的亚太口琴节引入中国,在北京和线上举办了2届,第十二届亚太口琴节吸引了26个国家和地区的2800多名口琴爱好者参加,创造亚太口琴节开办以来的最大规模。

长期以来,口琴由于没有明确的定位,口琴爱好者、口琴音乐团体大多比较分散,各自粗放式发展。2017年,江苏惠文文化发展有

限公司倡导成立了中国大众音乐协会口琴专业委员会,成为国内第一个正规合法注册的口琴音乐文化团体。5年多来,专委会已经批复并在各地支持、结对共建成立了近50家大众乐团和13家大学生乐团。2023年提出了100家乐团的组建目标。

乐团的建立尤其是企业内部乐团的设立,使员工们在学会口琴演奏的同时,在口琴制造的质量上有了极大的提升,一些发音灵敏度、漏气等细节问题在员工学会演奏的基础上很快被发现,问题迎刃而解,确保产品出厂质量合格率达100%。

口琴诞生至今,很多人并不把它当作乐器来对待,认为它不过是孩子们口中能发声的玩具。直到2018年9月17日,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布了《中华人民共和国GB/T 36723-2018国家标准号》,其中“口琴”被列入“音乐—其他一吹奏类—专业乐器”的考级目录,这是我国首次把口琴列为正规乐器,彻底实现了几代口琴人的梦想。

作为中国大众音乐协会口琴专业委员会秘书长的孔文忠一直致力于口琴文化的推动和传播。在口琴被列为正规乐器后仅一年,中国大众音乐协会就获得了《中华人民共和国社会艺术水平口琴考级资格证书》,惠文文化成为全国口琴考级承办单位,出版了中国第一本正规的口琴考级教材《中国大众音乐协复音口琴考级全国通用教材》。

目前,惠文文化已在全国设立了12个口琴考级点,培训了近50名口琴考官,200多人

通过了口琴考级。“受3年疫情影响考级工作进展较慢,目前已经全面恢复正常。”孔文忠对口琴考级的未来充满信心。

东方口琴博物馆的面世更是将祝塘、江阴,乃至中国的口琴历史文化推向极致,从此中国及世界口琴文化有了清晰的脉络和实物影像资料。惠文文化2020年投资1200万元建成该馆,是目前全球最大的口琴博物馆。

一部世界口琴的文化历史、一台实景演奏的口琴音乐会、一条口琴生产线、一堂口琴入门课、一只自己动手制作的口琴。口琴博物馆不仅可以参观,更要成为文化活动的全新载体。在江阴市文体旅游局和祝塘镇政府的支持下,惠文把公司打造成文化旅游景点和青少年文化实践基地,从口琴制造到口琴音乐,全方位感受口琴的无限魅力。

除受疫情封控影响外,近年来惠文接待的参观和青少年口琴实践团队超百个,社会反响良好,打响了品牌,形成了文化、扩大了销售。

文化加持促进了口琴的销售和附加值的提升,同时又反哺了口琴的制造,疫情3年惠文致力于设备更新、工艺革新,产品研发投入不断增加,完成了全系列产品的迭代升级,具备了和国际老牌口琴制造商竞争的的实力和信心。在专业演奏级市场Easttop品牌已经成为口琴演奏家们争相选择的名牌产品。

“一体两翼四特色”。2月22日中国轻工联合会党委副书记、中国乐器协会理事长王世成在祝塘镇调研东方乐器(惠文文化)后,对公司“文化+制造”的做法表示了高度赞同。

从口琴进校园、组建口琴乐团、举办口琴艺术节、出版口琴刊物,到目前国内唯一的口琴考级资格证、世界最大的口琴博物馆,以及口琴文化旅游、青少年社会实践基地,惠文文化每年在口琴文化方面的投入都超百万元,累计达2000多万元。

“口琴文化的投入推动了产品附加值的大幅提升,企业步入高质量发展。”孔文忠表示,目前公司的Easttop(东方乐器)、敦煌、魔术师等品牌口琴在国际国内市场不仅是优质名牌的体现更是高端的象征,尤其是Easttop口琴目前在亚马逊等国际电商平台单品排名前三,打破了欧盟口琴在国际口琴市场上的长期以来的垄断地位。

马晓康