2024年4月18日 星期四
责编:孙静 美编:卢斌
新华墨

赏樱,何以年年牵动人心

“中山公园的樱花开了吗”,每年春天青岛人都在心里盼望着。这几天,樱花盛开的消息传开了——

社交媒体上,有网友分享自己飞了一千公里到中山公园“追”樱花的经历;樱花树下,扛着长枪短炮的摄影师,穿着汉服打卡的姑娘,人头攒动;全国各大春日赏樱攻略中,青岛中山公园榜上有名……

作为樱花的故乡,中国樱花野生资源丰富,赏樱文化自古有之。“年年岁岁花相似”,在众多樱花海中,中山公园的樱花究竟有何魅力,成为青岛赏樱地标,年年牵动人心?

樱花盛开,引人驻足。张美秀 摄

一

作家臧克家曾用“只见樱花不见天”,形容中山公园樱花体感上的多且美。这里有单樱、双樱2000余株,品种20多个,樱花密度高,每逢花开甚是好看。然而,樱花不只鲜活于枝头,也是连接人与人、人与城市、人与自然的纽带。

一枝一叶,见证城市变迁。中山公园赏樱有一百多年的历史,种植起始可以追溯到20世纪初。1901年太平山造林,后建植物试验场,引种各类植物,这其中就有樱花树两万余株。那时,其他城市少有大片、成规模的樱花出现,这让青岛在种植历史、规模、品种上,有别的城市无法比拟的优势。

上世纪三十年代,青岛率先举办大规模樱花盛会,兴起了最早一轮的赏花经济。许多商人瞅准了日子,设摊开张:卖药的、演戏的,一个挨一个,云光、鸿新、天真等市内知名照相馆也都竖起旗帜,打出招牌。“男的一批,女的一批……穿旧衣,穿新衣,穿旗袍,穿奇异摩登旗袍的,一批一批都向第一公园(中山公园)进步。”

满园繁花,一年一度的“浪漫相约”。到中山公园赏樱,是青岛人从上世纪三十年代沿袭至今的春季休闲活动。1935年,青岛时报刊登了《樱花盛开,汇泉道上游人如织》一文,记录下市民“一春情绪为花忙”的赏花盛事。曾旅居青岛的梁实秋、吴伯箫、闻一多、臧克家等文化名人也都到此赏樱,写下赞美文章。

彼时,每逢樱花季,胶济铁路还专门开行赏樱专列,四方游人云集青岛,盛极一时。而今,花期一到,早上五六点钟,中山公园几个经典机位上总会竖起长枪短炮,一张图、一段视频、一篇美文,顺着网络传至各地,每年吸引数百万市民游客奔赴。

“樱”春而来,花开的气候物语。老舍曾写道,“因为青岛的节气晚,所以樱花照例是在四月下旬才能盛开。樱花一开,青岛的风雾也挡不住草木的生长了”。

根据每年气候变化,中山公园樱花每年在4月至5月次第盛开。专家介绍说,樱花盛花期标志着青岛沿海一带气象意义上的春季到来了。

二

社交媒体上,流传着一份《全国赏樱地图》:北京玉渊潭的樱花历史悠久,无锡太湖鼋头渚的樱花交织着现代与传统,南京鸡鸣寺的樱花平添几分禅意,武汉的樱花浪漫火热……青岛中山公园的樱花靠实力上榜。

独特的“先天禀赋”。不是所有城市都适合种樱花。樱花为温带、亚热带树种,喜欢阳光充足和温暖湿润的气候条件。在地球仪上画个圈你会发现,樱花的发源地喜马拉雅山脉,“樱花之城”武汉、杭州等,几乎都在北纬30度这条黄金带上。

青岛地处北纬35度附近,属于北温带季风区,作为赏樱地标的中山公园,背依太平山,面临汇泉湾,阳光充足、湿度适宜,与樱花的生长发育节律“一拍即合”。

文人墨客的“诗意代言”。众多的文化名人在青岛留下印记,在他们笔下总能找到中山公园樱花的“踪迹”。

1925年康有为游园时,曾写下“落红盈寸铺三里,夹道樱花似散云。碧海蓝天景如画,纷纷游人画中来”的诗句。上世纪三十年代,老舍旅居青岛,撰写过一本短篇小说集,取名《樱海集》,其在青岛拍下的照片中,就有樱花树前的留影。臧克家的《青岛樱花会》,让人看到1934年“樱花路是热闹的中心”。就连鲜少写抒情散文的闻一多,也曾用浪漫、热烈的文字描绘中山公园的樱花:“四月中旬,绮丽的樱花开得像天河,十里长的两行樱花,蜿蜒在山道上……樱花落了,地下铺成一条花溪。”

樱花背后的城市美学。每年盛开的樱花,是具有辨识度的青岛景观符号,创造了具有生态价值和感性价值的美学无形资产。

每当中山公园樱花盛开,青岛的城市气质就变得格外浪漫旖旎。有网友说:“青岛樱花一开,才知道什么叫浪漫满城。”青岛人赏樱的步伐,也从中山公园扩展到了城市的大街小巷。每到花季,海边、校园、小区内、道路旁、山脚下……到处都有樱花美丽的身影。一路繁花相伴,也让人重新审视樱花在城市生活中的“显示度”。

三

春日百花争艳,樱花如何脱“樱”而出?我们不妨从这三个“跳出”来解读一番。

跳出植物之花的局限,拓展文化之花的内涵。

当我们将目光聚焦于全国的“赏樱胜地”,就能清晰地看到,对大多数游客而言,吸引他们奔赴的不只是漂亮的花朵,还有花背后的人文景观。如武汉凭借着武汉大学樱花率先“出圈”,武大的人文气息赋予了樱花更多的内涵;南京、无锡等城市,则将江南水乡的水土气候和樱花景观彼此相连。

每个地方都有各自的地域特色、民俗特点、文化特质,用好这些元素,才能在每年樱花盛放中找到独属于自己的城市美学。

跳出花期短暂的限定,拉长春日经济的链条。

一朵樱花从开放到凋谢大约持续7天,这种“过时不候”的美丽特质,让樱花获得了和其他种类的花卉不同的观赏性格,自带文旅热度,美丽容易“变现”。要全面打开“赏樱经济”,不能止步于“走马观花”。

樱花雪糕、樱花米酒、樱花奶茶、樱花面、樱花鸭脖……要让樱花从“都市取景框”里走出来,浸润日常生活,焕活城市美学。此前,青岛樱花节着力打造“樱花+”,汇聚樱花创意造型美食、樱花主题文创好物等,补强玩法、延伸春日经济产业链。

跳出单一的园林绿化,营造复合型的赏花IP。

“樱花下落的速度是秒速5厘米”“雾尽风暖、樱花将灿”“樱花树之下,没有陌路人”……与其他花相比,樱花自带的浪漫特质让它成为营销的一大IP。南方城市频频掀起“以花为名”IP经济热潮,“南京有座樱花天梯”“AI视频看武汉樱花漫城”等樱花主题的城市热搜轮番登场。

当前,各地都在更新赏樱地图,谁的品牌形象更具特色、营销策划更有新意、推广手段更富效果,谁就更有可能被人们了解、记住。建园120余年的中山公园是青岛文化IP的“富矿”,要用运营思维,放大樱花效应。

当亿万朵樱花同时怒放,没有哪座城市能忽视其带来的价值。一座城市的“含樱量”,让美景慢慢变成了文化,成为这座城市的独特记忆。

(转自青岛宣传)

青岛中山公园樱花大道上,游客们前来赏樱。张青 摄