

增强国际游客运河旅游体验 提升中华文化影响力

国际游客以何种方式感知大运河？他们在大运河的体验如何？这些问题关系到借助大运河国际旅游讲好中国故事、传播中华文化、展示国家形象的具体方式。

□ 张环宙 吴茂英

中国大运河是世界上开凿最早、规模最大的人工运河,2014年成功列入《世界遗产名录》。2020年,中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展规划第四个国家五年规划和二〇三五年远景目标的建议》,明确提出建设大运河国家文化公园。2021年,国家文化公园建设领导小组印发了《大运河国家文化公园建设保护规划》,提出要促进文旅融合,推动大运河文化的国际传播。在大运河文化遗产价值话语建构与传播过程中,不仅需要关注国家层面以及专家、精英等的声音,也要关注游客等普通民众的价值认知。一方面,大运河以其悠久的历史积淀吸引着来自世界各地的游客,是国际游客了解中国文明的重要窗口。另一方面,在我国的56项世界遗产中,大运河的国际游客到访率偏低,大运河文化对外展示和传播力度有限。

国际游客以何种方式感知大运河？他们在大运河的体验如何？这些问题关系到借助大运河国际旅游讲好中国故事、传播中华文化、展示国家形象的具体方式。基于此,本文以苏州古运河为研究场景,以猫途鹰旅游网站(TripAdvisor)上的国际游客的英语评论为数据样本,运用潜在狄利克雷分布(Latent Dirichlet Allocation,简称LDA)主题模型、数理统计分析方法深入探讨国际游客对大运河的旅游体验,以期为提振大运河国际旅游、提升中华文化影响力提供相应的对策建议。

一、国际游客运河旅游体验的主题

基于对澳大利亚、美国、英国、加拿大等35个国家和地区的国际游客关于苏州古运河的365条点评数据的主题分析,本研究发现国际游客运河旅游体验包括5个主题:历史文化底蕴、运河遗存、居民生活方式、游船观光游览活动、旅游休闲配套设施与服务。

(一) 运河之魂是文化:历史文化底蕴深远

大运河的历史文化底蕴受到了国际游客的认可。国际游客在体验大运河的过程中普遍提到大运河悠久的历史、厚重的文化、突出的遗产价值、“活态”的特点。“运河”“中国”“古老的”“历史”等词汇频繁出现。典型的评论包括:“大运河是世界上最长的、最古老的运河,非常值得参观。”“最令人惊叹的是,迄今为止,大运河还在为人们服务。当地人喜欢说,中国的长城是为了抵御外界而修建的屏障,而大运河的建造是为了

联系人们。”正是由于大运河具有深厚的历史文化底蕴、见证了中国古往今来的历史变迁,大运河成为国际游客了解中国历史和中国社会的重要窗口。可以说,大运河是中国社会历史发展的缩影和见证。作为国家形象的重要代表之一,大运河的旅游体验影响着国际游客对中国的认知。

(二) 运河之珠是遗存:运河遗存韵味犹存

大运河遗存以传统建筑物为主,包括运河水道,古老的桥梁,沿河建造的传统民居,亭台水榭等。运河遗存是构成江南水乡景观的重要组成部分,也是大运河历史文化底蕴的具体体现。国际游客表示:“我们非常享受坐在游船上悠闲地沿着古运河游览。你会看到无数古老的、装饰精致的石桥,石桥底下有古老的绘画,坐在船上的一抬头就能看到。运河沿岸仍然有许多传统民居,百姓们仍然生活在这里。这些房屋中大多数都有石阶,直接通向水面。”这些运河遗存让国际游客仿佛回到古老的中国,体验到中国的历史韵味,并带来赏心悦目的感受。

(三) 运河之上是生活:居民生活方式悠然

居民真实的日常生活方式,以及游览过程中和谐的主客互动,是大运河的独特吸引力,是国际游客运河体验的亮点。当地居民在运河边洗衣服、晒衣服、乘凉、钓鱼、打扫等日常生活场景构成了国际游客凝视的重要对象。这些日常生活场景让国际游客感受到了旅游体验的真实性,并使他们感受到了真实的中国,同时,也让他们产生回到过去时光的“乡愁”之感。国际游客在凝视居民的生活方式的同时,也与当地居民产生了互动,并形成愉悦、独特的体验之一。一位游客描述道:“我们参观了运河畔的当地市场,感觉正在进入一个‘真实的’中国。我从来没想过我会那样爱中国。这是一个美丽的国家,居民非常幸福、谦虚。”

(四) 运河之美是水韵:游船观光游览风景很好

游船观光是苏州古运河主要的游览方式,为游客提供了游览运河、认识中国的全新视角。国际游客普遍提到,游船观光游览活动以移动的方式认识“古老的中国”,近距离地观看独特的大运河景象,令人印象深刻,非常惬意、有趣。典型的评论包括:“大运河游船非常有趣!是欣赏苏州现代与传统生活的绝佳方式。在千年前建造的运河上游览太酷了。”

(五) 运河之暖是服务:旅游休闲配套设施与服务锦上添花

休闲游憩是国际游客游览运河的

重要动机之一。因此,作为运河旅游支撑系统的旅游休闲配套设施与服务(包括餐饮、购物、住宿、娱乐、解说等)也是国际游客体验的重要构成。一方面,国际游客在评论中较多地提及大运河的旅游纪念品商店、咖啡店、餐馆、酒吧等休闲场所,这些休闲场所能够满足他们休闲游憩的需求。另一方面,除了硬件设施,国际游客也关注服务人员的服务水平及态度。例如,在游船游览中,船夫和导游的态度,行为至关重要,他们对当地的介绍、唱歌表演等影响了游客对大运河的认知和感受。

二、国际游客运河旅游体验主题的体验强度和愉悦度

国际游客运河体验的五大主题相互联系:历史文化底蕴可以通过运河遗存、居民生活方式得以展现;游船观光游览活动提供了动态视角参观古运河的运河遗存和居民生活方式,让游客感受到古运河的历史文化底蕴;旅游休闲配套设施与服务则是其他主题的补充,同时也满足国际游客基本的旅游需求。但值得注意的是,基于主题的显著性与积极性分析,五大体验主题的体验强度与愉悦度存在较大差异。具体表现为:

一是国际游客对游船观光游览活动的参与度高、印象深刻、体验愉悦。

二是国际游客对于旅游休闲配套设施与服务的体验感较强但评价较为消极。消极的体验主要体现在:其一,旅游服务水平较低。包括部分导游和船夫等服务人员素质较低,甚至伴有强迫和欺骗游客购物消费的行为;服务人员语言国际化水平有待提升;高峰期人手不足,存在等待时间太长等问题。其二,旅游服务设施不够完善,主要表现为缺乏多语种的解说标识系统、游船配套设施较差等。其三,旅游环境氛围有待提升,如厕所和河流水道等环境脏乱差、道路拥挤等。

三是国际游客对运河遗存的感知需求较为强烈,但由于语言不通、解说系统服务缺乏、运河商业氛围过浓、停留时间太短等原因,导致部分游客对运河遗存的感知评价比较消极。

四是国际游客非常认可运河的历史文化底蕴和居民生活方式,但体验强度较低。这说明运河遗存的阐释和传播还有待加强,游览线路和游览内容还需更好设计,居民的生活方式也可以更好地演绎和呈现。

三、增强国际游客运河旅游体验,提升中华文化影响力的实现路径

国际游客对大运河的评价,充分

说明了大运河在塑造国家文化标识、提升中华文化影响力方面发挥的重要作用。基于此,本研究提出以下增强国际游客大运河体验的建议:

(一) 加强对大运河遗产的保护和阐释,提升游客对历史文化底蕴的感知

要加强对大运河文化遗产的保护,坚持保护第一,促进遗产资源合理适度利用。同时,要构建大运河叙事的中国表达,讲好中国故事、运河故事。既要完善大运河的解说标识系统,提供有机语种的专业解说,也要鼓励运河沿线居民讲述丰富、多元、有趣的运河故事,让运河居民成为“旅游形象大使”、运河历史文化的传播者。

(二) 呈现传统的生活方式,促进和谐的主客交流

基于活态运河的性质,要以见人、见物、见生活等形式继续保留、传承独特的生活方式和民风民俗,维护传统生活氛围,并通过有机更新不断改善居民的生活条件。同时,培育淳朴民风、文明乡风,促进和谐的主客互动,让游客体验原住民生活的真实性。

(三) 以游船观光游览项目为抓手,做强“千年运河”旅游品牌

要对游船观光游览项目提质升级,如整合沿岸的文化旅游资源推出具有地域文化特色的主题游线,恢复运河典型城市间的运河游线,提升夜间亮化景观、设计沿线实景演出等,提供品质化、内容丰富的运河休闲观光游览体验。

(四) 完善旅游休闲配套设施与服务,营造良好的旅游环境

要加强对旅游服务人员的培训,提升服务技能;打击强迫性、欺骗性购物,规范旅游消费市场,建立健康有序的运行秩序,强化旅游法治建设。同时,加强对游船、厕所、河流水道、道路等设施与公共区域环境的治理,营造干净、整洁的旅游环境。

(五) 提升大运河遗产旅游的跨文化营销与治理能力,促进国际共识的形成

应关注不同国家、不同文化背景的游客的认知习惯和行为模式,强化数字化呈现,以各国游客喜闻乐见的方式全方位地呈现运河遗产的真实面貌和独特价值,从而形成具有较强一致性和较高公信力的运河文化和中国故事。

(注:本文系浙江省文化研究工程重大课题“浙江省文化遗产保护利用传承系列研究”[21WH70080ZD]、国家社科基金项目“中国大运河的多重游憩空间与文化自信战略研究”[19GB136]的研究成果。)

(作者单位:浙江外国语学院文化和旅游学院,浙江大学管理学院)

营造美好生活体验空间 搭建美丽中国推广舞台 “书店+旅游”融合创新发展初探

□ 胥波 赵丽丽

“书店+旅游”融合发展前景广阔、难点不少,需要业界积极探索。中国旅游书店向业界书写提交了一份答卷。作为文化和旅游部直属的唯一中央级出版社,中国旅游出版社于今年5月19日启动中国旅游书店“万卷千里·书香伴旅”推广行动,主题定位是“美好生活体验空间 美丽中国推广舞台”。这与文化和旅游部6月上旬启动的2022年国内旅游推广活动主题——“美丽中国·美好生活”不谋而合。中国旅游出版社发挥资源整合优势,联合有关权威机构、各地文化和旅游主管部门、旅游目的地、企事业单位等,共建“中国旅游书店”品牌,并以此为基点携手开展“一品(品牌授权)、二推(活动推广、营销推广)、三创(文旅IP创作、精品图书创作、文旅创新开发)”推广合作。推广活动将通过品牌共塑、业态共融、产品共推,让行业内外协同、线上线下联动,打造富有持续创新能力、文化力、吸引力的旅游书店,力促文化与旅游深度融合、高质量发展,营造主客共享的美好生活空间,生动展示推广好美丽中国。

一是品牌共塑形成形象。品牌是一个企业的灵魂和生命,因此,“书店+旅游”要想做好、做长久,品牌赋能和品牌塑造是前提和保障。一方面,书店要为旅游目的地输出具有良好知名度、美誉度和忠诚度的统一品牌;另一方面,要充分挖掘当地文化,结合旅游书店特点,创新打造出新品牌。“中国旅游书店”具有天然优势,作为唯一的全国性旅游书店品牌,它创建于1992年,拥有30年的历史,其品牌知名度和影响力在全国旅游书店中首屈一指。“万卷千里·书香伴旅”推广行动的第一项内容就是“品牌授权”,也就是赋予合作书店“中国旅游书店”统一的品牌和标识,并在此基础上,结合各地特色设计出相关书店、书局、书院、书驿、书屋等分店品牌。与此同时,凭借中国旅游出版社全品种旅游图书供给能力、全媒体传播平台聚合能力、全行业文旅资源整合能力,中国旅游书店还在文旅IP创作、精品图书创作、文旅创新开发等品牌创新塑造方面,不断进行输出和赋能。这样的旅游书店,无论在品牌形象上,还是在

创意设计上都成为展示美丽中国形象的特色平台。

二是业态共融拓空间。书店+旅游,不能只是把卖书场所搬到旅游目的地,而应该打造集多功能于一体的复合式文化场所,多业态共融的旅游休闲新空间。中国旅游书店就采取“模块化+复合式”进行空间设计,除设置旅游书架空间外,还设计了综合休闲和推广的沉浸式体验空间,如智慧互动、休闲体验、文创购物、活动交流、亲子阅读、虚拟体验、非遗展演、大咖直播、营销推广等多种空间,延长“书店+”产业链条,丰富游客互动体验。到中国旅游书店,游客不仅能看书,还能愉快地休闲;不仅能领略文创产品、数字科技,还能感受非遗技艺;不仅会来打卡,还乐于刷卡。同时,中国旅游书店也为破解文旅公共服务提质增效难题提供了一个可供借鉴的解题思路,那就是跳出公共服务只做公共服务的惯性模式,用产业思维、产品视角,把旅游书店开进游客服务中心等地,从而助推公共服务效能提升。这样的旅游书店能够满足人们对美好生活的需要,可以成为文旅地标、精神绿地。

三是产品共推促消费。旅游书店不能只卖书店里的书和休闲体验,还应该卖所在地区的文化和旅游,把当地的文旅产品推出去,把游客引进来,拉动文旅休闲消费。中国旅游书店可以运用文旅行业和新闻出版资源整合能力,结合旅游目的地资源特色,策划推出独具特色的活动,助推文旅产品营销推广。目前,中国旅游书店策划的推广活动有“美丽中国”旅游风采秀、“品读中国”作家采风行、“魅力中国”专家鉴赏汇、“书香中国”文旅大讲堂、“诗和远方”作品签售会等。此外,还联合OTA平台、专业组织、主流媒体,通过全媒体推广、多平台联动,构建多渠道、立体化推广网络,打造线上线下营销闭环,实施精准营销。中国旅游书店不仅可以成为旅游目的地打卡点,还能成为其营销推广引擎,力促文旅消费,助推文旅高质量发展。

“读万卷书,行万里路”,书店与旅游深度融合,书香陪伴游客旅途,让旅游成为美好生活方式、品质学习方式、深度成长方式。

(作者单位:中国旅游出版社有限公司)

“四老+四新”打造岳阳文旅新场景

□ 田共兵

湖南省岳阳市坐拥八百里洞庭“天下水”、160余公里长江岸线和千古名楼岳阳楼,文化和旅游资源丰富。笔者认为,可从四个方面入手,通过打造文旅新场景,做强做优做实“洞庭天下水、岳阳天下楼”文章,助力实现文旅产业“双千亿”发展目标,将岳阳打造成为国际知名旅游目的地。

一是老街区+新业态做活城区。一是重规划,为老街区找准新定位。岳阳古城和洞庭南路历史文化街区应以岳阳楼为核心,以整个岳阳文旅的引流景区和核心引爆点为定位,做好业态规划,实现外来游客的引流与本地游客的错峰分流。二是强创意,为老街区植入新业态。岳阳楼洞庭湖文化旅游度假区正全力投入国家级旅游度假区创建工作,目前,在度假区内已植入中华大熊猫苑、潮嗨音乐节等文旅新业态,要强化创新创意,让古城老街洋溢青春气息。三是精建设,让老街区焕发新生机。将岳阳楼、洞庭湖与巴陵戏、长乐故事会等地方文化相结合,建设精美的建筑,打造独特的舞台演绎剧目,彰显岳阳楼的夜间魅力,刺激夜间经济,让老街区焕发新生机。在岳阳楼洞庭湖文化旅游度假区建设的洞庭湖小镇,打造城中有湖、湖边有山、山旁有田的文旅体验新场景的同时,可常态化开展草坪音乐节、森林夜游项目、夜间party以及“星星夜市”。

二是老文化+新产品做出品牌。一要挖掘文化讲好故事。岳阳有大量神话寓言故事可用于旅游开发,如远古的娥皇女英二女寻夫、传说的柳毅传书、嫦娥奔月以及范蠡西施归隐、周瑜小乔佳话等,可以以此为基底进行艺术创作,推出旅游演艺项目,还可以突破场地限制,以巡游表演等方式吸引游客参与角色扮演,打造岳阳独有之文旅IP。二要研究市场做好产品。如可通过数字化手段重现故事,在虚拟场景里,让游客亲身体验秦始皇赶山、鲁肃点兵等情景。可与岳阳品牌“劲仔食品”联合设计龙虾或螃蟹美食体验馆,与“天岳黄精”联合推出饼干

面点制作体验等。三要打造场景激发消费。如可在岳阳楼洞庭湖文化旅游度假区龙山码头等地引入剧本杀项目,利用大草地和芦苇荡推出野外露营和户外活动,在南湖开展垂钓活动。

三是老资源+新思路做好项目。一要充分挖掘长江、洞庭湖等“江湖”资源,以岳阳楼、君山岛、洞庭湖为龙头,以“江湖岳阳”为品牌,打造深度文旅体验项目。二要做好水陆空项目的融合创新。发展壮大中洲通航基地,让直升飞机在洞庭湖小镇或南湖水上运动中心升降,升空即可领略楼、岛、湖风光。做好水上旅游场景,除传统游轮码头和水上游项目外,目前,南湖水上运动中心已引入了皮划艇、帆船等项目,要做好运营工作。高品质做好沿江环湖岸线体育运动项目,发展运动培训和飞行表演等体验项目。三要实现市区与区县联动发展。以“楼、岛、湖”为龙头,以市区为集散枢纽,市县区联动,吸引游客走进区县腹地,深度感受岳阳的魅力。

四是老生活+新科技做优体验。在最大限度保留当地习俗的基础上,运用新技术为游客带来更好的深度体验。一是生活场景化。可运用科技手段结合市场需求及现代生活方式打造生活化场景。如依托君山银针茶道文化、华容早茶文化以及巴陵全鱼席、“天岳黄精”药膳和黄鳝面等小吃,打造接地气的美食生活场景,为游客提供难忘的餐饮体验。二是景观故事化。八百里洞庭,一望无际的湿地,绝美的湖岸线让岳阳成为看夕阳的绝佳城市,可运用现代科技制造“且就洞庭瞻月色”和“嫦娥奔月”的绚丽场景,结合数字创意多维度打造出情感共鸣、大气磅礴的体验项目。在黄梅港湿地公园展示“气蒸云梦泽”的远古传说、“波撼岳阳城”的历史事件、“守护好一江碧水”的当代实践,为游客提供沉浸式体验。三是管理智能化。打造“一部手机游”客户端,并将其融入智慧城市建设中,真正实现旅游管理智能化,为游客提供便捷服务。

(作者单位:湖南岳阳楼洞庭湖文化旅游度假区<南湖新区>)

开拓多元发展路径 助推乡村红色旅游

在红色文化资源丰富的乡村积极开拓红色旅游的多元发展路径,是推动我国红色旅游高质量发展的必要之举,也是助力乡村振兴的有效方式。

□ 季春芳 赵星辰

百年党史中的各个时期都在乡村留下了深刻烙印。乡村的红色文化资源十分丰富,红色旅游发展潜力亦十分巨大。在红色文化资源丰富的乡村积极开拓红色旅游的多元发展路径,是推动我国红色旅游高质量发展的必要之举,也是助力乡村振兴的有效方式。

一、加强组织协调,制定专项规划

加强组织协调,有利于为乡村红色旅游的发展提供重要保障。目前,乡村的红色旅游发展总体上还处于初始阶段,部分乡村的红色旅游发展还没有达到预期效果,在具体推进的过程中亦面临一些客观难题。加强对于乡村红色旅游工作的组织协,统筹宣传文旅、交通市政、党校史志等相关部门,是综合推进乡村红色旅游的重要举措。同时,还需进一步理顺部门之间管理和服务的权责关系,解决遗留的历史问题以及发展过程中可能出现的新问题。

制定专项规划,有利于为乡村红色旅游的发展提供重要指导。目前,不少乡村还缺少专门性的、宏观性的、战略性的红色旅游发展专项规划。由于缺少科学规划的指导,导致乡村红色旅游出现了诸如特色定位不准、重复建设严重、资源整合效率低

等问题。因此,有必要制定站位高、视野宽、落地性强的专项规划,把握总体定位,擘画最优路线,实现科学发展。

二、夯实人才队伍,借力科技创新

发展红色旅游需要大力夯实人才基础。受经济发展、就业机会、个人职业发展潜力等多因素影响,目前乡村在人才队伍建设方面还存在较大难题。制定相关政策,培养和引进一批既了解党史国史又掌握旅游管理专业知识、既重视保护革命遗址遗迹又重视红色文化宣传的复合型人才,是夯实乡村红色旅游人才基础的重要举措。同时,还要逐步建立健全关于红色旅游工作人员的成熟机制,在从业资格、继续教育、编制待遇等方面,形成一套较为合理的完善的体制,为乡村红色旅游乃至全国红色旅游的发展提供有效保障。

发展红色旅游需要充分借力科技创新。各地可因地制宜地在红色景点景区进行智能化和信息化改造,积极引入现代化技术设施,利用移动互联网技术创新游憩休闲方式,增强红色旅游的体验性和参与性。如在旅游产品中利用AR和VR技术重现历史场景,切实提升游客的沉浸式体验感。同时,还可开发当地红色旅游APP,提供语音讲解,搜索景点周边特色美食等,一站式解决游客难题,提升整体

服务质量。

三、深挖红色内涵,打造特色品牌

深挖红色内涵,是发展乡村红色旅游的必要前提。深厚的红色文化底蕴,是红色旅游的灵魂。因此,各地要在深挖红色内涵方面,做足功课、下足功夫。地方志办、党校等部门,要就本地的党史、国史、改革开放史、社会主义发展史等方面进行深入研究,并可就相关主题有方向有重点地开展理论研究和实践活动,为打造有内涵、有深度的红色旅游提供理论支撑和艺术支持。

打造特色品牌,是发展乡村红色旅游的有效路径。当前,推进红色旅游是适应我国时代发展的大势所趋,红色文化资源相对丰富的地区基本都在探索红色旅游的发展方式,但如何避免同质化、突出差异化,是一个亟待破解的现实难题。因此,各地要在深挖红色内涵的基础上,提炼本地独具特色的红色文化标识,创新红色旅游宣传方式,提升红色旅游品牌知名度,同时还要激发品牌与本地人民群众、异地到访游客之间的文化共鸣、情感共鸣,更好促进各地乡村红色旅游品牌的塑造。

四、强化整体意识,促进多元融合

强化整体意识、促进多元融合是