



解 纵 深

周一

纵深

城事

见识

博闻

大运河，可以玩出这些“新花样”

■ 本报首席记者 龚丹韵

“中国大运河”是一项伟大工程,承载了中华文明的记忆,历经两千余年、沟通五大水系,从京津冀到长三角,至今仍发挥着重要作用,被列入联合国《世界遗产名录》。

近期,《大运河文化和旅游融合发展规划》发布,这是继去年的《大运河文化保护传承利用规划纲要》《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》之后,又一项关于大运河的国家战略部署。

然而,大运河涵盖领域之丰富难以尽述,具体到文旅,究竟该怎么做?几位民间人士组成了一个小团队,他们从北京通州出发,沿着运河一路自驾,到上海青浦为止,实地体验了一回“大运河之旅”,或许能为纵贯南北的大运河战略、为上海的文旅发展,提供更具象的新思路。

南方人一路向北 北方人一路向南

国庆前夕,9月21日,发起人张弘带着一群朋友抵达北京通州。8个人,一辆C型房车、两辆轿车,就此拉开大运河之旅。接下来每天一座城市,途经天津、沧州、衡水、济宁、徐州、淮安、扬州、宁波,于9月30日止于上海青浦,恰好“十天十城”。

张弘是一名来自上海的设计师、规划师,参与过东部多个乡村规划。此次同行的朋友们,有的从事体育行业,有的从事房车行业,还有的来自文艺演出、游戏编程、亲子教育、文创设计等领域,组成了一个复杂多样的团队。

这套组合背后是张弘琢磨出来的“玩法”。

从文旅角度,大运河可以理解为一个巨大的IP品牌。流淌2000余年,通航里程超过1000公里,中国人一土一石,开凿出世界上距离最长、规模最大的运河。这条千年文脉,至今仍是活态的文化遗产,沿线名桥名塔、古镇古迹,文化历史不胜枚举;已有水工遗存等物质文化遗产1000多项、国家级非物质文化遗产400余项;沿线省市的文化产业年增加值占全国比重超过50%;其水运吞吐量依然巨大,年货运量仅次于长江……

大运河资源如此丰富庞杂,文旅究竟该怎么做?有没有摸得着看得见的具体做法?

张弘自有一番理解:目前在国内,连成一条“带”的文旅项目其实不多。比较有名的如青海甘肃大环线,全程近2800公里,是西北自然风光、丝路人文历史的大集合,西北自驾游必选路线。放眼全世界,美国66号公路、日本古中山道文化遗产廊道等,都是经典的带状文旅路线,吸引全世界游客深入了解当地风土人情,做得好,甚至是一张形象名片。

从旅游角度看,我国资源丰富,但目前“带状”线路开发不足。大运河,恰恰能在中国经济繁荣的东部形成一条贯通南北的线,它区别于长三角、大湾区等城市群组概念,打破地域文化圈,连接黄河与长江,连贯渐变,呈现南北两种不同的风土人情和地理风貌。让南方人一路向北,北方人一路向南。

它的玩法,一是水上项目,但短时期内全水域打通有一定操作难度和局限性。张弘的设想是另一种:房车自驾游。

房车的便利性不言而喻,即便只是家轿自驾游,沿着运河一路行驶,也可极大串联运河沿岸城市的各类风光。尤其对东部城市而言,如北京、天津、苏州、杭州、上海等,许多游客曾以一座城市为目的地玩过一回,也许几年内不会考虑再去,但大运河的新视角,能激发新一轮游玩兴趣。房车、家轿的自驾游人群自带流量,驱动社群、新玩法,导入新流量。

“政府部门很难打破各自的行政区域、地域范围。大运河涉及的行政省份超过8个,几乎是强省强市,比青海甘肃大环线复杂得多。而且南北做事风格也各不相同。串联这件事,在运河协会组织的引导下,链接社会资源,更容易事半功倍。”张弘说。

这10天,团队每到一座城市,都会与当地文旅局进行探讨。

思路是先寻找城市的“边角料”空间,微重新改造,让它转身成为“运河驿站”。驿站也是房车补给站,可为车辆充电、加水,有场地停车、休憩,甚至露营,以此吸引自驾游或房车旅客。

有了沿岸的一个个运河驿站,就能引来线路客流,下一步便是挖掘每座城市的文化。用带状线路,串联、整合从北向南几十座沿岸城市的文旅资源,如沿河旅游景区、特色小镇、农产品、教育研学、体育赛事、康养基地、文创产品等。

这条长线路如果成型,将重新刺激东部旅游的新鲜感、文化感、历史感,让人们一路体验北方的浪奔浪涌,如何渐变为江南的小桥流水,两千余年的文明,如何在岁月中流淌。

打通“任督二脉”的思路

从事体育产业的袁洁加入“十天十城”团队时有一番评估。

她认为,和发达国家相比,我国体育产业创造的价值还远远没有得到释放,潜力巨大。比如环法自行车赛,每年创造的效益可占法国体育产业的三分之一。

“大运河同样具备条件。”袁洁说,在体育产业中,产出最大的莫过于联赛。她首推流量



2019年扬州三湾运河公园的古运河景色。

新华社发

拉动大、群众基础强的马拉松赛事,建议举办“大运河马拉松联赛”。

一场马拉松,浩浩荡荡的人流从起点倾泻而出,连续几小时围绕当地著名景观带跑步,所产生的眼球效应、大众影响、传播效果、品牌塑造力,是其他体育赛事难以匹敌的。更有趣的是,马拉松选手常常有种“打卡”心理。“大运河马拉松联赛”若能举办,为了“求全”,许多选手们会恨不得跑遍每一站,用汗水,用心跳,体验运河不同区段的风光。

每座运河城市还能创造新玩法,比如障碍跑、趣味跑等,不一定非要等着每年一回的大型赛事,相当于打造一个大运河文体嘉年华。赛事时,房车可以替代酒店,减少平时硬件投入;可以成为流动店铺,提供餐饮等配套服务;可以开发“房车集市”、“房车剧社”等。

房车营地对硬件的要求其实并不高,水、电设备安装,一两个月内基本就可完成。一些景区的备用停车场,或者城市废弃停车场可直接改装。尤其是去年以来,沿岸运河公园的建设如火如荼,如果新建的运河公园能留一块小空间作为房车营地,两者将会相得益彰。

但是游人们停车在此之后怎么玩?购游娱等文化活动在哪里?

团队中的李祎,从事文化演艺行业。他认为文旅的一大痛点是游客们“不过夜、不回头”,没有夜晚的内容,难有记忆深刻的念想。“而运河沿线多的是文化,多的是故事,可以创造一些小剧场表演,或者舞台剧。每年翻新内容,给游客持续的新鲜感,以此串联大运河在历史长河中的文化记忆。”李祎说。

这一点,青海甘肃大环线上的《又见敦煌》演出已是市场成功的典范,在旺季一票难求,门票年收入高达上亿元。大运河未必要全盘模仿,不搞大型演出,也可以在运河公园、运河驿站,尝试一些小型的、有创意的剧,呈现南北不同文化特色,“小而美”更符合东部地区的文旅特点。

10天之旅中还有一个巧合——多个城市文旅局都提及,当地运河留有大量古代文人如李白等诗人的印记。据此打造“运河诗词大会”、“运河书房”,以小型的艺术活动,推动运河夜经济、夜文化,确实有诸多资源可挖。

又如文创产业,张延安长期从事城市礼物的文创设计,如“多彩贵州”系列,颐和园文创产品系列。无论是依托马拉松联赛,还是房车线路,都可以设计大运河相关的文创产品。

每一座运河城市,几乎都有当地知名的酒品牌、茶品牌,可以打造一个大运河“地方酒”、“地方茶”系列。还可以把当地美食包装成“大运河伴手礼”,地标性建筑元素二次开发等,运河沿线联动销售,形成一个大运河文创体系。

线下,文创产品借助运河驿站、公园、营地、剧场等实地输出,线上则可搭载体育赛事票务系统,大白兔非遗产品、农特产品、地方小吃伴手礼等。比起单独一座城市运作文创,大

运河IP联动几十座城市,规模效应会更大。游客们每一站,都能遇到一批美食或一套文创纪念品,带着它们回家,也是留下关于大运河的记忆符号。

从事数字运营的任鹏则设想,如果技术成熟,未来可开发大运河的虚拟游戏平台,用游戏丰富运河之旅的趣味性。比如,打卡寻宝,开盲盒,完成某些旅游任务,可兑换文创礼品等。

按照这个思路类推,带状线路可植入一系列内容,包括亲子教育、研学旅行。房车本就适合全家出行,不同于中西部的大美自然,大运河的优势恰恰在于沿线城市较为繁荣,服务基础好,相对安全,一家老少皆可游玩,大运河本身就是一条“千年文脉”,“文化路线”本就是题中应有之义。

张弘形容这些思路为“打通任督二脉”,让本来散发的、没有合作的东部城市文旅资源,横向扩展、南北串联,导入新流量和新看点。

不同的城市 不同的回答方式

10座城市的文旅部门,也有自己的侧重。河北衡水,大运河流经的一个渡口正在申请国家级非遗。清晨的衡水湖朦胧幽静,碧草连天,也是鸟类天堂。有人岸边垂钓,时有鸟儿点过湖面,飞向天空。

这里有环湖马拉松比赛,呼吸着高负离子含量的空气,人们沿着平坦的环湖赛道奔跑,沿路水波荡漾,颇有特色。然而用流行语说,它并未“破圈”,知名度仍主要在本省。能否依靠大运河,扩展衡水的知名度?相关部门颇有兴趣,一连问了袁洁相当多的问题。

衡水,也是大儒董仲舒的故乡,文化底蕴深厚。这里的孙敬学堂是较为有名的汉文化研学基地,身着汉服,在一座仿古学宫中体验制香、造纸、皮影戏、活字印刷等,应时节学习各种传统礼仪,对亲子教育和研学旅行颇有吸引力。

“我们经济不算发达,但是勤奋好学,文化底蕴丰厚。”当地文旅部门的人说,他们也期待搭上大运河,让这些尚未“出圈”的文化资源重新激活。

徐州五省通衢,位于大运河中点,融汇南北文化。近年来,随着周边小煤炭关闭,城市正在经历转型。空气中的PM10指数略微偏高,但比起几年前已有极大改善。服务业,如文旅产业,或许是城市未来的发展点,不过目前所占比重仍然偏小。

徐州文旅部门的工作人员很有紧迫感,反复追问运河驿站的具体落地方式是什么,并且坦言,城市对历史文化挖掘不深。比如徐州的云龙湖比西湖大,但故事少,宣传营销俱是短板。

一路向南,进入江苏,面食少了,米食多了。一呼一吸中,水汽扑鼻。高速公路上,仿如购物中心的服务区不仅给房车提供了休憩地,也给一行人提供了更多选择:6天来的第一杯现磨咖啡、品牌连锁餐饮店、包含大白兔奶糖在内的礼品店,甚至还有游玩区。

这也从一个侧面回答了北方城市文旅部门

的一些提问:运河驿站和普通服务区有什么区别?除了水电等硬件配置,它还可以成为“驿站+”,加入文化、体育、商业、快销等各元素。

常州武进的太湖湾露营谷,占地近700亩,在山脚下一眼望不到尽头。有房车宿营、生态旅游、农趣体验、拓展基地、格子吧街五大板块。帐篷酒店、木屋别墅、蘑菇屋等体验一应俱全,也有单独的停车位,可供房车自驾游的游客栖息一整晚。成人拓展、青少年户外营地、真人CS、喂养小动物、舞台表演等,综合性项目齐全。

但它如今名气并不大。露营谷的相关领导介绍说,房车是超前的标杆,但问题是导流,“周一到周四如何填满”,是所有露营地需解决的课题。

长线路旅游若能做好,可以削峰平谷。长线自驾游没有双休日和工作日之分,还能带来稳定流量。但房车买的人少,目前房车自驾游还是以租赁为多。大运河南北线若要打通,首先就得解决异地还车问题。比如北京租的房车,能否在上海还,这需要房车企业、产业的进一步合作,非一个露营谷力所能及。

南方城市,也有南方的难题。露营谷地处长三角,但长三角文旅资源简直可以用“泛滥”来形容,投资几十亿元规模的园子已超过200家,“韭菜已经割了一茬又一茬,下一拨客流量在哪里?竞争太激烈了!”一位运营负责人如此感叹。

露营谷还做了一番数据分析。目前拥有较高消费力的上海客流,70%以上流向浙江,即便来到常州,50%以上流向天目湖。露营谷的上海客流并不高,可能是因为宣传不够、渠道偏少,但本质还是因为“夜游产品少”。天目湖依靠晚上泡温泉吸引了众多上海客流,而房车营地白天内容丰富,住下来后晚上怎么玩?有没有好看的演艺或可夜游的内容?

“我们对文化内容的植入非常感兴趣。”露营谷的人这样对张弘说。

一个有意思的现象是,北方城市,往往希望企业直接拿块空地投资到底,具体怎么设计内容往往政府不过问。而南方城市更喜欢“轻资产”模式,明确表示场地、硬件可现成建好,只希望企业来植入文化内容、运营激活空间,挖掘更多附加值。

扬州,因运河而生,因运河而兴,唐诗《春江花月夜》,在这里得到具象呈现。它也是大运河中遗的牵头城市,世界运河历史文化城市合作组织(简称WCCO)所在地。张弘觉得,在扬州搭建一个大运河旅游的合作机制很有必要。运河沿线条件并不差,许多文旅资源已是现成,只不过各自独立分散,影响有限。

不同的城市,对大运河有不同的回答方式。或许,合作机制、协调资源的平台,是其中关键。

为什么来自上海

国庆前一天,团队抵达终点:上海青浦。青浦水系发达,人工开凿的太浦河连通黄浦

江与太湖,于上世纪中叶开工,一度成为太湖泄洪的主力标杆。它连接两岸三地,本是“一体化”的河流,如今成为“一体化”的象征,处于长三角生态绿色一体化发展示范区。这条被赋予生命的河流,也是国家治理与中国智慧投射在运河上的启示。

团队拜访了青浦区的大观园。大观园的红楼梦主题看似具有独特性、唯一性,但一座仅供观赏的园子,对年轻人的吸引力显然不足,被戏称为“开园即巅峰”,此后客流量一路下滑。如今在生态保护的前提下,如何转型开发,是一件颇费思量事情。

附近还有另一个文旅景点:金泽古镇。它被称为上海最低调、淳朴的古镇,有“第一桥乡”之誉。金泽人曾说:两分钟,穿越苏浙沪。水边的金泽古镇,如梦似烟。

然而,目前大部分外地游客来到上海,首冲迪士尼乐园,以及陆家嘴、豫园、外滩等市中心景区而来,再延伸到武康路、思南路等上海老房子集中区。上海的美丽乡村,一直相对缺乏竞争力。即便已打响知名度的朱家角古镇,青睐者大多出自本地和长三角。

沿着大运河的土地,曾经多为田野乡村,某种意义上,大运河线路反倒是一条串联南北游客来到上海乡村的纽带。人们可以从另一种视野体验“江南文化里的上海”。

正如一批学者所述,上海的历史源远流长,开埠前并不是“小渔村”,在上千年的文明中,这里古镇繁荣,以港兴市。如青龙镇,唐时即为东南通商大邑,宋时即为对外贸易港口。

张弘的团队大多来自上海、北京,并非偶然。历史上的大运河,实现了在广袤大地进行南北资源和物产的大跨度调配,沟通国家的政治中心与经济中心,而如今的政治中心和经济中心,则是北京与上海。

所以,商业人士的视角认为,大运河的文旅需要上海,能够对话的两端,必然是北京与上海,如此才能实现南北资源的大流通。

其次,上海一直是文旅市场最受瞩目的目标客群,从经济水平、生活方式、自驾游出行习惯、亲子家庭结构等多种因素看,上海恐怕也是大运河的主力客群之一。甚至具体到房车,目前发展以北上广为主,何况房车企业之一的上汽大通,总部在上海。

再者,上海的乡村振兴,反过来可以从大运河路线获得引流。新客源,对上海也是一个新契机。

更大范围说,国内经济内循环,大运河从京津冀流到长三角,而长三角的上海是重中之重,集中了资本、人力、产业、消费等多个要素。

跳出文旅视角,大运河是推动世界文明对话的重要抓手之一。如何向全世界介绍中国大运河?上海,有自己国际传播的独特优势。何况上海本身,也是江南文化、古镇水乡、运河发展的结晶。上海交通大学城市科学研究院院长刘士林曾说,大运河沿岸的江南文化不仅在历史上有着重要地位,同时依托高度发达的长三角,具有强有力的经济基础支撑,最有可能率先建成一个大运河文化带示范区。

上海,河道的尽头,通江达海。人与水的共生,有无穷想象。

国际案例

美国加州1号公路,全长超过1000公里,《国家地理》杂志称它为一生必去的50个地方之一。它依山沿海而建,一边是太平洋,一边是落基山脉,旅行者们驾车从旧金山出发,沿西海岸加州1号公路途经斯坦福、蒙特雷、卡梅尔、赫兹城堡、丹麦小镇一直到洛杉矶,这条路处处都有美丽的景色,公路沿线还设置观景点。

另外一条66号公路从海滨城市圣塔莫尼卡一路贯贯到芝加哥,全长约4000公里,也是著名的自驾游线路景点。

日本古中山道文化遗产廊道是一条线性的遗产区域,把单个的遗产串联起来,具有一定历史意义。目前保留完整的驿站有轻井泽宿、妻笼宿、马笼宿等。

在妻笼宿,当地居民和政府共同制定了“不出售、不租赁、不破坏”三大原则。可见遗产廊道的发展,既要政府支持,也要有本地居民自发保护,社会力量共同参与,包括构建解说系统、市场与营销策略等。

遗产廊道并不意味着啃老本,遗产点本身需要具有文化、区位、市场、创新优势。例如奈良井的特色漆器、卡通版的店招、服务型机器人等玩法,推陈出新,结合现有文化,创造了有一定经济价值的产品。

脑一流 献一计
见微知著看上海

欢迎广大市民就上海城市精细化管理献计献策。意见和建议请发邮箱:shjianweizhizhu@163.com。