

●全国文化产业和旅游产业发展经验交流·企业篇之②

古都保护与品牌建设的均衡发展

——河南省开封市宋都古城文化产业园建设实践

摘要:开封是八朝古都,中国首批24座历史文化名城之一,具有4100多年的建城史和建都史,保存了众多的历史文化信息,拥有丰富的文化资源。为深入挖掘宋文化内涵,整合全市文化产业资源,加快产业集聚发展,开封市委、市政府在2008年以老城区为主体设立了开封宋都古城文化产业园(以下简称“园区”)。面对众多历史文物古迹,如何保护好、利用好文化资源?如何打造独特的宋文化、古都文化品牌,促进园区又快又好发展?园区根据近年来发展实际,尤其是在古城保护与品牌建设方面的经验,总结出“六有模式”,即有顶层设计、有发展路径、有工作机制、有服务平台、有资金项目、有人才支撑。

关键词:古都保护 品牌建设 文化产业园

一、基本情况

(一)开封古城历史文化遗产丰富

开封古城的城垣格局历经战国魏大梁城,并在唐汴州城时期基本形成,一千多年来城市格局和中轴线始终未变,古城风貌尤为彰显。不同时代的文化遗产在古城层层叠压、道道环绕,多元城市文脉延续未断,各种文化遗产富集、重大历史事件多发,保存了自唐代以来序列完整的城址、大量传统街巷、历史建筑以及众多大遗址等历史文化信息。现划定历史文化街区3处,历史文化风貌区3处,各级文物保护单位347处353项,其中全国重点文物保护单位19处22项,省级文物保护单位44处47项,市级文物保护单位284处;在大遗址方面,开封古城现有北宋东京城遗址、大运河汴河段遗址等多处在世界上有影响的遗址。全市现有博物馆32家,馆藏文物10万余件,其中珍贵文物近万件。

(二)开封宋都古城文化产业园简介

为深入挖掘宋文化内涵,整合全市文化产业资源,加快产业集聚发展,2008年,开封市委、市政府以老城区为主体设立了开封宋都古城文化产业园区,2011年,开封宋都古城文化产业园被原文化部命名为国家级文化产业示范园区,是中都六省最早也是目前河南省唯一一家国家级文化产业示范园区。开封宋都古城文化产业园区内设党政办公室、发展规划局、招商局、宣传策划局四个内设机构,下辖龙亭、铁塔、天波杨府、大宋御河、开封城墙等5个景区,两个免费开放的市民公园——汴京公园、禹王台公园,一个风景园林文化研究所,在职职工400余人。

(三)发展过程中的主要问题

由于开封城内历史文物古迹众多且分散,同时开封又是一个以旅游经济为主的城市,所以对文化产业发展带来的经济效益有需求。在发展过程中,在推动园区建设的基础上,如何保护好、利用好这些古迹和资源,促进经济效益反哺文化资源带动文化产业更好发展的良性循环,是需要面对的现实问题之一。而在保护古都发展文化产业的同时,如何避免“古城大多千篇一律”“为了复古而仿古”等行为,如何能凸显宋都古城的文化与复兴,塑造

独有的文化品牌,打造不同于其他古城的出彩点,制造吸引游客的创新点,也是园区发展思路中极其重要的内容。

二、主要做法

(一)顶层设计

一是突出宋都文化主题。开封市委、市政府把古城保护和利用工作融入建设国际文化旅游名城战略,明确以古都文化、宋文化为载体,以建设华夏历史文明传承先行示范区和河南省文化高地建设示范区为目标,构筑开封宋文化与西安汉唐文化、北京明清文化三足鼎立的中国大文化格局。二是进行理论创新。开封率先在全国提出“文化+”战略,并专门出台了“文化+旅游”等十个专项方案。成立了由市委主要领导牵头,相关政府部门参与的多个议事协调机构,统筹协调、科学解决古城保护和城市建设工作中的重大问题。三是以“十个一”为重要抓手。开封市委、市政府提出加快国际文化旅游名城建设要堅持“文化+”战略引领,以“十个一”为抓手,包括健全一个领导机构,组织好一个定期例会,建设好一批文化项目,举办好一批有影响的文化节会等,其中明确提出要建设好宋都古城国家级文化产业示范园区。

(二)规划先行

依据《宋都古城保护与重现工程规划》《历史文化名城保护规划》《开封市总体规划》等,修编了《开封宋都古城文化产业园区文化产业发展规划》(2015—2020),园区总面积达19.58平方公里,包括13平方公里的古城产业区及6.58平方公里的清明上河城启动区,逐步形成“一城两环八区”的产业空间布局。

(三)“立体保护”古城风貌

一是“保老城、建新城”。坚持以保护为主、保护与利用并重的原则,从“历史城区、历史文化街区、文物古迹”三个层次构建历史文化遗产保护体系。根据城市总体规划要求,通过古城内用地布局的调整,搬迁古城工业企业及行政办公单位,适度引导外迁,降低古城人口密度。自2010年以来,结合新区建设,古城内人口已从原来的27万人,逐步疏解至22万人,有效推动了开封老城历史风貌保护。二是维护古都历史风貌和延续城市文脉。在旧城改造过程中,坚持限高15米控制要求,针对旅游、休闲功能,贯彻落实城市修补理念,古城风貌管控和改造工作稳步推进。为更好地保护古城历史格局和历史风貌,按照整合古城文化资源、延续城市历史文脉、改善古城环境质量的整体思路,对城市千年中轴线、古城视廊进行管控和修缮。三是城市发展中坚持“新宋风”建设风格。开封将“新宋风”定位为城市建设风格,借鉴宋代建筑文化的精髓和传统建筑的形式及符号,运用现代建筑语言体现古城开封的文化特色、地域特色和时代特点,坚守“小式建筑、简约古风(宋)、灰色基调、限高15米”这一古城风貌控制要求,逐渐形成独特的开封风格。

(四)项目实践

文化是开封这座古城的积淀和灵魂,园区以“保护为主、抢救第一、合理

利用、加强管理”为方针,在古都保护中,充分挖掘历史文化资源,以“宋文化”为核心品牌,以宋都古城保护与复建工程为依托,以精品重大项目建设为抓手,将文化发展和城市运营相结合,持续打造文化产业发展实践成功案例。

开封城墙保护与展示工程项目。2015年至2017年,园区开展城墙保护与展示工程建设和百城建设提质工程重点项目,以小西门一迎宾门段长1.6公里的城墙为示范点,以开封西城墙景区建设为重点项目,在充分保护城墙本体、最大限度保护历史和生态原貌的基础上,对城墙加以修缮亮化,并引入新业态,打造市民和游客的新去处,建设颇具文化特色的城墙旅游风景区。

历史文化街区。双龙巷历史文化街区是开封古城区内传统风貌保存最完整、规模最大的历史文化街区,也是中原地区清末民初建筑保存较为完整的四合院片区,是该时期开封地区民用建筑的典范。该项目结合城市“双修”和棚户区改造等惠民工程,恢复原有街区,挖掘展示历史文化,打造“最中国、最中原、最开封”的城市名片。

宋都水系工程。为保护古城风貌、凸显北方水城特色,完善古城水生态环境,开封市政府实施“六河连五湖”宋都水系生态工程规划建设。现二期水系(龙亭湖到包公湖)已经修通并投入运营,命名为大宋御河,全长2500米。围绕水系贯通,打造开放式景区,以水景、绿化和仿宋景观建筑构成景观主体,突出反映民俗文化、宋词文化、宋代美学艺术成就,实现水上体验游、景点观光游和市民游客休闲游的融合。大宋御河风景区共建有桥梁11座,均参照唯一名桥的原型仿建而成,是目前全国唯一的宋代桥梁“博物馆”。

宋都人文生活体验区。园区积极谋划未来发展,围绕开封古城复兴做文章,深入打造“古都文化”,加大文化遗产保护与传承力度和对文化风貌的梳理与展示,将中华优秀传统文化融入休闲和生活,围绕建设华夏历史文明传承创新先行示范区目标,以龙亭、铁塔为核心,依托水系一期、双龙巷历史文化街区、东湖岛提升等项目建设,把古城北部约4平方公里的范围建设成集宋代宫廷文化、佛禅文化、民俗文化、园林文化、宋词文化等于一体的大景区,全方位满足游客的文化体验、旅游消费、休闲娱乐需求,力争到2022年打造成“全面保护、全城一景、全城旅游、全产业链”的宋都人文生活体验区。

(五)深挖文化内涵

一是开展景区提升工程。深入挖掘宋文化内涵,以全面保护为前提,开展龙亭、铁塔、天波杨府、禹王台等景区全方位提升、展示,规划的5类12项工程正逐步实施。二是创新打造节会品牌。依托宋文化资源,积极建设“中国开封菊花文化节”“中国开封清明文化节”两大国家级节会品牌,创新打造“大宋上元灯会”“大宋花朝节”等特色文化品牌,以品牌活动激发景区活力。景区品牌活动曾吸引央视春节期间多次到龙亭开展现场直播,人民日报头版刊登开封大宋上元灯会盛况,拉动了开封的人气,取得了良好的经

济和社会效益。

三、经验启示

(一)做好顶层设计,突出宋文化主题

开封市的目标是把开封打造成华夏历史文明传承创新先行示范区,使其与北京的明清文化、西安的汉唐文化共同构筑起中华历史文明的传承与体验中心。园区坚持“全城一景、宋韵彰显、外在古典、内在时尚”的规划建设理念,一方面提出城市建设“新宋风”风格,把宋文化研究成果与城市建设、城市双修、古都保护相融合。另一方面在文化内容营造上,深挖宋文化资源,打造宫廷文化、府衙文化、民俗文化、饮食文化、菊花文化、书法文化等特色文化品牌。经过几年的发展,宋都古城文化产业园区正逐步实现“一城两环八区”的产业布局 and “宋都人文生活体验区”的目标定位。

(二)强化理念引领,坚定文化自信

开封率先在全国提出“文化+”战略,专门出台包括“文化+旅游”“文化+会展”“文化+工艺设计”等十个专项方案。政府每年设立3000万元文化产业专项资金,用于鼓励、引导城市双修和非遗保护传承等文化项目的发展。在“文化+”战略的带动下,逐步形成了一批以清明上河园国家文化产业示范基地为样本,以市场为导向、颇具规模和实力的文化企业。

(三)突出机制创新,创设园区公司一体化管理模式

坚持园区、公司、景区一体化管理,逐步建立了从项目策划、规划设计、项目实施到后期运营等成熟的管理体系。目前,园区管委会直接管理6个景区,文投集团作为市级投资开发运营平台,下设9家全资子公司、6家合资公司。

(四)狠抓平台建设,实现资本良性运营

园区充分利用棚户区改造、城市双修等政策优势,采用市场化手段,实施可自身平衡的各类文化项目,包括土地一级开发及整理、二级开发建设、三级文化产业营造和运营,目前项目总投资近100亿元,完成投资超过45亿元,收储土地1000余亩。

(五)建设空间载体,完善全产业链发展

园区坚持每年实施一批重点文化产业项目,建设实施包括“一河两街三秀”“一湖两巷三园九馆”等在内的一批重点项目。一方面,在文物保护的的基础上,挖掘历史文化资源,实施城墙展示利用工程、历史街区更新、老旧建筑改造等空间载体营造;另一方面,利用科技、创意等手段,植入文化内容,采用文旅商模式,补齐产业短板,实现全产业链发展。

(六)开展校企合作,确保人才支撑

园区把引智、强智放在发展优先位置,分别同清华大学、同济大学、人民大学等国内名校开展校企合作,共同研究历史文化资源化、产业链设计、项目策划与规划等课题;与本地河南大学、开封大学共同成立宋文化研究院,开展高端管理团队建设、项目论证评审、人才实训等具体工作。

(开封宋都古城文化产业园区供稿)

场景理论视域下的非遗和旅游融合发展举措

□ 钟晨 代晴

非物质文化遗产是一个区域或族群所特有的民风民俗和价值观念的集中体现,是一种重要的文化资产和旅游资源。近年来,以非物质文化遗产保护、传承、展示与体验为主要内涵的非遗旅游蓬勃发展,是文旅融合的一种重要表现形式,也是促进以非遗为代表的优秀传统文化创造性转化和创新性发展的重要举措。但是,在非遗转化成为旅游产品的过程中,非遗的展现往往局限于博物馆式陈列、舞台式展演等形式,也出现了真实性缺失、体验性不足、商业化过度等一系列问题。在文旅深度融合过程中,促进非遗和旅游融合发展的关键是不断提升非遗的场景化体验。

场景理论是芝加哥社会学派近年来提出的从文化、消费、空间整合的角度来解释后工业化时期的经济社会文化现象的理论范式。在场景理论视域下,场景是一种由消费、体验、符号、价值与生活方式等文化意涵组成的文化空间;场景包括以下几个要素:一是特定的社区范围,二是显著的实体建筑,三是特定的人群,四是特色活动,这些要素综合在一起形成了场景象征意义的表达;场景不仅蕴含了功能,也传递着文化和价值观,形成抽象的符号感和信息传递给不同的人群,并在无形中影响着个体的消费心理和行为。

基于场景理论的视角,非遗和旅游融合本身便塑造了一个文化场景。在这样的场景中,物质文化和非物质文化遗产共同营造出一种空间的符号性表达,无形中传达了一种文化价值理念,并不断激发和促进游客的体验和消费行为。因此,促进非遗和旅游融合发展的关键是促进非遗展现从博物馆化、舞台化向场景化转化升级,打造非遗文化空间,提升非遗场景体验。

一、强化非遗场景的合法性标志

场景理论代表学者,美国芝加哥大学特里·克拉克教授将场景解构为合法性、真实性和戏剧性三个主维度,其中合法性指的是场景通过文化符号传达出来的某种价值理念或行为方式的合理性、合规性。文旅融合的非遗场景的打造,首要要求是保护非遗所依托的文化生态,并将非遗概念化为某种唯一性、特有性、原真性的文化符号和文化标志,强化其作为旅游吸引物的合法性。

例如景德镇陶瓷文化生态保护区的打造,其以瓷窑作坊营造技艺非物质文化遗产为基础,以御窑厂等国保单位为依托,保护景德镇陶瓷文化所赖以存续的自然生态环境和人文环境的整体性,不断凝练并强化景德镇“瓷都”的文化符号标志,这便是景德镇陶瓷非遗场景作为旅游吸引物和文旅体验消费发生场所的合法性来源。因此,在非遗和旅游融合发展过程中,注重对非遗文化生态的原真性和完整性保存,强化对非遗文化符号的凝练与提升,是打造非遗文化旅游目的地合法性的基础。

二、建构非遗场景的真实性空间

非遗自身是一种本体的真实性,

非遗旅游则是一种再现的真实性。但是,在近年来很多非遗旅游项目中,出现了虚假、扭曲、过度商业化等真实性缺失问题,其关键原因还是在于对非遗场景的真实性建构不足。反观欧洲的许多城市,街头艺人会在机场、酒吧等公共场所进行即兴表演,在菜场等生活化的场景中也时常举办小型乐队演出,这些融入真实生活空间的场景营造,让游客感受到更加真实浓郁的本土文化氛围和魅力。

因而,促进非遗和旅游融合发展,其重点是利用生活化的场景来营造非遗场景的真实性空间。例如,苏州园林的昆曲表演不是在博物馆中,也不是在舞台上,而是进入了真实的文化场景——苏州园林之中,再现了《牡丹亭·游园》中“不到园林,怎知春色如许”的真实场景。这种以真实空间为依托和载体进行的非遗场景建构,把非遗融入真实场景,在身临其境之中提升游客的体验感和沉浸感,使游客获得审美享受。

再如,展示历史民居建筑及其生活方式的露天博物馆(open museum)正在成为文旅融合的新热点。以荷兰露天博物馆为例,该博物馆占地44公顷,利用情境建构的方式将建筑物、藏品、自然环境三者有机组合起来,真实再现并还原了近代以前典型荷兰农村和小城镇的环境风貌,展现了过去几百年间农民、渔民和手工业者的生活场景。露天博物馆正是通过真实空间的打造,依托于历史原貌的再建构和生活场景的再呈现,探索出了非遗和旅游融合的新范式。

三、营造非遗场景的戏剧性体验

体验是文化旅游活动的核心内涵。基于场景理论,场景的戏剧性是指一种对于故事的演绎,对于戏剧冲突的表达,是一种表现自我的方式。打造戏剧化的场景体验,往往能够营造场景的活力,增加非遗旅游的故事性、互动性、体验性和娱乐性,实现非遗文化体验的场景化升级。

以坐落在浙江嵊州的越剧小镇为例,该小镇依托以越剧为核心的非遗文化资源,打造各色剧场、大师工坊、影视娱乐基地,建设成集现代农业、休闲旅游、文化创意、生态人居于一体的特色小镇。一系列丰富的体验活动提升了游客的互动感和参与感,从而深入沉浸在以越剧文化为内核的戏剧化场景之中。通过营造戏剧性场景,融入戏剧化内涵,越剧小镇将越剧作为非物质文化遗产的资源禀赋发挥得淋漓尽致,实现了非遗和旅游的深度融合。

再如陕西袁家村,充分挖掘并戏剧化再现关中非遗的特色内涵,将关中的民俗文化、传统民间艺术、民居建筑、特色美食小吃、手工作坊等融于一体。其最大的特色在于它所呈现出的关中风俗民情、浓郁的乡村氛围、丰富的非遗再现和当地生活化的民方言夹杂,给游客一种时空转换、令人尖叫的戏剧化场景体验,刺激文旅消费在场景中不断发生。因此,营造非遗场景的戏剧性体验是推动非遗和旅游融合发展的关键所在。

(作者单位:武汉大学国家文化发展研究院)

□ 吕佳颖

新冠肺炎疫情对我国经济造成了严重影响,文旅行业遭受重创。同时,此次疫情中也暴露出文旅产业自身的一些潜在问题。面对疫情防控、旅游业数字化管理及硬件功能尚未得到充分发挥,游客行为难以无缝追踪,房屋等建筑空间缺乏多功能性,无法为重大突发危机提供支援。从供给侧来看,暴露出企业间无序竞争、产业链上下游割裂、产业结构失衡、商业模式单一、盈利模式匮乏等深层次问题。与此同时,居民旅游消费意愿和行为在不断演变,受到疫情带来的收入缩水、时间耽搁,以及心理恐慌等多重因素的影响,对未来的文旅需求增长也不能盲目乐观。因此,对文旅产业的防疫韧性和体系优化研究尤为重要。

一、建立疫情应急制度,实施游客追踪与空间管理

建议基于景区空间、针对旅游服务建立疫情应急机制,践行“防治结合、联防联控、群防群治”的工作机制,第一时间对疫情进行有效处置,同时作为社会单元积极落实“重大疫情应急响应机制”的相关要求。

首先,完善疫情的可追踪体系。不少文旅项目或景区虽然完成了智慧

旅游基础建设,但还缺乏对游客及旅游目的地居民的时空轨迹与行为轨迹追踪管理体系。1. 建议在景区创优、创先及各类评定中,对现有智慧旅游硬件基础的要求指标进行补充和优化,使其符合数字化管理要求,尤其是实时跟踪、汇总与分析居民及游客的行动轨迹、消费轨迹、时间轨迹。2. 建设乡镇级文旅数字大脑,助力疫情、舆情的区块化反应能力。一旦疫情出现,乡镇网格管理层可快速反应,随时调取、追踪、联络、处置相关人员,确保在第一时间内启动应对防控措施。3. 对于已经建立全省文旅数字大脑或政府数字大脑的区域,建议建立健全数据纵向共建、共通、共享机制。将乡镇文旅数字大脑与省文旅数字大脑进行数据对接,实现全省统筹、全省联通、全省指挥的快速反应机制,并完善省文旅大脑末梢数据。

其次,加强文旅项目物理空间对疫情“防治结合、联防联控、群防群治”的实施功能。充分利用文旅项目或景区地理位置相对独立,且停车场、游客服务中心、大型休息厅等占地面积较大的空间优势,在疫情期间予以紧急

二、完善产业生态体系,增加文旅抗风险能力

目前文旅产业抗风险能力弱的核心原因是其盈利模式以实地“游”为主。建议结合全域旅游的建设成果,以撬动游客多元、多次消费为出发点,以国家战略为导向,以游客需求为核心,布局和完善文旅产业生态系统。在系统内产业间建立起客源共享、品牌共用、产业互进、产品互动机制,推动行业自我修复与共同演化,从而摆脱文旅产业过分依赖实地旅游所带来的弹性不足、危机应对能力较弱等弊端。

例如,在全国探索以乡镇为单位的“文旅产业生态区”发展新模式,实现多空间、多业态的产业布局,增强区域经济的抗风险性。这些产业可以包括:以生态果蔬与有机养殖为主的生

态农业;以在线交易及仓储、配送为主的物联产业;以养老、乡愁乡恋、田园自然为主的康养旅居产业;以民俗、匠艺等文化传承、展示、传播为主的文化产业;以更新活化当地核心文化资源、寻求多元载体并延伸产业链条为主的旅游文创产业;以自然课堂、远程数字、文造工坊为主的教育产业;以乡村空间为场域的大众运动等体育产业;以远程教学、生态直播、在线销售、数字管理、5G物联为主的数字产业等。这些产业间的相互关联与融合,由乡镇政府成立办公室予以统筹和协调。

此外,我国文旅产业发展还呈现区域不平衡态势,各地区的活跃度差异较大。这种区域不均的发展态势对实现“共建、共治、共享”理念形成制约,不利于我国全域产业生态系统协同发展。因此,有必要创新融通机制,加强互联互通。例如,全国或区域推出“文旅生态卡”,实施一卡玩遍区域、一卡生活配送、一卡远程服务。利用好各地的互补优势,重新界定清楚各地在产业生态中的定位,以自己的长板和独特价值,融入开放协

文旅产业的防疫韧性和体系优化对策

同的产业生态网,完成进化和演化,促进区域协调发展,推动文旅生态系统的重塑。

三、拉动疫后文旅消费,重点关注城市群乡村旅游

基于2003年非典疫情的经验总结,当前不少业内人士认为疫情过后我国文旅产业会迎来“报复式增长”。然而,由于旅游经济体量、旅游发展阶段和宏观社会经济环境等的差异,加之本次疫情管控力度空前,以及当前国际局势与非典时期相比更为严峻,文旅消费能否快速反弹回升尚存很多未知变量。因此各地政府应谨慎而慎之,做好长期抗战的准备。从需求侧来看,尽管文旅消费已成为人们追求美好生活的刚需,但疫情加重了人们对未来的不确定预期,报复性消费意愿可能会延迟或减弱。疫情期间给消费者带来的心理创伤和恐惧心理,也会影响出游消费信心的恢复,使其在短期内较难开展长途、长距、长时的旅游活动。近郊游、亲子游、乡村旅游这类便捷高频、日常化,且休闲娱乐性更强的短途旅游市场会率先复苏。由此判