

●全国文化产业和旅游产业发展经验交流·企业篇之③

打造文旅融合引领项目 助力民族地区精准脱贫

——《文成公主》藏文化大型史诗剧带动西藏文化旅游创意园区发展

摘要:拉萨拥有深厚的历史文化底蕴和璀璨的民俗文化资源,为文化旅游产业的融合发展奠定了坚实的基础,但曾经拉萨旅游主要以传统的景点观光为主,缺乏深度的人文体验产品,夜间旅游消费场景也相对匮乏,拉萨文化旅游产业亟待转型升级。2010年,中央第五次西藏工作座谈会召开,提出要把西藏建设成为“重要的中华民族特色文化保护地和重要的世界旅游目的地”。2012年,西藏自治区党委、政府和拉萨市委、市政府决定在拉萨河南岸,与布达拉宫隔河相望的慈觉林村启动建设西藏文化旅游创意园区,力争将其打造成“藏文化的世界总部基地、藏文化旅游产品标准输出地、藏文化创意发祥地、高端休闲度假地、市民休闲理想地”,慈觉林村也开始了文旅产业的转型发展之路。园区以《文成公主》藏文化大型史诗剧作为核心IP,慈觉林藏院风情街、《文成公主》文化旅游主题园、3650Space创新创业园,以及西藏非物质文化遗产体验园暨《金城公主》历史舞台剧等项目相继落地,逐步构建起以旅游演艺产业为核心的文化旅游全产业链,实现慈觉林村第三产业“从0到1”的发展,重塑贫困村产业结构,为村民创造新的生产生活方式,探索出“以内容IP为核心,带动区域产业发展,助力精准脱贫”的文旅产业融合发展模式。

关键词:民族地区 文成公主 产业融合 精准脱贫

一、基本情况

(一)项目背景

2010年,中央第五次西藏工作座谈会召开,提出要把西藏建设成为“重要的中华民族特色文化保护地和重要的世界旅游目的地”。西藏自治区、拉萨市两级党委、政府大力实施“文化大发展、文化大繁荣”战略,加快发展文化旅游产业,于2012年正式启动西藏文化旅游创意园区建设。园区位于拉萨市城关区蔡公堂乡慈觉林村,规划总面积约8.147平方公里,预计总投资约300亿元。园区总体发展定位于“藏文化的世界总部基地、藏文化旅游产品标准输出地、藏文化创意发祥地、高端休闲度假地、市民休闲理想地”。在区位上,慈觉林村位于拉萨河南岸,与布达拉宫隔河相望,现已通过迎亲大桥与拉萨主城实现无缝连接。在文化方面,慈觉林村是汉藏文化融合、民族团结的重要见证地,1300年前,大唐文成公主进藏和亲,曾在慈觉林村安营扎寨,文成公主与松赞干布完婚后,其随行的大唐工匠定居于

此。建设西藏文化旅游创意园区,实现了这一历史经典题材的文化遗产和当代市场转化。

(二)面临的问题

消费场景匮乏,缺乏深度体验。拉萨拥有丰富的历史文化资源和民俗文化资源,但在西藏文化旅游创意园区建成前,主要以传统的景点观光为主,缺乏深度的人文体验产品,符合市场需求的旅游演艺产品几乎是零供给,夜间旅游消费场景和产品也相对匮乏,拉萨文化旅游产业亟待转型升级。

村庄整体落后,增收脱贫困难。2012年以前,慈觉林村是拉萨市典型的贫困村,没有集体经济,主要以传统的农耕种植、放牧为生,由于村里土地以山坡和荒地为主,收成甚微,除了务农外,村民还靠在拉萨市区摆摊出售牛粪和经销旧货维持生计,没有其他收入来源,增收脱贫十分困难。

交通通达性差,基础设施条件差。慈觉林村虽然与拉萨老城区仅一河之隔,但是由于之前没有直通的桥梁,需要绕行,交通通达性较差,且完全是一个封闭的自然村落,几乎没有任何旅游基础设施,如何吸引游客前往,成为最大的问题。

(三)存在的风险

游客转化率低的风险。进藏游客在拉萨游览完布达拉宫、大昭寺,逛完八廓街后,往往休息一晚就前往日喀则、纳木错等地,项目建成后可能会面临游客转化率低的风险。

内容题材市场接受程度低的风险。西藏文化旅游创意园区前期将《文成公主》藏文化大型史诗剧作为核心吸引产品,文成公主虽然是家喻户晓的历史人物,但是如何将其进行当代表达,实现艺术性和市场性的结合,社会效益、经济效益和政治效益的统一,确保“叫好又叫座”,依然具有很多不确定因素。

人才匮乏的风险。文化旅游创意产业是一个知识密集型的产业,对于人才的质量和数量都有较高的要求,要在一个民族贫困地区建设大型的文化旅游创意园区,除了资金,更取决于各种人才的汇聚,才能支撑园区的可持续发展,本项目在人才吸引和长期稳定上相对内地具有较大的挑战性。

二、主要做法

(一)IP为王,核心项目先行引导

西藏文化旅游创意园区规划总面积约8.147平方公里,园区的建设并没有采用全面开花模式,而是以核心项目作为先行引导,通过一个核心文旅项目的引爆,继而衍生出相关产业,并形成园区产业集聚。

2012年7月,随着文成公主剧场的开工,西藏文化旅游创意园建设正式拉开帷幕;2013年8月1日,由民营企业城上和美集团牵头打造的藏文化大型史诗剧《文成公主》首演成功,掀动了慈觉林片区蝶变的“翅膀”。如今,能容纳近4000人的《文成公主》剧场座无虚席,曾经的荒山灯火辉煌、游人如织,慈觉林藏院风情街商贸云集,以往的贫困村脱贫奔小康。

《文成公主》藏文化大型史诗剧的成功打造,使之成为慈觉林旅游发展中的一个极点,发挥了先导和示范效应。旅游演艺为园区的发展提供了客源、品牌、人才等优势资源,此时,再加上园区的区位优势和政府给予的政策扶持,在市场化运作之下,园区得以快速发展旅游购物、接待、休闲、民宿、娱乐、文创等关联产业,满足了园区可持续发展 and 旅游产业发展的综合要求。

“游布达拉宫、逛八廓街、观《文成公主》”,已成为游客进藏游拉萨的标配。在游客聚集效应、产业集聚优势的作用下,大量知名企业和品牌入驻西藏文化旅游创意园,并向多个方向延伸发展,园区整体竞争力和发展潜力不断提升。目前,多门类多业态的产业在这里形成了较为完整的产业生态,成为拉萨市文旅产业融合发展的一张新名片,有力促进了拉萨创意经济的跨越式提升。

(二)市场导向,传统文化的当代表达

《文成公主》藏文化大型史诗剧在民族大团结和文化大繁荣思想指引下,以拉萨自然山川为背景,以文成公主入藏和亲为主题,以促进汉藏民族文化和经济社会相互交流的故事为主线,深入展现汉藏历史文化、民族风俗、自然景观,并综合运用大唐歌舞和西藏流传久远的藏舞、藏戏、佛号念唱等艺术形式,将人工舞台巧妙结合自然山川,运用高科技手段呈现数十种非物质文化遗产,戏剧、音乐、舞蹈和现代舞美手段熔为一炉,构成气势磅礴的华美乐章。

该剧作为一部弘扬民族之情、人间大爱的主旋律作品,并没有陷入传统戏剧的窠臼,而是充分针对广大游客及普通观众,进行了符合市场消费偏好的创新编排和效果呈现,将高科技舞台元素与传统文化有机结合。自2013年首演以来,该剧已演出1000多场,成为一个“游客叫好、市场叫座”的好产品、好项目。

(三)产业脱贫,促进民族地区和谐稳定

西藏文化旅游创意园区以《文成

公主》藏文化大型史诗剧作为核心IP,随着慈觉林藏院风情街、《文成公主》文化旅游主题园、3650Space创新创业园,以及西藏非物质文化遗产体验园暨《金城公主》历史舞台剧等项目相继落地,逐步构建起以旅游演艺产业为核心的文化旅游全产业链,并从“内培”和“外引”两个方面实现了人才的有效供给,真正实现新兴产业带动经济活力,助力脱贫攻坚。

扶志与扶智,实现“授渔式”扶贫。习近平总书记提出“扶贫先扶志”“扶贫必扶智”等扶贫方略,园区企业通过对当地村民进行职业技能和职业素养的培训,增强他们的就业能力和适应社会的能力,一方面解决了产业发展所需的人力资源供应问题,另一方面解决了当地村民就业增收的问题。企业在为村民提供就业岗位的同时,更关注他们在思想观念上的转变与提升,实现扶智开发;并通过搭建创业创新服务平台,鼓励与引导部分有想法、有主见的村民创业,逐步激发他们的自我价值,最终实现扶志,真正做到扶贫扶志与扶智相结合,“既富口袋,又富脑袋”。仅《文成公主》藏文化大型史诗剧一个项目就累计解决就业4000多人次,其中仅演员部分就解决从18岁到70岁的当地村民兼职就业近千人。《文成公主》在运营之初通过就业吸收的300余名建档立卡贫困户已全部实现脱贫,慈觉林村民年人均收入2012年5500元,到2018年已突破20000元。与此同时,《文成公主》还累计为900余名大中专返乡学生提供了就业岗位。此外,当地村民养殖的牛羊马等,也成为该剧的“群众演员”,其中养殖规模最大的一户牧民每年仅出租牛羊马等就获得20余万元的租金收入。

创新创业,促进产业转型升级。为吸引广大外来人才,构建文化旅游全产业链,园区积极响应国家“大众创业,万众创新”战略号召,打造了3650Space创新创业园,促进产业转型升级,探索出一套文创与旅游产业融合发展的新模式。3650Space创新创业园建设面积约8万平方米,总投资约5.22亿元,拥有“1个创业服务平台”“1个文旅众创空间”和“1条特色文化街区”,围绕《文成公主》藏文化大型史诗剧,构建泛文化旅游创意休闲体验空间,培育西藏文化旅游创业创新产业集群平台。目前已引进数十家创业企业和创客,涵盖演艺娱乐、文创研发、旅游休闲、影视动漫、民俗匠艺、艺术品经营、特色民宿、主题文化餐吧、酒吧、精品酒店、主题生活馆、非遗体验等泛文化产业业态,打造集文化旅游

配套、休闲业态集聚和文化创意产业开发于一体的双创园区。

三、经验启示

西藏文化旅游创意园区位于民族贫困地区,基础差、底子薄。在文化产业和旅游产业融合发展的今天,为实现跨越式发展,园区在思路、机制、产品、模式等多方面进行了创新,实现弯道超车,带动民族地区产业发展,维护稳定、促进和谐。

(一)思路创新,以点带面推动发展

园区以相对的区位优势和政府强大的基础设施配套为基础,吸引龙头企业投资,发挥极点效应,产业形成之后,再逐步建设相应载体,带动相关产业的转型升级;在龙头企业和产业的带动下,相关企业和产业相继入驻,形成完善的产业生态。

企业在实现经济效益的同时,始终把社会效益放在首位,通过产业带动当地百姓脱贫致富,通过发展文旅产业实现“精准扶贫”的社会责任。

通过市场化的运作,园区企业做到“有情怀”地创作、“有责任”地打造、“有思想”地建设,使产业发展从无到有,从小到大,从弱到强,实现了社会效益、经济效益和生态效益的“三效合一”。

(二)机制创新,混合所有制优化资源配置

园区内的核心企业从成立之初便采用混合所有制的模式,将国有企业的资源整合优势与民营企业的市场运营优势充分结合起来,创新管理机制,优化资源配置。如《文成公主》藏文化大型史诗剧、慈觉林藏院风情街、《金城公主》历史舞台剧等核心项目,即由民营文化企业城上和美集团与拉萨市国资企业布达拉旅游文化集团合资成立的拉萨市和美布达拉文化创意产业发展有限公司打造,实现双方资源互补与优化,共同打造出一支优秀、实干、有社会担当的经营管理团队。园区在企业所有制方面的机制创新,为进一步探索西藏自治区混合所有制经济的发展积累了丰富的实践经验,提供了典型示范,起到了标杆引领作用。

(三)产品创新,打造全时全季旅游产品

园区始终将产品创新放在首位,不断丰富旅游产品供给,促进西藏文化产业提档升级。《文成公主》藏文化大型史诗剧虽然解决了拉萨夜间文化旅游产品匮乏的问题,但由于实景剧的特性,决定了其只能在晚上演出,并且因高原冬季寒冷,也使其冬季无法演出。为填补拉萨冬季和日间文化旅游产品的空档,城上和美集团再次牵

头打造了西藏非物质文化遗产体验园暨《金城公主》历史舞台剧项目。

2019年6月,作为西藏又一部思想与艺术交融的剧作,《金城公主》历史舞台剧的成功上演,进一步弘扬了民族团结、汉藏和美,有力推动了中华优秀传统文化的保护、传承、创新,而新技术、新技术、新表达的有机融入,更带给观众崭新的戏剧艺术体验。

西藏非物质文化遗产体验园暨《金城公主》室内历史舞台剧项目是对西藏文化与旅游融合发展的又一创新实践,也是对西藏非遗资源向非遗产业转型的大胆探索,有效提升了非遗的经济价值,促进了非遗的良性循环发展,形成了配套的全产业链发展模式,推动了西藏文化产业和旅游产业的协同发展,打造了“全时全季”文化旅游产品,为拉萨建设国际化旅游目的地注入了全新动能。

(四)模式创新,文旅产业助力精准脱贫

党建引领,点燃发展引擎。在园区党工委的领导下,园区企业高度重视党建工作,广泛建立起党的基层组织,以党建为引领,促进高质量发展。为充分发挥园区龙头企业带头作用,园区党工委与城上和美文旅党总支等企业党组织开展党建结对共建,深入贯彻落实习近平总书记关于文化旅游工作系列重要讲话精神,围绕发展抓党建,推动文化旅游产业融合发展,进一步弘扬中国特色社会主义优秀文化,不断构筑各民族共同精神家园。

多点汇聚,助力持续增收。随着园区内项目的逐步落地,当地老百姓的身份也发生了巨大的转变,从普通的农牧民成为演员、工人、个体工商户,实现多点增收脱贫。项目在运营当中,一是广泛吸收当地农牧民就业,为其提供劳动性收入;二是通过鼓励和引导当地农牧民销售农副产品、民族工艺品,经营藏家乐、甜茶馆等,获得经营性收入;三是项目运营管理机构将当地农牧民的生活资料转化为生产资料,通过支付土地流转金、房屋租金和分红等方式为其创造财产性收入。多渠道的收入来源有效保证了脱贫成果的长效巩固。

文旅融合,促进民族和美。1300年前,文成公主书写了一段汉藏和美的动人史诗;1300年后,在文成公主驻扎过的慈觉林村崛起了一座文化旅游创意园区。和谐稳定是民族地区发展的基石,只有产业强起来了,群众富起来了,才能实现长治久安。

习近平总书记指出“绿水青山就是金山银山”,西藏文化旅游创意园区秉承可持续、绿色发展理念,通过打造文旅融合引领项目,丰富市场供给,将祖国的绿水青山变为百姓致富的金山银山,以产业扶贫的方式,助力民族地区精准脱贫,让各民族同胞一起“和而共进”,真正实现“和美与共”。

(西藏文化旅游创意园区供稿)

□ 王欣 王国权 李莹

古镇和民宿成为近年来全国各地文化旅游发展的热点领域,同时还日益展现出相互依存和增色的“孪生”关系。一方面,古镇为民宿提供了最为适宜的背景支撑和发展沃土。目前国内最成熟的民宿“源地”中,依托古镇(拓展至古城、古村、古街区)的为最主要类型,从丽江古城(包括大研古镇和束河古镇)到阳朔西街,再到凤凰古城,均属此类。古镇为民宿兴起和聚集提供了独特的环境景观,稀缺的文化背景,丰富的适用或适改资产,必要的通达和生活条件,适宜休闲的尺度、界面和活动内容,以及一定的客流基础。另一方面,民宿为古镇体验的深化度和产业链的延展提供了最关键的业态要素支撑。民宿将住宿与游览两大要素集于一身,在古镇与游客之间架起了一座深度体验的桥梁,顺应游客亲近和“拥有”古镇生活的活动心理,同时顺应了古镇由观光向休闲度假演进的发展方向,并在一日游到多日游的转进中实现消费内容和产业链的质变升级,使夜间经济、文化娱乐、地产商贸等成为有本之木。同时,民宿集群以其新时代创意群体、时尚文化生活元素和活跃民间资本三大特征,为曾经僻静的古镇带来源源不竭的新鲜活力。

古镇与民宿的共生关系具有内在的逻辑机理,这是做好相关管理工作的基础。同时,古镇和民宿之所以在当代中国繁盛兴起,其本质原因在于古镇和民宿中提供了“反工业化和反城市化”的特质生活空间与机会。对于当下普通中国居民而言,这实际已成为稀缺的优质生活空间和机会。而这需求的普遍性和趋势性,又确定了这一市场的巨大规模和乐观前景。尽管前景乐观,但一些问题不容

古镇与民宿发展的困境及新阶段的方向

古镇和民宿是中国文化领域和旅游领域最活跃的版块之一,蕴含着巨大的文化价值、社会价值、经济价值,除一般所说的市场营销、产品升级、基础设施建设之外,应当更多关注其特性和问题,向深度发展挺进。

忽视。

历经几轮“简单”发展,古镇和民宿已出现“结构性供给过剩”局面。古镇样貌和发展模式高度类似,识别度较低,南方均是小桥流水,北方皆为高墙大院,在旅游纪念品方面,则更是“全国统一”了。大量初级民宿,只是追求简单的木屋瓦檐、陶罐插花等形式,深度的文化挖掘不足。低水平简单的复制和跟风发展,迅速消耗了市场期待,使游客找不到去往下一个古镇和民宿的理由。

同时,以民宿自身的脆弱性和局限性,无法抵御市场环境下的经营困境。来自多个渠道的行业报告表明,民宿整体经营困难,闭店和转让频率高,“情怀”成为维持行业的重要支撑。究其原因,主要在于行业自身弱质点,同时也有发展环境的问题。民宿的小规模特征,导致投资经营者自身的人力价值和房屋租金在成本中占据极高的比例。经营收入(多数只是十多万至数十万量级)中有较大比例需支付房租,在此基础上,若不计经营者的个人人力成本(如一个上海人去经营一间云南的民宿),可能尚有少许盈余,如计算经营者的个人成本(在大城市的职业收入、设计等专业劳动收入、往返交通),则很难盈利,或者说从纯粹经济角度考察难以成为一项“合算”的投资。再加上经营的合规性(尚有很多地方没有建立民宿公开和合法经营的法规体系)、季节性、与房东的弱势博弈、平台压价(民宿因市场弱势而

往往不得不依赖OTA导流)等问题,民宿经营的困难更加严重。

鉴于古镇与民宿发展的价值及其面临的困难,很多业者和学者积极探讨了未来发展的方向和策略,笔者就其中易于忽视的方面做以下重点建议:

第一,重新认识“供给过剩”问题,为国人打造更多优质生活空间和内容。我们看到,一面是节假日里游客大量涌入古镇,拥挤不堪,一面是大量游客“吐槽”产品没有特色,体验很肤浅。显然,尚有巨大的需求未被满足。我们判断,矛盾的核心并非供给过剩,相反,真正好的产品(其本质是古镇中所蕴含的优质生活空间和内**容**)仍然处于绝对供给不足的状态。一盏精美花园院落中的下午茶,一段水岸阁楼中的静谧时光,几日从容的阳光木屋中的阅读,这些正是在古镇空间中被各方创意人群营造出来的美好生活,它们被制作成很多文章和海报图片,不断吸引着后来的游客。问题是,那些创意营造者正面临着前述的困境,经营艰难,因而使得游客拥挤在大量的低端产品中难以获得高质量体验。我们需要更多的古镇,需要保护和激励更多的创意人才和资本,为国人打造更多优质的生活空间和机会。

第二,完整认识商业化问题,维系和构建古镇活力。商业化往往为人所诟病,有时甚至被称为古镇发展的“万恶之源”。但是在实践中各地又都认

识到商业的必要性,引商户、造氛围,实际成为各地古镇工作的重中之重。这一矛盾给人们带来一定的困惑。从古镇发展的历史来思考其内在机理,我们可以认识到,商业化本身不是问题,问题的核心实际也不在于是否“过度”。以2003年原建设部和国家文物局所公布的312座国家历史文化名镇为例,其中半数以上分属“江南”(浙、苏)和西南(川、滇)两大地区。这些古镇,大多发源于历史上的城乡间区域商贸中心,或为水旱码头(如太湖流域水网),或为区域物产(丝绸、盐、茶、稻、酒等)集散初加工中心。在北方(如长城榆林段),大量古镇往往是军事后勤基地(前方为关塞)支撑下的农牧两区商贸(粮食、畜、畜牧产品贸易等)通道。这种商贸功能,内涵着古镇赖以生存和兴盛的流动性(人、资金、信息)和外向性。而流动性和外向性,则进一步带来资本和人文,资本成就了大院,人文成就了书香和故事。在以农业为主要生存方式的古代中国社会,古镇与都市(政治)和乡村(农业生产)功能不同,成为城乡之间流动的区域集散中心。周庄、朱家角、南浔等构成了太湖东南区域物流网络支点;沅江、辰溪、沅江等两岸码头市镇则是广大长江流域通达长沙与汉口的中继站;贵州遵义的茅台、土城、元厚、丙安则是赤水河流域与川中交换盐、酒、粮食的通道;陕北榆林的高家堡、建安堡、保安堡等,是以镇北关为核心的军事体系支撑下的汉地与北方民族贸易

的市场。这些古镇,实际需要“一串一串”地认识和研究。古镇,在其大门楼、石路、碑刻之内,实际有一张流动的网络,其中流动着物质和人,这是其存在和发展的核心生命力。在生产 and 交通格局已发生重大变化的今天,古镇要继续生存和发展,就需要维持某种新的流动性,旅游度假地产、文创,以及其他适应古镇条件的新产业(如江南古镇的IT业研发总部)正是承担了这样的功能。因而,每个古镇要思考的不是是否商业化的问题,“商业化”本身是不可或缺的,真正需要思考和构建的是新时代下的功能重置和要素重配。

第三,以新社群为中心,重构古镇活力。古镇活力的核心载体是人,应重新思考“原住民”的范畴和时代意义,避免囿于狭义的社区居民利益维护框架。以民宿主人为代表的“外来”经营者,爱地方,爱文化,在承担诸多风险、投入时间成本(与此同时大量本地人力资源流失在外),为古镇创造性地构建和传播文化,他们显然与游客不同,应当具有“主人”的身份和地位。而事实上,大量古镇、民宿经营者,即便已经在地生活数年,仍不具有社区管理参与权,其所租用房屋的屋主,尽管可能长期在外地,却享有地方或集体议事、投票等权力。这种情况下,涉及文化保护、基础设施建设、服务标准、市场监管、市场推广等重要问题,房东和租户权责安排显然出现错位。从长远来看,贡献较大的“新住

民”理应成为“新社群”的组成部分,源源不断的新鲜血液也将保持古镇的机体活力。如此,涉及的城乡户籍、资产、公民权等法规安排需要做相应调整,可以在经济发达的江浙地区古镇做试点探索。

第四,为中国文化旅游领域的“小微企业”代表——民宿量身定做现代服务包。民宿小而美,作为深度体验文化遗产的适宜载体(显然很多时候比大酒店、大剧场更适宜),以及活着的文化传承细胞,事实上面临着前述脆弱性和局限性,难以在大而化之的整体市场规则下生存发展,越是精致成本越高,越是重细节品位越没有效率,越是原创越不合算,越是投身文化越远离短期经济效益。古镇和民宿管理者,应当以文化 and 产业双重价值看待民宿,对民宿给予重视和帮扶。针对民宿业主的具体困难,建议重点做以下几个方面的探索:一是发展专项金融产品,帮助经营者降低资金成本和风险;二是官方组织文化资产储备和交易,类似于城市土地储备方式,降低单一外来经营者与本地房东交易博弈的成本和风险;三是在民宿聚集地,帮助组织高效率的公益性销售平台,克服对既有OTA的过度依赖;四是组织特种人力资源以及相关建材和耗材市场,帮助投资人找店长、搞建设。

综上所述,古镇和民宿是中国文化领域和旅游领域最活跃的版块之一,蕴含着巨大的文化价值、社会价值、经济价值,除一般所说的市场营销、产品升级、基础设施建设之外,应当更多关注其特性和问题,向深度发展挺进,相关研究仍待实践和理论两方面继续努力。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院,北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院)