

打造苏州西部名山胜景文化旅游区的思考

吴建 周永博 魏向东

苏州地势西北高、东南低，西部共有大小山体 100 余座，这些山体不仅自然风光秀丽，还蕴涵着深厚的人文底蕴。但是，《苏州市旅游总体规划（2009-2020）》和《苏州市旅游业发展“十三五”规划》两份规划均未明确苏州西部名山在全市旅游发展格局中的作用和地位。为了促进文旅深度融合、推动全域旅游发展，笔者查阅了大量地方志等文献资料，与苏州西部从事文化工作的相关专家多次座谈，实地考察了苏州西部主要的名山资源点，在此基础上梳理了苏州西部名山文旅资源，总结其特色并分析西部名山旅游发展中的不足，结合文旅融合和全域旅游发展要求，提出加快打造苏州西部名山胜景文化旅游区的对策建议。

一、苏州西部名山胜景文旅资源特色

苏州西部山环水绕，地势起伏，风景秀美，资源优渥。西部名山文旅资源与苏州的名人、传说、民间信仰以及传统艺术等历史人文相互交融，极具文化底蕴。可以说，集聚度高、特色鲜明、感召力强是高新区境内山水资源的主要特点。苏州西部名山文旅资源在苏州城市山水景观格局中占据重要地位。

（一）苏州靠山

苏州古城区外，东面有水，阳澄湖、金鸡湖、独墅湖和澄湖等串点成链；西面有山，虎丘、寒山、上方山、大阳山、邓尉山和穹窿山等连绵成障。虎丘、寒山、灵岩山和上方山等构成一环，大阳山、邓尉山和穹窿山构成一环，两环前后错落，高低起伏，将古城区环绕在内。前有水、后有山是景观风水好的标志之一。苏州西部的山体成为苏州古城区的天然屏障，与苏州东部的地域隔城相望，并由地铁一号线串连起来。于是，苏州古城依山傍水、山环水抱，景观开阖之间风水自来。

1. 苏州靠山第一环

虎丘、支硎山、寒山、华山、灵岩山和上方山构成“苏州靠山”的第一环，由虎丘、寒山、灵岩山和上方山四大节点组成。

表 1 苏州靠山第一环特色

山名	高度 (米)	特色
虎丘	34.3	景色秀美
寒山		寒山别墅、摩崖石刻
支硎山	147	支遁隐居地
华山	46	环境清幽、佛教胜地
天平山	221	天平三绝、范仲淹
灵岩山	182	馆娃宫、历史悠久
上方山	92.6	人文景观众多

2. 苏州靠山第二环

大阳山、邓尉山和穹窿山构成了“苏州靠山”的第二环。

表 2 苏州靠山第二环特色

山名	高度 (米)	特色
大阳山	338.2	苏州镇山
邓尉山	170	梅花成林
穹窿山	341.7	苏州最高、最大的山

大阳山绵延 20 余里，贯穿高新区浒墅关、通安和东渚三镇，被誉为“吴之镇”“吴地主山”。穹窿山蜿蜒数十里，绵延吴中区藏书、光福和胥口三镇。

(二) 帝王苑囿

自康熙二十三年（1684）九月二十八日到乾隆四十九年（1784）四月二十三日约一百年之内，清代康熙、乾隆两位皇帝分别六次南巡，南巡苏州期间的足迹遍布姑苏区、吴中区、高新区、吴江区、常熟和昆山七个行政区域。根据康、乾二帝所作 337 首南巡诗、所题 152 副匾联可知，二帝最感兴趣的景观主要集中于高新区、姑苏区和吴中区。

进一步分析发现，康、乾二帝南巡期间对苏州景观的选择以西部名山为主。由表 3 可知，在康、乾所游览的 34 处苏州一级景观目录中，有十处为西部名山。康、乾在这十处名山的赋诗、题额、题联数，分别占苏州景观总数的 78.6%、67.7%和 85.2%。尤其是乾隆帝每次南巡苏州，都要到西部名山游览，千尺雪、支硎山、华山还设有行宫。

表 3 康乾南巡所至苏州西部诸山南巡诗、匾联统计

具体景观	南巡诗（首）	题匾数（幅）	题联数（幅）
寒山	83	15	6
虎丘	42	18	11
灵岩山	32	8	12
天平山	24	3	—
邓尉山	21	7	5
支硎山	20	1	2
华山	17	6	10
穹窿山	13	3	2
上方山	9	4	4
洞庭山	3	—	—
合计	264	65	52

占苏州景观总数比	78.6	67.7%	85.2%
----------	------	-------	-------

寒山在苏州众多景观之中最受乾隆帝喜爱，与寒山有关的诗不仅在南巡诗总数中遥遥领先，1751年~1752年，乾隆帝还在北京西苑、热河避暑山庄和盘山静寄山庄三处皇家园林内三次仿建了寒山“千尺雪”景观。上方山和石湖是苏州西部经典的山水组合，分开来看似乎吸引力不强，但是整合在一起，在康、乾二帝对苏州景观的选择中，却仅位于寒山、虎丘、灵岩山之后。

二、苏州西部名山胜景存在的问题分析

因为历史的原因，苏州西部名山文旅资源曾遭受不同程度的损毁和破坏。近几年来，在各级政府努力下，苏州西部名山文旅资源的开发与保护取得了不小成就，但仍存在一系列问题。

（一）管理分割矛盾突出

通过调研发现，苏州西部名山目前资源分割管理矛盾突出，造成资源利用存在层次低、效率低、效益低等现象，影响到文旅产业的健康发展。

1. 管理权限碎片化

苏州西部名山涉及到的管理部门众多，在管理上难以统筹协调。以佛寺资源为例，宗教、旅游、林业、文物等管理部门等都有相应管理权限，但部门规章标准存在差异、管理出发点不同，使得相关部门难以协调，容易出现多头管理的局面。再加上许多佛寺长期处于私人运营的状态之下，一些佛寺资源发展中出现的问题得不到根本性解决。

2. 区域管辖权分割

苏州西部诸山很多横跨两区甚至多区，其管辖也分属不同部门，造成各自为政，相互竞争，无法整合。比如寒山，东西出口属于高新区，山体属于吴中区，管理单位则为吴中区林场，囿于条块分割等原因，寒山开发始终处于拳脚难展的尴尬局面。在此背景下，寒山法螺寺存在自主盲目开发、环境品质低劣的问题，但由于已形成一定建设规模，后期提升改造存在困难。

（二）资源保护尚待加强

1. 自然景观破坏严重

历史上开山采石情况比较严重。比如高新区西部山体遍布着95个宕口，破碎山体和裸露岩石较多。近几年来，虽然政府大力补救“历史遗留”的过度开采等问题，但多年开山采石造成的残损山体，依然严重影响生态环境风貌。

2. 人文景观保护不力

苏州西部诸山拥有众多的人文景观，但缺少文化资源的普查与数据登录，究竟有多少家底心中无数。众多文化资源衰败严重，不少散落在山野丛林中的零散文物、塑像石雕，掩埋于荒草残阳之中，找不到管理主体。

（三）资源规划统筹不当

由于西部诸山在空间上较为分散，资源开发存在各自规划、统筹不当等问题，山与山之间缺少互动与关联。比如支硎山及周边山体，目前各山之间都独自开发，寺庙众多而缺少影响力，农庄众多而缺少规模，还处于低品质、低水平竞争的发展层次。

（四）旅游开发品质不高

1. 开发不深，缺乏精品

苏州西部诸山具有的深厚文化底蕴，因为没能够进行有效深度开发，无形的文化资源未能很好地转化为有形的文化产品，导致现有的文化旅游产品，不论是数量还是品质，都与其深厚的文化底蕴不相称。比如西部诸山宗教资源虽多，但游客大多停留在浅层次的观光游览阶段。

2. 设施欠缺，展示不足

调研中发现，西部诸山部分景区基础设施建设不足，存在卫生状况差、公共卫生间少、缺少旅游交通指示牌、景点说明文字及中英文对照翻译质量低、缺乏高质量宣传网站等问题。比如灵岩山、上方山的停车问题严重；部分景区建筑乱刻乱画现象严重；部分电子指示牌上的英文存在拼写错误。如何充分挖掘西部诸山文化资源的内涵，有效地展示文化资源与产品，为市民及游客提供一个能亲身参与体验并从中获得游乐之趣的品质空间，值得相关部门重视。

三、打造苏州西部名山胜景文化旅游区的思考

随着苏州迈入“大城时代”，应通过名山胜景文化旅游区建设，打造“苏州靠山、帝王苑囿”文旅品牌，树立“中有千年古城、东有现代都市、西有名山胜景”的中心城区旅游发展格局，以名山胜景在现有“三古”（古城、古镇、古园林）、“一太”（太湖）之间形成有效的过渡和串联，从而将苏州旅游发展真正推向“太湖时代”。可以说，苏州名山胜景旅游品牌的树立，既是文化遗产保护、历史文化名城建设的重要举措，也是完善苏州旅游城市形象、优化苏州旅游发展格局的重要战略，将为苏州迈向世界遗产旅游城市创造更加充分的现实条件。

（一）整合资源管理体制

资源的开发与利用是一项涉及面广的系统工程，苏州市高新区、吴中区等区行政主体应建立良好的合作关系，建立常态化的事前磋商机制，对西部名山逐步建立起资源有序开发与利用和全域旅游良性发展的综合管理体制。具体而言，一是要打破地域观念。在市级层面设立统一的开发建设主体，统一规划、统一执行，解决行政区域划分犬牙交错的现象。二是要打破行政壁垒。突破部门思维，全面梳理各部门职责、管理规章与部门标准，改变“各自为政”“多头管理”等体制短板。三是建立上位协调制度。召集涉及西部诸山资源管理的相关部门，通过常态化的联席会议，明确各部门职责，统一各部门步调，尽量减少互相推诿、相互扯皮现象。

（二）健全资源保护机制

苏州西部名山资源是苏州珍贵的自然与文化资源，不少资源具有不可逆性，一旦破坏，再难恢复。要树立保护优先、科学利用、合理开发的观念，西部诸山保护与合理利用的机制，包括但不限于如下内容：一是推进文化资源普查工作。建立一支由学有专长的学者、当地文化研究者、当地文化实践者共同组成的普查队伍，用文字、图片、影像等各种方式，建立起文化资源图谱。二是建立资源分级分类保护体系。根据不同等级，确立保护与开发的对策措施，明确保护与开发的强度。三是建立资源保护动态监控机制。运用智能监控数字技术，以改变资源散落、无人照管、任其风吹日晒、自行衰变的境地。

（三）完善发展空间布局

根据当今社会的发展需要与现代社会的审美需求，综合评估苏州西部诸山资源的本质内涵与时代适用性，建立起资源的梯度开发结构，做到重点突出，以点带面，推陈出新，持续发展。初期阶段似可以寒山为中心，打造苏州西部名山游憩带，突出寒山在苏州名山胜景旅游区的中心位置，进而向南北延展。以寒山为核心，奉行“以点串线、南北并进”开发策略，使北部的大阳山、南部的上方山等散落的景点景区成为“珍珠串链”，形成“以点带线、以线促面”的全域旅游发展新格局。

（四）建立品牌运营机制

在相关的城市规划与设施建设中，必须融入品牌运营的理念。品牌形式应符合所在场域的氛围，品牌内涵应符合特定文化的要求，以体现独特的城市气质与地方精神。苏州西部诸山应依托标识和解说系统向到访游客传递特定的品牌信息与地方文化内涵。针对指示牌、路标牌及辅助设备 etc 存在的翻译内容不达意、质量不高等问题，有关景区管理部门、政府管理部门可以委托相关高校外语专业团队对已有翻译作译审，对译文表达有歧义的地方进行修改，从而更好地传播区域文化精髓。

作为我国历史文化名城和优秀旅游城市，苏州在代表性景观和旅游意象层面有“固化”趋势，仍主要以“三古一太”即古城、古镇、古园林和太湖风光为主。比如，①苏州大学魏向东研究团队对来苏游客的问卷调查数据显示：游客对苏州独特性感知主要集中于苏州园林、古镇古街。②苏州大学周永博研究团队对 2006 年至 2015 年的在线旅游博客文本分析显示：苏州意象表征关键词主要聚焦于苏州古城之内，如拙政园、狮子林、寒山寺、平江路、观前街和虎丘等，古城外在表征对象主要是木渎、周庄等江南古镇。

随着城市品牌形象竞争不断升级、旅游市场散客化不断加剧，重新认识西部名山胜景文旅资源在全市旅游资源中的重要意义，正确评估西部名山胜景文旅资源整合开发对完善苏州旅游城市形象、打造苏州旅游城市品牌的重要价值，是衔接古城内外和太湖周边优势旅游资源的重要举措，也是切实推进苏州旅游迈向“太湖时代”的点睛之笔。

本文系江苏省社科应用研究精品工程课题（18SYA-040）；江苏高校哲学社会科学基金项目（2017SJB2248）的阶段性成果。

（作者单位：大运河文化带建设研究院苏州分院）