



一名外籍游客体验乡射礼(资料图)。

# 孟子修学游不再“游多学少”

## 产品寓教于乐、游学相长,还有了海外专卖店

本报记者 黄广华

如今的孟子修学游变了,它变成一套寓教于乐、游学相长、文旅融合的新型修学游产品,游客在邹城有所玩、有所学、有所悟。也正是因为这种变化,到邹城修学的人越来越多。2014年邹城接待游客200多万人次,其中孟子修学游仅暑期就接待3万多人次。

### 邹城旅游有了海外专卖店

在年初举行的孟子修学游国际论坛暨邹鲁研学旅游联盟成立大会上,来自旅行社、旅游网站、书院、国学机构以及韩国、新加坡等地的百余名嘉宾,共同探索新常态下文化、教育和旅游的跨界融合,助力孟子修学游品牌走向世界。

会上,邹城市与新加坡、韩国、香港、台湾4个海外片区的旅行商颁发了“孟子修

学游”旅游产品独家代理授权书,签订2015年的“孟子修学游”旅游产品购买协议,标志着孟子修学游在海外重要客源地有了“专卖店”。这不仅畅通了孟子修学游产品的销售渠道,放大了孟子修学游品牌在海外的影响,也使重要客源地旅行社得到了孟子故里优惠的促销让利,实现了双方互利共赢。

邹鲁研学旅游联盟是国

内首个跨界融合文化、旅游和教育于一体的“研学产销游”联盟。既有邹城孟庙孟府景区、峰山风景区等修学游基地,又有海内外著名旅行社、OTA网站等修学游产品渠道商;既有海内外著名书院作为修学游文化研究支持单位,又有国学教育机构等修学游客源合作方;还有山东省旅游规划设计研究院、泰山旅游规划院等业务指导

机构,真正实现了集修学游基地落地、海内外旅行社营销、书院研究机构学术支持、国学教育机构客源输送、规划研究院战略指导于一体、上中下游联动的“研学产销游”联盟模式,这是国内首创、更是独创,真正能够充分发挥各自优势,整合研学旅游所有要素资源,推动修学游产品形成完整统一的一条龙供应消费链。

### 孟子修学游不再静态展示

孟子修学游产品在优化提升访圣怀古、学儒习礼等基本研学旅游内容的基础上,创造性开发了成人礼、开笔礼、乡射礼、祭祀孟子仪式等儒家传统礼仪修学体验项目,改变了以往修学旅游“静态展示”、“游多学少”的局面,打造了一整套寓教于乐、游学相长、文旅融合的新型修学游产品,真正让游客在邹城有所玩、有所学、有所悟。这种研学旅游与儒家礼仪的融合模式,为儒家传统礼仪活态传承提供了新平台,使其进入日常化展演推广的“新常态”。

孟子研究院院长王志民认为,复兴邹鲁之风,就是要复兴邹鲁之地、邹鲁之人的文化精神,推行读书学习之风,学习中华文明优秀传统文化。“通过旅游发展来展示和感受邹鲁之风,传承民族文化遗产,对于文化建设、民族复兴具有非常重要的作用。”

近年来,邹城抓住儒学研究、研学旅游升温的重要机遇,深入挖掘孟子文化、邹鲁文化内涵,精心设计并推出“教子有方”亲子游、“游学邹城”儒家文化体验游和国际修学营三大旅游产品,相继推出启智礼、成人礼、乡射礼、祭祀礼、孟府婚礼等旅游产品,不断焕发研学旅游生命力,有力提升了邹城文化旅游综合竞争力。

邹城市旅游局统计,2014年邹城接待游客200多万人次,其中孟子修学游仅暑期就接待3万多人次。

### 体验儒家文化离不开邹城

邹城市陆续推出了“孟子修学游”、“我的成人礼”、“孟府国学夏令营”、“冬至祭孟大典”等修学旅游产品,受到海内外儒学文化爱好者、青年学生和家长的广泛关注。邹城市旅游局统计,仅2014年“十一”假期,邹城旅游接待人数较去年同期增长了40%左右。

新加坡金航旅游集团董事长林琰利认为,作为深受

儒家思想影响的国家,邹城推出的修学游产品对新加坡游客产生巨大吸引力。“儒家思想中的以人为本、和为贵的思想对新加坡老百姓的影响巨大。但随着现代化的发展,新加坡的孩子们渐渐丢失了传统文化,政府和家长们都很着急,新加坡的孩子们急需到中国来,体验这种天然存在的儒家文化传统。”从事修学游推广20多年的林利

琰说。

“全面了解儒家文化,孔孟思想缺一不可。”台湾志洋旅行社董事长助理简慧敏说,志洋旅行社已经做了13年的山东旅游,邹城一直是她们旅游线路中的一站。成为孟子修学游台湾地区独家代理之后,旅行社将在旅游线路中增加邹城的分量,让游客更多地接触了解孟子思想。

在江苏彭城书院院长汉风看来,传统文化热将吸引更多人参与修学游。他说,相比走马观花游览名胜古迹,现在人们更希望通过旅游了解名胜古迹蕴含的历史文化,修学游可以让人们把传统文化教育和文化古迹、名山胜水结合起来,通过实实在在的历史遗迹感悟历史文化。