

文旅融合助推大运河旅游高质量发展

姜师立

作为我国古代水上运输大动脉，全长 3200 千米的大运河有着深厚的历史文化积淀和独特的旅游潜力，沿河地区旅游资源丰富。大运河申遗成功促进了运河旅游，2018 年江苏运河主线经过的区县游客量达 8.8 亿人次，旅游收入达 1.3 万亿元。但由于整体规划不强、市场融合不深、产业融合不全等原因，大运河旅游叫好不叫座，还没有推出有影响力的运河旅游产品。为此，可通过文旅融合助推大运河旅游高质量发展，从而打造出一条大运河缤纷旅游带。

文旅融合为运河旅游业提升品质提供了机遇。文旅融合发展，为旅游景点注入文化的灵魂，要从文旅产业发展战略、文化遗产与旅游品牌建设等维度关注运河旅游，探索文旅产业互联互通、转型升级的创新发展路径，形成全产业链，构建运河文化旅游产业品牌体系。同时，立足文旅前沿产业格局形态，深入挖掘以大运河为核心的历史文化及旅游资源，提高运河旅游的品质。

文旅融合为提高运河文化遗产的旅游强度提供了机遇。过去由于文物部门强调原汁原味的保护，旅游部门缺少对遗产点进行旅游规划的体制和能力，造成很多遗产点是养在深闺人未识，即使开放了，可看性和交通通达性也不足。文旅融合，方便旅游部门通过提升运河沿岸遗产点周边配套设施，推动运河遗产转化为旅游资源，让这些运河遗产成为运河旅游的亮点。

文旅融合为运河旅游文创产品的打造提供了新机遇。深入挖掘大运河文化 IP 产业资源，创新运河文化发展模式，是推动大运河文旅融合的重要途径。文化与旅游融合发展为以文促旅、以旅彰文提供了全新的空间。可以围绕运河历史文化核心元素创新设计文创产品，通过整合博物馆馆藏文物及历史文化元素，融合运河非遗项目，联合传统品牌线下经营，打造独具运河文化特色的文创产品。

文旅融合拉长了运河旅游产品的产业链。随着研学游、科技旅游、休闲旅游、定制旅游等新产品的推出，运河文旅产业发展的空间日渐广阔。文旅融合让运河旅游摆脱传统的运营发展模式，转变消费者被动灌输式的观光型出游方式，通过体验游，打造灯光秀、亲子乐园、运河庙会等消费场景，将运河历史文化植入旅游，让游客参与运河旅游的品牌内容塑造，从多种维度满足不同客源类型的消费需求。

在文旅融合的背景下，要充分利用以大运河为核心的历史文化及景观资源，注重沿岸文旅活态传承及保护，推动运河文化和生态共融共生，推进运河旅游高质量发展。

统筹编制运河旅游规划。一是统筹好各方利益。针对运河线性活态、旅游资源分布广、管理部门多的特点，从文化遗产廊道的角度，统筹不同地区、不同景点之间的旅游规划，充分挖掘运河作为“廊道”的功能，打造“运河生态廊道游”“运河人文廊道游”等产品。整体规划从微山湖到宁波的运河旅游，联手打造运河水上游览线路，将岸上的景点通过水路串连起来，形成联动效应。二是注重让运河物质遗产和非物质遗产交相辉映，让动态的非遗嵌入固态的物质文化遗产，在互动的基础上激发出新的活力。通过旅游规划的编制，使物质遗产的旅游更有观赏价值，如在瘦西湖等运河园林中引入剪纸等非物质遗产表演，在北京的南新仓上演厅堂版的昆曲《牡丹亭》，在苏州沧浪亭演出实景版的昆曲《浮生六记》，让扬州的盐商大宅卢氏盐商住宅成为淮扬菜体验馆等；保护传承附着在物质遗产上的非遗，把正在破碎的非遗通过运河旅游连缀起来，成为新的旅游资源。三是针对大运河活态在用的特点，妥善处理好保护与利用的关系、

保护与治理的关系、遗产管理与航运管理的关系、文化功能与水利功能的关系以及旅游发展与乡村振兴的关系。旅游规划要和城市规划、村镇规划有机地衔接起来，以合理的旅游规划方式让运河遗产延续利用，将祖先留下来的这份珍贵遗产传承下去。

融合开发运河旅游产品。改变传统的以看为主，扩大游客的感官刺激范围，让游客从视觉、听觉、嗅觉、味觉四个维度来体验运河的文化。一是展示式旅游。让游客坐在船上看运河，登上运河大桥看蜿蜒壮观的船队，欣赏船队过船闸的景象；走近古闸坝、古码头，感受先民们的创造力；走进皇帝行宫，了解古代帝王利用运河铸造的辉煌；游览园林、古宅、会馆，学习古人的建筑技艺。二是体验式旅游。古人是怎么行船的，古代运河漕船是怎么过闸的？过运河船闸的体验之旅，可以让游客了解古人如何利用复式船闸这一技术实现船舶过闸和保水双重功效的。三是运河水上旅游。做优城市古运河水上游览线，开通运河水上巴士。做活长线的大运河水上旅游，做到文旅融合，让游客在船上既能欣赏运河沿岸的风光，又能观看昆曲、古琴、古筝、评话弹词等非遗表演。四是运河生态游。如开通高邮湖生态游，让游客在大运河畔参观明清运河故道，欣赏高邮湖万亩芦苇荡，夏夜看湖面上纷飞的萤火虫。还可利用古运河风光带慢道系统、健身道路，让市民游客散步、骑行。五是网上游运河。开发畅游运河遗产 GIS 专题移动终端系统，让外地游客通过手机 APP 就能查阅到运河遗产相关情况，顺利抵达遗产点参观游览。在运河文化展示馆引入 VR、AR 等现代科技，提升展示水平，形象生动地再现运河的前世今生、重要场景和重大历史事件。

精心打造运河文化旅游精品线路。一是运河文化遗产研学游。围绕运河遗址考古发掘、重要遗产点保护展示、活态运河展示，探寻运河线路历史变迁，揭秘运河水工科技，体验运河漕运和商业文化，感受运河历史名人风采等，打造运河文化传承教育实践线路。二是运河沿线古镇游。根据运河沿线古镇各自的特点分别打造不同的运河古镇旅游点，逐步恢复古镇老街上的老字号店铺，再现当年运河名镇船舶往来的情景，并将其串连成一条运河文化旅游精品线路。三是运河特色专题游。依托江苏运河丰厚的历史文化遗产，打造个性化、特色化的旅游产品和服务，设计运河美食、运河诗画、运河曲艺、运河工艺、水利水工等特色专题文化旅游精品线路。四是运河水上长线游。打造大运河水上长线游，保证旅游的连续性，让游客更好地感受运河与沿岸城市的密切联系。将昆曲、古琴、评话等非遗表演引进游船，让游客参与非遗的游戏，形成富有特色的船上活动，从而吸引更多年轻游客。同时，通过大力发展休闲街区、文化演艺、主题酒店等城市旅游业态，打造集都市观光、文化体验、休闲度假等于一体的运河文化旅游精品线路。

双向延长运河旅游产业链。在文旅融合的背景下，运河旅游不是简单地看风景，还要向产业链的两端延伸。要以文旅融合建设为载体，打造精品文化项目，包括灯光秀、节日灯会、网红打卡点等，通过文化创意驱动核心文化元素提炼，推动文旅融合发展成为经济转型升级的新动能。要吸引年轻一代的游客，大力发展数字创意产业等新型文化业态，加大运河文创产品原创支持力度，将大运河文化遗产资源转化为多样化、个性化的系列文创产品，让古老遗产在新时代焕发新的生命力。要通过举办运河文博会、运河嘉年华、运河马拉松赛等形式，为游客提供全方位、综合性的活动体验，进而激发游客观展趣味，增强观众体验黏性。要通过产业链的双向延伸，形成一个融产业链条、文化展示、旅游线路为一体的新型文化服务经济形态。

塑造统一的“下江南游运河”文化旅游品牌。文旅融合大背景下，大运河急需塑造一个统一的旅游品牌，可就活态的江苏、浙江段运河旅游打出“上北京看长城，下江南游运河”的品牌。这一创意取自于古代帝王南巡，将“下江南”与“上北京”对照起来，具有宏观的意义，吸引全国的游客。而将长城和大运河这两大中华文明的奇迹放在一起，更可以吸引国外的游客。在统一的品牌下，还要构建各具特色的城市品牌，如徐州“大汉雄风 豪情运河”、淮安“运河之都 水城淮安”、扬州“运河原点 风雅扬州”、苏州“东方威尼斯”、无锡“江南水弄堂”等，避免同质化竞争。同时，可成立大运河旅游推广联盟，开展大运河旅游产品品牌塑造，打造大运河缤纷旅游带。