

军事文化遗迹体验叠加旅游开发研究 ——以南京明军事文化与贵州屯堡文化为例

Research on Tourism Development of
Military-Cultural-Relics

by Experience-overlay

——A Case Study of Nanjing ming-Dynasty
Military Culture
and Guizhou Tunpu Culture

唐晓岚 冒丹

TANG Xiao-lan MAO Dan

摘要:军事文化遗迹旅游具有历史性、针对性和知识性的特点，具有较好的旅游开发前景。本文以“体验叠加”旅游开发相关理论为依据，结合南京明军事文化与贵州安顺屯堡文化旅游开发的比较性研究，对两地旅游体验叠加开发的构想进行可行性探讨。通过分析认为：南京明军事文化与贵州安顺屯堡文化旅游开发应打造区域旅游、强化军事主题、开发长距离模式，既有利于形成两地文化形象的互补性，并推动对文化差异性的整合，形成体验叠加效应，又有利于打破现有行政区划局限的桎梏，系统利用、开发旅游资源，进行军事文化旅游整合规划，以整体开发带动明军事文化遗迹的旅游发展，打造出一个特色鲜明的高质、高品位的明军事文化遗迹品牌。

关键词：军事文化；南京明军事文化；屯堡文化；体验叠加；旅游开发

文章编号：1009-6000(2011)09-0075-05

中图分类号：F592 **文献标识码：**B

基金项目：江苏省教育厅高校哲学社会科学研究基金项目“江苏生态旅游者环境态度与行为管理研究（2010SJB630037）”

作者简介: 唐晓岚(1968-), 女, 湖南辰溪人, 博士, 南京林业大学风景园林学院教授, 南京林业大学森林资源与环境学院林学博士后, 研究方向为城市及城市景观规划与设计、城市生态学和城市社会问题;

冒丹 (1988-), 女, 城市规划与设计研究生, 研究方向为园林规划设计与理论。

Abstract: Military-Cultural-Relics tourism has historic, targeted and informative features that show better development of tourism. Based on relevant theories of experience-overlay, the paper analyses the feasibility of experience-overlay developing between Nanjing Ming-Dynasty military culture and Guizhou Anshun Tunpu culture. In the analysis, it is found that the tourism development of Nanjing Ming-Dynasty military culture and Guizhou Tunpu culture should focus on regional tourism, strengthen military theme subject, and exploit long-distance model. Experience-overlay effect could be formed through forming complementary culture image, and advancing integrated cultural differences. Integrated development could provide Ming Military-Cultural-Tourism with high-level development by breaking the shackles of current administrative division, by elongating tourism resources, and by studying integration planning of Military-Culture. In the near future, a high-quality brand of Ming military cultural relics could be formed.

Key words: military-culture; ming military-cultural-relics; Nanjing Ming-dynasty military culture; Guizhou Anshun Tunpu culture; experience-overlay; tourism development

1 军事文化遗迹旅游特点及开发要求

1.1 军事文化遗迹旅游特点

军事文化是一类特殊的文化。军事文化旅游因具有军事科学技术先进性, 形式多样性, 历史怀旧性、体验新奇性和冒险性等特点, 近几年在英、美、德等军事发达国家中备受旅游者的青睐, 成为当地旅游业多元化发展进程中的旅游亮点。

纵观中国五千年的历史发展轨迹, 与战事联系颇多。春秋末年的编年体历史著作《左传》有“国之大事, 在祀与戎。”它记载了春秋二百五十余年的四百八十多次战争事件, 体验出丰富的军事思想; 中国古典军事文化遗产《孙子兵法》有《始计篇》、《作战篇》、《谋攻篇》及《军形篇》等十三篇, 也正是由于经过频繁、激烈、多样的战争才被世人称为兵学峰颠……由于战事频繁, 留下了众多战争遗迹、战场遗迹和战争纪念建筑物, 具有较高的历史文化底蕴、具有较高研究价值、军事研究价值和缅怀先烈、教育后人的功能, 这些都构成了现代城市人文旅游资源的重要组成部分。[1]

笔者认为“军事文化遗迹旅游”是指以军事纪念地、纪念物、战争遗迹、战场遗迹及其所承载的革命精神为吸引物, 组织、接待旅游者进行参观游览, 向旅游者传授军事历史文化相关知识, 促使人们的思想意识发生深刻的变化, 进而起到对参观者和平教育和爱国主义教育的作用, 是一项振奋精神、增加阅历、放松身心的旅游活动。分析军事文化遗迹旅游, 我们可以得出以下几个特点:

(1) 历史性——战争是历史上的“既成事实”, 军事文化遗迹均为历史产物, 其巨大的历史价值不容忽视。如城墙最本质的功能是冷兵器时代的军事防御工事, 南京明城墙就是根据地理条件和军事防守的需要而建造成, 现存的 20 多公里古城墙虽已历经 600 多年风雨, 但明城墙的建造技术、结构设计、地形处理及城砖铭文等等, 为后人留下极为丰富的文化信息和十分珍贵的历史资料, 具有极高的历史价值。

(2) 针对性——军事文化旅游作为一种新型旅游产品, 与工业旅游、会展旅游、戏曲旅游一样, 都属于专项旅游产品的范

畴。军事文化旅游虽然涉及到经济、政治、社会、文化等诸多方面和领域，但不难发现是紧紧围绕着军事文化这一主题来进行。这与普通观光旅游和度假旅游产品有很大的不同，具有很强的针对性和专业性。军事文化遗迹旅游作为军事文化旅游一个分支，其针对性更为明显，其限定范围也更为明确——战争遗迹、战场遗迹、战争纪念建筑物，以及其他军事古迹。

(3) 知识性——军事文化遗迹旅游活动的开展，可以大大丰富旅游者的军事历史知识，提高其军事兴趣，同时也有利于军事文化遗产的保护和开发利用。特别是对军事历史了解不多的旅游者，通过军事文化遗迹旅游，可以激发其关注军事、热爱军事的热情。对于年青的军事旅游者，参与军事文化遗迹旅游，相关案例透露出的天文地理、历史文化、科学技术、战略战术等的复杂性、交织性、严酷性等不仅拓宽了知识面，而且更为其以后致力于军事国防建设提供了诸多潜移默化的作用。

1.2 军事文化遗迹旅游体验开发要求

针对军事文化遗迹旅游的三大特点，其旅游体验开发就有如下的要求：

(1) 对军事文化遗迹资源进行科学合理、多层次、多角度的分析，尊重历史，通过凝聚战争历史和军事文化的载体，如自然环境、地形条件、建筑及建造技术、空间格局等的整理，并以适合游客心理、游客要求和游客审美的形态表达出来。

(2) 开发时要注意对军事文化遗迹资源的精神文化内涵进行挖掘。通过战争的遗址让人们更好地了解战争、认清历史，使之更加热爱和平、珍视和平，而不是曲解历史、崇尚战争、推崇“强权政治”。

(3) 正确、完整地展示战争的前因后果，在景点打造上，要注重保持原先景点所呈现的原生态的历史感和沧桑感。对战事的表达利用各种不同的媒介手段，可不粉饰、不避讳、不夸大、不抹煞，尽量真实再现。

2 军事文化遗迹旅游体验叠加

2.1 军事文化遗迹旅游体验叠加的概念

军事文化遗迹旅游的针对性强、范围也十分明确，不同地区军事文化遗迹旅游的相似性和差异性也较一般旅游类型更为明显。针对不同的军事文化遗迹，分析其历史文化渊源、发展变迁过程及现今的表现形式等方面，我们可以把不同的旅游体验分为：“体验叠加”与“体验遮蔽”。[2]

“体验叠加”：指不同的旅游地历史文化相互交融，以相似的文化为主线，分析各自的差异，使每一个旅游形象更有影响力，进而使不同的旅游地之间产生一种叠加的合力，产生整体的体验效果。

“体验遮蔽”：指不同的旅游地历史文化之间差异性不明显，其中一个旅游地的历史形象突出，造成其他旅游地影响较小，形成旅游体验的遮蔽作用。体验遮蔽在任何区域都是客观存在。

对于军事文化遗迹旅游体验来说，其竞争中始终存在着“体验遮蔽”与被遮蔽的关系，旅游地形象越鲜明、影响力越大的军事文化遗迹旅游的遮蔽空间就越大，处于被遮蔽的旅游地在竞争中处于守势，并将不断衰落。所以处于同一区域内的被遮蔽的旅游地，必须树立独特的差异化的产品结构和旅游地形象，以摆脱“体验遮蔽”。

相比之下，“体验叠加”则更多地需要人为地对旅游地产品进行有效整合。军事文化遗迹旅游由于在资源类型、产品结构体系、特色等有所差别，各自的品牌产品差异明显，则可以形成各种形式的产品组合，并产生品牌延伸效果，就可以与同一区域内的军事文化遗迹形象形成叠加合力，形成“体验叠加”效益。

2.2 军事文化遗迹旅游体验叠加的必要性

2.2.1 旅游行业自身发展的需要

从旅游业固有性质和现代旅游发展趋势来看,区域旅游合作是旅游业发展到一定阶段的需要。[3]现今,我国很多地区的旅游规划还是以资源为导向,在旅游产品开发和旅游线路的设计上以自我为中心,很少考虑与周边地区或者是拥有相似资源的地区的联动发展,难以形成有特色和高品质的旅游产品,重复建设现象严重,为争夺客源市场,存在着较为激烈的无序竞争,内耗严重,无法形成整体品牌效应。从国内外旅游业发展趋势来看,不同地区旅游联动开发是完善我国旅游业过程中的必然选择。

2.2.2 军事文化旅游资源开发的需要

首先,文化是旅游资源的灵魂,旅游资源的开发必须立足于文化资源的深度开发,挖掘其文化精髓,将文化的社会价值转化为旅游产品的经济价值。军事文化旅游资源是重要的文化旅游资源之一,应进行系统开发,实现其景观资源优势向经济优势的转变,充分挖掘和塑造其经济价值。其次,文化分布具有区域性、衍生性、迁徙性,在一定范围内总能发现相同或相似文化分布。那么,军事文化作为文化旅游的一个分支,通过不同地区旅游的联动开发,产生“体验叠加”的合力应该是军事文化旅游资源开发的趋势所在。

2.2.3 实现区域优势互补,提升其核心竞争力的需要

旅游活动是一个开放的系统,对旅游者来说,他们对旅游活动的选择不具有排它性,而是根据旅游资源的组合状况进行选择。军事文化遗迹旅游联动开发可以打破行政区划,避免人为分割,使相邻的旅游景区整体运作,以维护区域旅游资源的完整性。

这样不仅增加了旅游资源的数量、丰富了旅游资源的种类,进一步避免了单个景区存在的资源单调薄弱、产品结构单一的致命缺陷;并且将各个景区的优势资源联合开发,可以提高旅游资源的质量;利用资源种类与数量的优势,以开展多种形式的旅游活动,丰富旅游活动内容,扩大旅游活动的时间容量,满足旅游者对旅游的组合多样性需求,获取更佳的经济效益和增加游客的满意度;同时,由于对旅游通道、宾馆饭店等设施建设、景区景点开发建设、旅游产品打造、旅游市场营销、管理机构设置、工作岗位设置等方面进行统一规划、合理布局和资源优化配置,有利于资源共享,降低市场运作成本,提高产业经济、社会和环境效益。通过旅游整合便能产生优势叠加效应,提升综合竞争力。

3 南京明军事文化与贵州屯堡文化旅游联动开发研究

3.1 明军事文化遗迹旅游现状分析

明朝(1368年~1644年),是中国历史上承元朝、下启清朝的朝代,是以汉族为主推翻蒙古族统治者而建立起来的汉族复兴王朝,也是中国历史上最后一个由汉族建立的君主制王朝。在这276年内,明王朝经济文化在中国历史上属于发达阶段,后世依据当时朝廷税收计算,明朝的经济规模可称世界第一。而其疆域也达1100多万平方公里(明后期疆域也有570万平方公里),包括内地两京十三省、东北、新疆东部、西藏、青海、南海诸岛、今缅甸北部、内蒙古大部、越南中北部,西伯利亚东部等地,并曾在东南亚旧港等地设有羁縻管理机构,影响力波及整个亚洲和非洲东岸。

根据史料记载,明朝期间共发生战争579次,次数之多,在中国历朝历代中位列第一[4]。其中在京师地区(今南京)发生战争146次,贵州地区45次。[5]由于经济重心的南移以及外国海上入侵等原因,战争主要发生在沿海经济发达地区,西北西南等偏远落后地区战争较少。[6]

在频繁战争结束后，便留下了大量的军事遗迹，如南京的明城墙、城门及瓮城、明宝船遗址等、宁夏灵武明长城、藏兵洞、红山堡及瓮城等、贵州安顺天龙屯堡、云峰屯堡、鲍屯村、西屯村、九溪村、吉昌屯村等。但是，这些众多的明军事文化遗迹在很大程度上并未得到充分的保护与开发，这主要是由于：保护体系的不健全，人为因素导致保护不到位；重经济发展，忽视历史文化古迹的保护与开发；思想的局限性，致使开发利用的程度不够、同质性竞争明显等原因。

3.2 两地明军事文化遗迹旅游资源分析

公元 1368 年，明太祖朱元璋定都南京，给南京城市的发展带来了巨大的影响，南京城一跃成为全国最大的城市。在这一时期，无论是在政治军事还是在经济文化等方面，不仅是我国第一而且是世界之最。其保存遗留下来的古迹文物也相对较多。南京作为统一王朝的首都和留都，在文化上更是居于当时的强势地位，这点从郑和七下西洋产生的巨大文化影响上可见一斑。[7]南京的明代军事文化在南京主城的主要反映为明代都城的整体格局、明城墙等，虽然容易找寻到江南水乡的市井文化印记，但是与南京明代军事文化相关的军事营寨、防御思想、军事仪式等却难寻踪迹。

贵州屯堡的出现，源于明洪武十五年，即公元 1382 年，在平定了云贵高原的叛乱后，为了避免这里再次成为中央的权力真空地带而重蹈历史覆辙，明太祖朱元璋从南京到凤阳一带的江淮地区征发 20 万大军和家属，驻守以安顺为中心的贵州西部地区。（这一军事行动被称作“调北征南”。）云南战事平定后，为巩固平滇战争的成果，进而长期保有西南，朱元璋命征南大军沿云贵驿道就地驻扎，按明朝军队卫所制度实行军事屯田。

明初屯田遍及全国，但在明末瞬间消亡，唯黔中屯堡依旧存在。江南的移民大军世代传承着自己独有的历史文化，自成一体、特色独具，形成了屯堡文化。目前安顺屯堡有 300 多个屯堡村寨，屯堡村庄既沿袭了具有江南水乡风韵且就地取材——“石头路面石头墙，石头瓦盖石头房，石头碾子石头磨，石头板凳石头缸”石木结构的村寨建筑形式；选址讲风水堪舆，依山就势、但靠山不近山、靠水不傍水，好似在营造小桥流水人家；民居的平面沿袭江南三合院、四合院的特点，屯中有一条主街，主街旁分布支巷，支巷有巷门，寺庙等公共建筑多分布在主街两侧，巷的两侧是住宅。村寨的平面形式由主巷道和多条巷道把各家各户连成片、形成城堡式的结构格局；配上碉楼、碉堡，整个村寨成为易守难攻的建筑群。除了这些有鲜明明朝文化的特征外，屯堡人的“老南京”乡音使人联想“少小离家老大回，乡音未改鬓毛衰”，妇女的大袖长袍尖头鞋和别具一格的“凤阳头”与南京博物馆所藏明代服饰与发式相似，过除夕、闹元宵、祭清明、逛端午、七月半、吃中秋、登重阳、十月初一小阳春、冬至羊肉、腊八粥等习俗与江淮地区大同小异。此外，屯堡人喜爱的花灯和山歌也具有江南遗韵。[8]

3.3 两地旅游联动开发的基础

（1）旅游资源与经济相对一致性：“当区域在资源禀赋和经济发展上具有某种相对的一致性时，也就为区域联合开发提供了可能”[9]。相对于旅游大市南京来说，贵州安顺位处中西部地区，周边均为少数民族聚居的地区。长期以来，受土地资源的制约，交通的限制，农业落后，工业欠发达。开发安顺旅游，可以带动第三产业的发展，百姓富，经济活，市场繁荣，这也是沿线各地政府的共同心愿。

（2）区域旅游联合开发的线路

贯穿与通畅性：从 1992 年起，专项旅游线路的规划就被旅游开发策划者所注意，其中尤其注意区域旅游联合开发的线路贯穿与通畅性。旅游联动开发要求在宏观规划的指导与约束下，分散经营基础上的整体协调。在这里所指的整体开发不等于全部或全程开发。南京至安顺一千五百多公里，沿线跟明军事文化相关的还有安徽凤阳等地。在这个区域内各利益集团在共同打造“明军事文化”这一旅游品牌的同时，开发一些可操作的旅游线路，以作支撑。这些线路在打破行政区划限制的区域联合体的前提保证下，得以实现贯通和通畅。

3.4 两地旅游联动开发优、劣势分析

3.4.1 优势

（1）资源独特：军事文化旅游

是一种新型旅游产品，涉及到军事教育、历史文化、经济、政治、社会等各个方面和领域，具有很强的专业性。南京明军事文化与贵州屯堡文化其独特的历史内涵与价值体验均不同于以往常见的历史文化，其资源的特殊性为军事文化遗迹体验叠加旅游开发打下了坚实的基础。

（2）价值高：战争遗迹、战场遗迹等军事古迹其本身都具有丰富的历史价值、社会价值、人文价值。贵州安顺屯堡村寨历经 600 年仍保持着大明朝的文化而不变，屯堡文化作为一种文化现象，对推动经济文化和社会发展具有不可磨灭的历史意义和现实意义。

3.4.2 劣势

（1）可进入性差：贵州处于西部较落后地区，与江苏、安徽等东部地区相比，其交通便利性较差。在贵州安顺地区，除平坝外，云山屯、本寨等地区交通不便，成为两地联动开发的一个严重的制约因素。

（2）缺乏整体规划：明军事文化遗迹作为旅游产品来说还尚未充分开发，未曾整体地进行规划、组织客源，各自为政，削弱了其发展水平和品牌效应。

4 两地体验叠加旅游开发建议

（1）打造区域旅游：把南京明文化与贵州屯堡文化放到一个大的背景环境——大区域旅游下考虑，有利于形成明确主题的区域旅游市场。在区域旅游以竞争与协作为主流的背景下，研究旅游市场营销策略，切实针对市场发展变化趋势，制定适合明文化体验的中、长期战略规划；研究如何利用跻身于世界文化遗产名录明孝陵和被国家列入“申遗”名录的南京明城墙之列，把近处的如“帝王之乡”的明中都凤阳、远处的如本文提及的贵州安顺屯堡明文化有效地联系起来，克服地方旅游景点分布在空间中的马赛克化；研究利用体验叠加原理，顺应旅游者心理需求，深入挖掘旅游资源的潜力，不断推出一系列有新鲜创意、有经济效益的营销策略，把景点串成线、把线连成网，实现更好更快地拉动明文化的展示，给旅游者提供更多更有价值的去处，开发新渠道增加旅游公司的收益。

（2）强化军事主题：把两者的文化特性以主题为媒介进行联系，有利于体现各自的特色。南京明文化为官方文化与市井文化的结合体，南京城市空间在经历十朝建都之后，当今城市形态中保留最多的是明代的整体格局和历代形成的三条轴线，这些都反映了南京城市空间特色的深层次的历史文化特征。贵州屯堡文化为体现军事文化的村寨文化。屯堡村庄沿袭了具有江南水乡风韵的石头村寨建筑形式，保持着大明朝的文化。他们的服饰被称为明代服饰的活标本，他们的地戏——起源于明代屯军的“军傩”——被称为戏剧活化石。南京的明文化在南京主城主要留存在城市的片断中，对于南京明时期的历史文化尤其是军事文化却难寻踪迹，我们可以从屯堡文化中寻求答案。

（3）开发长距离模式：在传统的近距离旅游思路基础上，创造地把长距离旅游进行叠加，有利于形成对明文化全局、综合的认知。由于时代变革，人们认识南京明代时期的军事文化生活可能更多地是从文献典籍里寻找，无法直接看到近似于或有点当年的一些文化特征。利用黄金假日周带来的充足时间保障，南京与贵州两地的历史形象可以得以融合，形成旅游形象的叠加。

我们可以从屯堡这一视角回顾南京明王朝的历史文化，体会六百多年前的信仰、服饰、语言、习俗、宗教、伦理、生活方式等等，这些都是一个族群在历史的变迁中通过对祖源地的集体记忆不断建构而形成的，可以透过这一历史现象研究历史，特别是明史以来的政治、经济、文化，它们的沿革及其发展的一般规律。尽管屯堡文化也有一个变迁的过程，尽管不能完全保留当年的文化，但仍然还保留着江淮文化的诸多特质，为人们提供了一个鲜活的实例。

打造区域旅游、强化军事主题、开发长距离模式，既有利于形成两地文化形象的互补性，并推动对文化差异性的整合，形成体验叠加效应，又有利于打破现有行政区划局限的桎梏，系统利用、开发旅游资源，进行军事文化旅游整合规划，以整体开发带动明军事文化遗迹的旅游发展，打造出一个特色鲜明的高质、高品位的明军事文化遗迹品牌。

参考文献：

- [1] 赵玉凤 . 军事旅游景区的景观设计探讨 [J]. 沈阳建筑大学学报 (社会科学版), 2009, (04): 416-419.
- [2] 杨振之等 . 旅游原创策划 [M]. 成都 : 四川大学出版社, 2005.
- [3] 幸岭 . 川滇黔三省结合部区域旅游联动开发研究 [J]. 南都学坛 (人文社会科学学报), 2009, (05): 130-131
- [4] 《中国军事史》编写组 . 中国军事史·附卷·历代战争年表 [M]. 北京: 解放军出版社, 1985-1986.
- [5] 施和金 . 中国古代战争的地理分布 [J]. 历史地理 1995. (12).
- [6] 胡阿祥, 彭安玉, 郭黎安 . 兵家必争之地 [M]. 海口: 海南出版社, 2007.
- [7] 程彩霞 . 南京历史文化之品格及其传承机制探析 [J]. 江苏社会科学, 2006, (6): 139-143.
- [8] 俞宗尧, 帅学剑, 刘涛志 . 屯堡文化研究与开发旅游 [M]. 贵阳: 泰州民族出版社, 1996.
- [9] 孙根年 . 论旅游业的区位开发与区域联合开发 [J]. 人文地理, 2001, (08): 1-5.