



有收藏了 1000 多套各类锡器藏品的锡器博物馆，面积是目前国内最大的，半敞开式的展台，向游客展示采锡、炼锡、打锡等工艺特色；这里的非遗当然也包括美食：生禄斋苏式月饼早在清朝时就成为皇室的贡品、张记饴糖将饴糖糖浆浇铸在光滑的大理石板上，构成情态生动的图案，别具匠心。

茶音·传统文化体验馆里，苏州评弹清幽婉转，尽显江南雅韵；古戏台上，节假日有芦墟山歌和戏剧表演，到了中秋节，还有独特的“中秋显宝”习俗，将自己收藏的古董宝贝供奉出来让亲朋好友、四乡百姓观赏；六悦博物馆里的 40000 多件展品都是江南生活中的老物件，静静讲述旧江南的真实生活；还有柳亚子纪念馆，徐悲鸿艺术馆……与时下流行的“特种兵”吃喝打卡式旅游不同，黎里适合文化慢游，慢悠悠地，感受江南意蕴，体味真实人生。

泰剧爱豆伴你同游

韩流美剧各领风骚数年后，最近荧屏上又火起来的却是泰剧——早在 2009 年，《丘比特的圈套》等泰剧就曾掀起过一波泰剧热潮，许多视频网站也开辟了泰剧专区——但和 2020 年以来席卷全网的几部泰剧相比，仍是小巫见大巫。随着近年来《以你的心诠释我的爱》、《黑帮少爷爱上我》、泰版《流星花园》、《天生一对》、《禁忌女孩》、《逐月之月》等剧的热播，片中的主演也一个接一个地大火，像当年韩剧《来自星星的你》中的都教授一样，



上图：泰剧《以你的心诠释我的爱》剧照。

接代言接到手软，身背上百个品牌代言都不稀奇。

众所周知，泰剧的特点是俊男美女当道、强情节、强戏剧性。而在这波泰剧高潮中，也出现了与从前不同的情况——传统电视台拍摄主流电视剧，而网播剧的生态却往往以纯爱题材为主，因此也捧红了一对接一对的 CP，比如泰国眼下最红的明星组合 BKPP 就因出演纯爱剧《以你的心诠释我的爱》而走红。

曾经小众的纯爱剧，如今也成为大众追捧的潮流。泰国最大的唱片公司 GMM 旗下 GMMTV 就制作了《爱情理论》《假偶天成》《千星传说》《爱我你再亲亲我》等剧，捧红了 Singto & Krist、Off & Gun、Tay & New、Earth & Mix、Bright & Win 等多组 CP。Be on cloud 公司去年有一部爆火的《黑帮少爷爱上我》；而曼谷的 Studio Wabi Sabi 工作室也捧红了 Perth、Fluke、Mean、Boun、Prem 等男星。

泰剧让人看到它强大的造星能力——无数来自中国的粉丝，为了偶像一掷千金，在泰国曼谷的 MBK 购物中心、曼谷帝国大厦大屏幕上投放爱豆（偶像）的视频广告，7 天滚动播出的耗资超过万元。不仅如

此，粉丝为爱豆送花送礼物，也不走寻常路，送的花竟然是“钱花”：用泰铢叠成花的形状，一朵一朵扎起来，有的足可高达两层楼，一束花的花费，就能过万元。

泰剧的制作方看到了爱豆带货的超能力，继而推出“伴游”活动——最近，泰版 F4 成员就邀请粉丝在游艇上共度美好的一天；而许多刚刚开始泰剧拍摄的小演员，为了吸引更多人气，也会在公司的组织下，为中国粉丝提供精品伴游小型旅行团，爱豆亲自担当导游和陪游，可以游览泰国名胜，也可以共赴海外成团。比如 Off & Gun 这对 CP 就有“15000 同游日本四天三晚”活动，15000 元人民币的价格，甚至还包括来回机票、签证、住宿、餐饮和迪士尼门票，粉丝直呼：“国内音乐节门票还要 2000 元一张，泰星同游，只要 15000，感受到了追泰娱的快乐。”

据参加过爱豆伴游泰国的中国粉丝介绍，泰国娱乐圈给人感觉很佛系，虽然看上去好像很卷，其实是大家各赚各的钱，没有非要争个你死我活的感觉。明星也都很亲和，与追内娱明星感受到的拒人千里之外和高高在上完全不同，这也是为什么泰娱更能让粉丝一掷千金的原因所在。

不仅是泰国，中国台湾也看中了泰剧爱豆的影响力——观光局最近邀请了泰剧男星 Pakorn Chatborirak 为台湾观光代言，让这位泰国无线电视第 3 台（Channel 3）的当家男主角到台湾走访 14 处旅游胜地——阿里山小火车与森林步道、日月潭自行车道、泰安温泉、新竹湖口老街等等，希望借爱豆的力量，吸引更多泰剧粉丝前去观光。✎