

依托历史文化资源 吉州窑描绘“一叶”文旅新蓝图



江西吉州窑是国家4A级旅游景区、全国重点文物保护单位、国家工业遗产,也是集遗址观光、陶瓷制作、非遗展演和考古研学等于一体的文化和旅游度假区。2021年9月,吉州窑景区与连续10年入选中国旅游集团20强的上海景域驴妈妈集团达成景区营销运营合作,景域集团全产业链助力吉州窑景区品牌、产品、业态、营销与运营的创新打造,同时委派专业运营管理团队进驻,助力吉州窑全面创建国家5A级旅游景区,迎接江西省2022年旅发大会的召开。

当前,我国各地积极发展文化旅游。如何通过文化挖掘、创新展示,走出吉州窑高标准融合发展道路,考验着吉州窑作为文化和旅游目的地的全盘运营能力。

一、战略取舍:从“一叶知风流”,唤醒千年古窑新认知

吉州古窑兴于晚唐,盛于两宋,尤以黑釉瓷著称,其代表性的“木叶天目”享誉中外。吉州窑所在的永和古镇是江西省历史文化名镇,在宋代便有“天下三镇”之一的称谓,是庐陵文化和江右文化的代表,走出了周必大、欧阳守道等文人志士。欧阳修、文天祥、胡铨等历史名人曾与永和结下不解之缘。

战略取舍很关键。选择做什么,同时选择不做什么。从历史文化的维度来看,中国古窑数量多,分布广;从陶瓷产品的维度来看,中国名窑名品更是数不胜数。因此,吉州窑想以历史背景或是陶瓷产品作为发展核心将会面临巨大的市场挑战,所以吉州窑在品牌的发展战略上也要做出取舍。不同于其他古窑,吉州窑有两项资源引人注目:一是拥有世界上已知现存较大的古窑包遗址群之一,二是享誉中外的“木叶天目”工艺为吉州窑所创。因此,吉州窑提出了“千年窑址群 一叶风雅集”的品牌发展定位,以“木叶文化”作为切入点,打响了“访千年古窑,寻一叶风流”的品牌口号,并创作了“窑小吉”和“窑小叶”全新IP形象,把历史古迹融入现代化的生活场景,焕新输出吉州窑“古迹新潮,一叶风流”品牌生活方式。

二、产业融合:景村联动,从“叶经济”到“夜经济”,激活城市消费新动能

未来源于“融化”的过去,感动来

自合理的交融。夯实以“木叶天目”为主题的“叶”经济,以文化创意的方式推动吉州窑陶瓷产业经济。在此基础上,以业态产品落地的方式,逐步转向以“闲·适·情·趣”活化的“叶”经济。

将宋街打造成为吉州窑景区中心吸引物。以“汉服文化”为载体,“陶瓷文化”为承接,“陶瓷产业+工坊+传承人”联动,重点开发打造集中国传统生活生产、艺术文化等美学体验于一体的吉州窑宋街主题街区。围绕“三大体验模块+五大业态类型+N个文化故事场景”,整体营造“游风雅宋街,逛花街瓷市”的诗意体验、风雅生活。

突破原有边界,村景联动,创新产品发展。链接永和镇周边古村落农耕生态、民俗文化等,赋能吉州窑景区,以文化为魂,结合趣味、艺术与

创意等,按序分批次打造民俗体验、湖畔营地、萌宠农场等热点乡村旅游产品,如:“宋朝人的一天”为文化主题串线的“我在宋朝当渔夫”“我在宋朝当陶工”“我在宋朝当状元”线路型产品;落位莲波湖畔打造经营地型产品;联动陶瓷产业与企业打造沉浸式研学型产品;创意引入阿吉专列水陆小火车,为永和湖创造独特的网红记忆点;落位小怪兽主题萌宠乐园、四季冰雪主题馆等IP型产品。以文化叠加永和古镇、古村落独特资源,创建吉州窑景区古今交融、雅俗共赏、村景联动的系列热点产品。

重点开发“吉州窑夜八点”夜经济产品。创意策划打造“古窑梦影”“永和古事”“花魁出游”“十点魅市”“莲心荡舟”夜游体验,形成吉州窑从“叶”经济到“夜”经济留客的重要载体,共同构成吉安夜间休闲的支持产



业,丰富吉安“叶”生活和“夜”生活,增强游客文化新感知,形成游客停留新时长。

从“叶经济”到“夜经济”,核心为吉州窑陶瓷文化与陶瓷产业,联动“产业+旅游”后所形成的文商旅经济,以生活方式的形式对大众展现,将吉州窑游览从8小时的“旅游时间”转化为36至48小时的“生活时间”。为吉安从旅游城市向城市旅游、由观光休闲向休闲度假转变提供良好的旅游休闲产业支持,实现吉安以“部分”促进和带动吉安“整体”经济的繁荣,从而促成吉安旅游大跨越的实现。

三、创新运营:从渠道到内容,实现千年古窑新“留量”

1. 构建4+1+1全年营销内容体系
在景区全年活动经营上,深度结合景区在地特质与产品业态开发时序,策划吉州窑年度四大节庆活动体系:春节千灯嘉年华、五一花街风情节、暑假仲夏露营地、国庆奇幻森友会;迎旅发大会之际,以“文化+产业+创意”融合,联动联合国世界旅游组织与海内外业界精英,打造吉州窑全球文化产业直播大会,先声国际,构建吉州窑国际市场高度;在优势资源整合上,联合国内活动赛事方,精

准把握“她经济”圈层文化,策划打造百万妈妈参与的赛事跨界合作,导入高端艺术家庭消费者流量。

2. 创新吉州窑数字新媒体内容生产力

让历史名人从墙上“走出来”,让厚重文化“说话”。吉州窑景区精心策划,即将推出系列新媒体创意内容:联合抖音大V创意打造《吉州窑一叶风流之奇妙微景秀》《吉州窑mini指尖陶艺》《吉州窑迷你厨房》系列短视频;挖掘吉安历史人物故事,如关于欧阳修、苏轼的故事,精心策划打造《我把风流送给你》创意营销事件……以文化为生产原力,以内容为流量引导。

3. 自建吉州窑私域流量池

核心构建吉州窑小红书、抖音、微信官方号三大主平台阵地,进行全年重点内容运营。以数字内容与游客、粉丝建立链路连接,以景区自有流量池矩阵为基础,掌握流量主动权,实现吉州窑景区公域流量到私域流量的沉淀,探讨游客终身价值。

四、春节践行:“文化+夜游”模式,激发吉安全域旅游“夜活力”

当春节民俗文化遇上了吉安市的庐陵文化和吉州窑的陶瓷文化,如何实现“民俗文化+地域文化+产品特

质”的跨时空联动,对景区来说既是机遇也是挑战。2022年春节期间,吉州窑景区推出首届千灯嘉年华,深入结合景区资源特色,打造启春仪式、四大新春主题互动活动、N系列线上线下氛围活动。创新打造了“看灯会、赏民俗、逛集市、品风雅”体验模式,在“一叶知风流”的品牌战略下,充分挖掘夜间经济潜力,开发多样化、主题性、特色类的夜间文化体验,通过“场景化”,让“吃住行游购娱”融入其中,用彩灯传承历史,用陶瓷“讲述”文化,实现了景区发展从“因叶而来”到“因夜而来”双轮驱动,形成了“白天访古窑,夜间逛灯会”的全新沉浸式体验。

以“一叶知风流”为品牌推广核心,焕新市场认知;村景联动开发,推进文产旅创新融合发展,带动吉安“叶经济”与“夜经济”;从渠道到内容,构建品牌私域流量池,转换成为市场“留量”实效。景域驴妈妈集团以全产业链优势、文化和旅游新生态打造,打通了品牌-产品-内容-消费的场景式闭环构建与转化,全面助力吉州窑景区在文旅融合的新征程里抢占新赛道,描绘“一叶”新蓝图。

(吉州窑管理委员会、吉州窑文旅投资有限公司、景域驴妈妈集团)



中国旅游报
CHINA TOURISM NEWS

撸起袖子 不负春光

文旅行业纾困惠企
提振信心共同发展

中国旅游新闻APP