

用“SONG”赋能文旅深度融合发展

——浙江永嘉县如何打造全域旅游“升级版”的调研与思考

□ 叶朝阳

旅游是文化的载体,文化是旅游的灵魂,旅游的本质是消费山水背后的文化附加值。在新消费时代,大众旅游消费结构也在朝着个性化、品质化的方向升级,从“到此一游”到注重旅途体验,从跟团游到自由行,这些改变充分体现出游客对文化消费的深层次需求。今年是文旅融合走向纵深之年。浙江省以坚持“四条诗路”为重点推进“大花园”建设,永嘉县以锁定“长三角一流的山水田园休闲度假旅游目的地”为目标,以“12310”为发展路径,全力打造永嘉旅游“升级版”。如何将永嘉县独有的文化资源和得天独厚的山水资源有机结合、相得益彰,如何通过文化极致创意来提升旅游的内涵和质量,开创文旅融合发展新局面,这是永嘉县当前面临的一个重要而紧迫的课题。

永嘉文旅融合的现状与短板问题

近年来,浙江省永嘉县文旅融合发展进一步加快,该县旅游的知名度、影响力持续增强。主要凸显以下三个方面:

一是有优势。浙江省永嘉县是千年古县,人文底蕴深厚,旅游资源丰富,楠溪江自然禀赋得天独厚。山水诗、永嘉学派、非遗文化、古村文化、瓯窑文化、红色文化等在这里交相辉映。

二是有态势。当前永嘉县旅游发展势头良好,2019年,共接待游客1561.25万人次,同比增长24.12%;景区门票收入1.04亿元,同比增长59.86%,首次突破亿元大关。永嘉岩头镇丽水街、永嘉工艺美术创意园、三江街道瓯窑小镇等一批特色文创园区(街区)正进一步推进建设,文化消费新业态正逐步丰富。在乡村振兴方面,以文促旅、文旅融合已经成为鲜明发展导向和实践探索。如岩坦镇着力打造舴艋舟文化IP,推出“舴艋舟古韵乡愁”游;云岭乡打造“诗驻岭头”文化旅游节;苍岩打造“梯田开犁节”;碧莲镇推进“古窑莲香”示范带建设,打造“一村一诗”等。

三是有声势。永嘉县在“瓯江山水诗路”建设方面起步早,目前有一定的知名度,并取得阶段性成效。成功举行2019浙江省诗路IP开发推进活动暨楠溪江文化旅游节等系列重大活动。获得“中国诗歌之乡”(全国第23个、浙江第3个)称号,楠溪江风景区被评为全省首批10个(温州唯一)诗

路旅游目的地。

在永嘉县文旅融合发展的进程中,优势见长,而短板亦显而易见,主要存在“有”与“缺”的失衡问题。站在文旅融合方位审视,不难发现以下短板:

有文化缺转化。许多古村落包括苍坡村、芙蓉村等,景点内容单一,既缺乏故事和特色文创产品,又缺乏互动、游乐等项目和消费新业态,都未能很好地把文化优势转变为消费优势、产品优势,“文”有余而“旅”不足,文化与旅游的融合度及文化对旅游的贡献度偏低。永嘉县虽有“中国长寿之乡”美誉,但还未有效转化为康养经济、长寿经济。

有概念缺理念。比如永嘉书院“爱洛斯”云廊项目(高空冒险体验项目),吸引了大量年轻人来挑战,保持了较高的旅游热度。但目前还只虚有“爱洛斯”(古希腊爱神,古罗马神话称为丘比特)这个名号,许多人对“爱洛斯”是什么并不了解,“爱”主题文化深挖和系统开发不够,文化体验感不强。

有益缺风景。在民宿发展和农文体旅融合方面,永嘉县也有许多尝试,“楠溪花开”的各类小型音乐会、“君兰云上”让非遗表演融入民宿等。但从全县面上看,总体发展水平不高,在文化体验融入上相对匮乏,未能将特色的文旅项目连点成面,形成业态丰富、特色鲜明、市场强势的文旅“全景图”。

有规划缺谋划。如夜游项目、演艺项目等,规划引导上都重点提及,但在实践操作层面推进较慢,项目支撑不足。整体品牌营销、节庆赛演营销、客源市场精准营销等策划方面,缺乏“引爆效应”和持续吸引力;各景区之间的内容、主题、项目同质化现象比较普遍。

提炼永嘉“SONG”文化极致创意势在必行

针对永嘉县文旅融合发展存在的短板和问题,结合实际,笔者从永嘉的山水文化、非遗文化、名人文化、古村文化、瓯窑文化等一系列旅游文化符号中,提炼出“SONG”文化概念。“SONG”既是“宋”字的拼音,也是“歌唱、诗歌”的英译。并拟用“SONG”这个概念作为永嘉县旅游核心理念来打造和极致创意,以此统领永嘉县文旅融合发展。其中——

S:以“山水诗”为代表的“诗歌”文化。

O:以“瓯窑”为代表的“瓯”文化。

N:以“南戏”(永昆、乱弹)为代表的“戏曲”文化。

G:以“古村落”为代表的“耕读”文化。

以上,“SONG”基本涵盖了永嘉特色文化符号,与永嘉文化旅游高度契合——

从永嘉(温州)的文化史高度来看。无论苍坡、芙蓉、屿北等古村落,还是永嘉学派、南戏故里及耕读文化,在永嘉的核心体现都是宋文化。从某种意义上说,宋文化达到永嘉(温州)历史文化高峰。找准“宋文化”这个点,做足做精“宋文化”,实现传统文化的创造性转化与创新性发展,符合永嘉(温州)发展实际。

从音乐与诗歌、音乐与水的关系角度来看。无论历史上还是现实中,诗歌的诗(词)和歌是密不可分的。诗是文学,歌是音乐。因此,瓯江山水诗之路,既是诗词之路,又是歌曲(音乐)之路。因此用音乐(SONG)作为核心IP来统领,非常契合永嘉对岩头“音乐小镇”的打造。高山流水、山水清音,音乐与“水”一样,具有流动性、韵律性,润物无声,沁人心脾。可以说,楠溪江的“水”就是天然的音乐。而且,“君兰云上”让非遗表演融入民宿等,具有强大的市场号召力,实践证明,永嘉“东海音乐节”的引入,带来了大量人气和粉丝,影响力和品牌效应也越来越大。这无疑是比较成功的。用音乐赋能旅游发展,是一个非常有价值的探索。

从“SONG”文化符号的独特性来看。“SONG”,既强调了“宋”,又强调“音乐”,寓意用宋+,音乐+赋能文化旅游,为永嘉文化旅游插上两只“翅膀”,形象生动,辨识度高,容易记忆,便于宣传。

用“SONG”赋能打造全域旅游“升级版”

“代表性文化”无素组合,集优势于一体,万变不离其宗,通过精心打造和极致创意,提升全域旅游品牌,从而创成永嘉旅游“升级版”。在实践中,笔者认为应重点抓住以下六个方面做功,即:

以提炼“SONG”文化为核心,进一步统领永嘉文旅融合发展新理念。做好“SONG”文化深度提炼和文化阐释,强化核心IP系统开发和整合营销。如,关于“S”文化,既要突出“诗”(山水诗)这一核心,又可以将“食”文化(以麦饼为代表的饮食文化)、“寿”



岩头镇丽水街

文化(长寿经济、康养经济)、“十三军”文化(红色文化)等进行系统开发。同时,借力现代科技,促进文旅深度融合,通过统一设计LOGO,打造永嘉专属的文化旅游形象,在高速出入口、高铁站出口、县城主入口等节点设计和建造统一文化形象标识,将文化元素融入城镇外立面改造,使之在更大的时空范围内展示和传播,进一步提升永嘉的城市和旅游形象。

以中国(永嘉)山水诗文化旅游节(谢灵运诗歌节)打造为重点,进一步打响楠溪江“中国山水诗摇篮”品牌。全力推进“瓯江山水诗路建设”,致力打造“瓯江山水诗路核心区”,擦亮“中国山水诗摇篮”金名片。实施规划编制、研究保护、旅游开发、全域提升、宣传推广五大行动,推进诗路建设“九个一”重点举措,努力打造诗路文化新高地、文旅融合样板地、大花园建设示范地,提升永嘉在全省“四大诗路”的影响力、贡献度。定期举办中国(永嘉)山水诗文化旅游节(谢灵运诗歌节)和山水诗国际论坛,进一步提升知名度、美誉度。做足诗歌文化,让诗歌在各方面充分融入体现,让楠溪江成为一条流诗的江(宋诗之江)。加强谢灵运、陶弘景等核心文化IP开发,推进诗路文化产业园(街区)、重点文旅融合产业项目、诗路文化驿站、特色诗村建设,促进诗路建设落到实处。加大山水诗周边文创产品的开发力度,创作一批以谢灵运、永嘉大师、永嘉四灵等文化名人为原型的影视作品。

以岩头“音乐小镇”打造为重点,创新文旅融合方式,探索实践文旅消费新途径,拟做精做优音乐文章。集中精力打造楠溪江音乐小镇,统筹丽水街音乐工厂、露天音乐广场、东海跨年音乐节、音乐主题民宿等项目建

设。开展戏剧常态化进景区,引入市场化演艺项目。设立音乐名家工作室,让音乐唱响楠溪江。我们还可以与结对的四川红原县合作,把东海音乐节与红原县的雅克音乐节合作并进行联动营销。还可以参考鹿城运用现代手段推出的“诗画江心”和“画音碧湖”两台实景演出秀等,打造永嘉县自己的实景演出,把具有较高辨识度、最能体现城市个性的文化展示出来,增强城市吸引力,从而提升永嘉的美誉度、关注度和知名度。

以“永嘉学派和楠溪江宋文化研究院”和“宋村”建设为引擎,做足做深楠溪江“宋文化”。杭州有宋城、永嘉有宋村,做足做深宋文化文章,打造宋村是一个有效载体。可以结合永嘉全境古村落资源,活化打造新“宋村”(江南第一宋村等概念)。从村落的修缮、文化的植入、民俗的展现、产业的布局等入手,建设大宋风情商贸街、宋村文化区配套项目,将永嘉的传统美食、故事等融入其中,打造永嘉版的《清明上河图》,让人一入村就仿佛穿越到宋代。并且可以在其中打造不同“宋味”节庆,结合中国传统春节、端午、七夕、中秋、重阳以及元旦等,针对不同的群体开展相关文化(民俗)活动。如“到楠溪江、过大宋年”(家庭)、诗歌节(文人)、鹊桥会(年轻人)、楠溪赏月(大众)、登高(中老年人)等,通过挖掘宋代文化、民俗,让现代人体验先人的衣食住行玩乐购。同时,以永嘉学派和楠溪江宋文化研究院为龙头,加强宋文化与旅游深度融合发展研究。建议研究院成立及论坛时间,与丽水街重新开街及东海音乐节串接在一起,并把研究院成立作为音乐小镇打造的先导性和引领性工程来抓,强化“宋文化”与“SONG”(音乐)的联动互促。

以打造一批特色文化馆舍为支撑,做精做美“瓯”(温州)文化特色文章。比如,在瓯窑小镇,除了要做好瓯窑遗址公园、瓯窑文化博物馆、瓯窑大师工作室等项目的建设,还要深挖瓯窑的文化底蕴,结合茶文化、禅宗文化等,将罗东片12个村连体打造成文旅融合的省级瓯窑小镇,使之成为温州瓯窑文化产业集聚区、温州北岸城市后花园和“宜居宜游宜业”众创空间。鼓励“驻村艺术家”落户,鼓励民间建设书画院、乡村博物馆、文化名家工作室等,使之成为永嘉(温州)文化的一个宣传窗口。进一步强化永嘉是瓯(温州)文化核心地、代表地的发展理念,推广营销来温州旅游必然要到永嘉(瓯窑小镇等地)的理念和概念。

以招引文旅重点项目落地为重点,全面提升永嘉文旅融合发展水平。牢固树立“项目为王”理念,把握重点、精心策划、有效落地,加快推进20大重点文旅融合项目落地。同时,做好上级政策、市场主体的对接,精准招引一批带动力强、市场潜力大的影视、演艺、艺术等方面的新项目、大项目。进一步扶持、招引一批成长型文创企业,推进创意设计、工艺美术等文创产业发展。进一步加强旅游宣传,精心策划和举办各类节庆活动,适度开展文化和旅游“走出去”活动,包括到境外宣传推介。定期组织开展全国主流媒体永嘉行等主题外宣活动,加强在各级媒体的宣传,有针对性在全国主要城市投放有创意有新意的宣传广告,进一步提高楠溪江文旅品牌的知名度。

(作者系浙江省永嘉县委宣传部部长)

(本版配图由浙江省永嘉县委宣传部提供)



“南昆”“北昆”不如“永昆”,50年代进京献演的国家级文化遗产永嘉县昆剧。



永嘉昆剧巡演乡村舞台