
良渚遗址的旅游开发效度与对策研究

冯淑梅 袁月 朱星颖 张艺凡 朱元平

上海师范大学人文学院

良渚古城遗址公园伴随着申遗的成功，很快成为杭州旅游的热点，但随之而来在旅游发展中也出现了各种保护与开发问题。所以，我们从游客满意度的角度出发，对良渚古城遗址公园进行了实地调研。

一、良渚古城遗址公园的基本情况

良渚遗址是距今 5300-4300 年左右新石器时代晚期的文化遗址群，位于杭州市余杭区良渚街道、瓶窑镇，距杭州市中心最近距离约 16 公里，距西湖约 17 公里，保护范围为 40 平方公里，已发现遗址点 130 多处。自 1936 年施昕更先生首先在良渚镇一带发现多处史前遗址开始，良渚遗址一直受到学术界广泛关注。2019 年 7 月 6 日，中国良渚古城遗址最终在世界遗产大会上被列入《世界遗产名录》。

在申遗过程中，相关部门对良渚古城遗址进行了保护性开发，建成了良渚古城遗址公园。遗址公园是良渚遗址的集中表现，总规划面积 14.33 平方公里，目前还在不断建设，有限开放面积有 3.66 平方公里，由于是在遗址的基础上建造而成，所以显得格外开阔。包含在古城遗址公园中的良渚古城遗迹主要有：城门与城墙，莫角山宫殿，反山王陵，居址与作坊。公园内还建设了展示馆和科技感十足的互动展示墙，同时开发了一些体验项目，如考古体验、研学活动等。

二、良渚古城遗址公园游客满意度调查数据分析

（一）游客的期望差值

根据线上、线下共计 213 份有效调查问卷的统计结果，游客前往良渚文化遗址旅游体验的动机首要是为了感受历史文化（81.54%）、散心郊游（55.38%），于是一个遗址公园对于普通游客来说最具吸引力的部分就是其文化遗址和园区自然风光。问卷统计显示，游客所反馈的园区存在的问题中，交通、基础设施建设与文化内涵占比列前三，对环境卫生、园区服务的满意度较高。

文化内涵是文化遗址的灵魂，沉睡的文化遗址所承载的文化内涵，需要更多精密的注脚和辅助手段的配合，才能实现向游客传递文化内涵的功能。根据实地考察，小组成员认为良渚文化遗址公园与良渚博物馆的地理位置分隔，似乎降低了游客的文化体验感受。

良渚博物馆与良渚文化遗址公园相隔 3.7 公里，35 分钟车程。博物馆的游玩时长在 2 小时左右，其中陈列展示良渚器物 400 余件（组）。在游览古城公园之前参观博物馆，能够大大提升文化体验，但是由于博物馆和遗址公园都距离市中心较远，游客旅途劳顿，当离开博物馆前往遗址公园后，这些不便就成了影响游客体验的最大问题。

在实地考察过程中，现场游客反映了“公共厕所标识不明显”“休息区相隔较远”等问题，希望增加“提供餐饮的休闲区”，尤其是冬季，园区旷野较为寒冷，而参观点通常是露天遗址或者空旷的建筑，提供暖气的休息区域相隔较远，难以支撑

整个路线的劳逸调节。可见，在旅游淡季，一些本不明显的问题会凸显出来。

相比博物馆密集的文化遗产体验，遗址公园承担着普通游客、市民周末假日散心郊游的功能。在冬季，园区较为萧瑟，风景体验大打折扣，如何开发淡季旅游项目、加强季节性规划，也是需要着眼的问题。

（二）游客建议

对于良渚文化遗产本身的保护与开发方面，大多数游客表示较为满意（65.71%）；在改进方面，游客们希望能够在减少遗址破坏的前提下，扩大开放程度，加强园区规划和科技保护手段，加强长期宣传，并在一定程度上下调门票价格，降低多次游览的成本。

从商业与休闲角度来看，调查显示游客更希望增加有互动参与感的体验活动（民俗活动、角色扮演、工艺制作），而相比于博物馆略有重复的专题讲解，更多人希望能体验到符合古城氛围的实景演出活动。

（三）原因初探

探析当前游客满意度不佳背后的原因，需要从源头上来说。一方面，在本质上，“良渚文化遗址旅游”的内容是文化遗址，而文化遗址天生不具有娱乐性、消费性等大众旅游项目的特征。另一方面，既然它被开发出来，具有了旅游项目这个形式外壳，就必须去适应这个形式，去考虑各方面的指标。想要提高游客满意度，就得从“文化遗址”和“旅游项目”这两者之间的关系入手。

（四）改善进度

相关责任单位目前正在良渚古城遗址公园进行一系列的服务优化，其中一些项目已经对游客关注的问题作了改进。在交通方面，余杭区交通局、交通运输集团与良管委（规划工程部）将持续优化公共交通专线的运载能力、建设自行车站点、完善停车场配套设施；商业方面，良管委（旅游开发部）已陆续完成一系列文化休闲项目建设，如莫角书院、点稻泡茶、室外表演项目，同时增加物业商业入驻，增加零食售卖点设置；基建规划方面，驿站、休息座椅、垃圾桶、洗手间、咨询点也将持续优化建设。

总的来说，可以把“良渚文化遗址旅游”分解为“文”（内容）和“旅”（形式）两方面来探析。一般来说，旅游项目应当具有以下六个特征：综合性、创新性、服务性、融合性、文化性和生态性。良渚文化遗址开发在这几个方面都有欠缺的地方，尤其欠缺在“融合性”上。

文化遗产是古人遗留下来的宝贵的物质财富和精神财富，它们是古人智慧的结晶。文化遗产积淀了深厚的文化记忆，它们是后人找寻身份认同的重要所在。保护文化遗产不仅仅是为了保护其物质外壳，也是为了让人们能够感受到其背后的文化力量，使人们沉浸其中，从而唤醒人们的身份认同感。因此，文化遗产不仅仅是一种代表过去的纪念物，它更是本民族本地区传统文化的延续，通过现代化的解读，使其不断融入到现代生活之中并不断传承，最终实现本民族文化的复兴。但是目前良渚古城遗址在文化内涵挖掘与多样化表达和阐释方面都有待突破。

考古遗址公园不是一般性质的公园，它有别于主题公园、游乐园和一般的旅游景点，它的建成是为了更好地展示遗址本身，它讲究的是原汁原味展现真实的历史。从这个角度说，园区内其他任何设施都只作为遗址的陪衬，为遗址本身服务。遗址公园的建成有利于遗址的保护和集中展示，既可以促进遗址的统一化管理，又能够提高遗址的美感度及观赏性。所以应当防止公园化遗址，应始终将遗址作为核心，准确地阐释出遗址本身的历史、科学、艺术和文化价值，带领公众走进历史而非公园。以上

观点自有其道理，但按照这个标准，良渚遗址开发的可行性将大打折扣。开发的主要意图之一就是提升群众对它的认同感、参与度，因此不得不考虑目标对象的旅游意向。

从以上的分析可以得出，游客满意度不佳的主要原因是“旅游”的形式方面做得不够，这尽管与文化遗址“不接地气”有关，还是需要良渚开发方面的工作者迎难而上，使当前的开发模式活起来，使良渚遗址能真正融入游客的参观体验中。

三、良渚古城遗址公园开发路径思考

（一）加强景区基础设施建设，不断提升景区品位和服务能力

景区基础设施的完善情况直接影响游客游玩的舒适度。根据调查问卷结果显示，有 71% 的游客认为良渚文化遗址公园的基础设施建设还存在问题。一部分游客反映良渚遗址公园缺少游客休息区，另有部分游客反映景区的指示标识不够清晰。室内和室外的休息区少、景区的指示标识不够清楚，是目前良渚文化遗址公园基础设施建设上存在的突出问题，因此在之后的开发过程中遗址开发者应该结合实际情况，适当增加游客休息区，并在休息区设置一些互动体验项目，比如开发以良渚文化为主题的线上闯关小游戏，让游客在休息之余，通过游戏的方式提升对良渚文化的认识；或者增加二维码标识，丰富线上内容，让游客随时随地扫描观看、收听有关良渚的文化故事。同时，根据不同游客的需求，景区应不断完善指示标识系统，特别针对老年游客群体，开发线上语音导览系统，让游客方便快捷到达游览目的地。

（二）深入挖掘良渚文化内涵，并通过各种表现形式展现其魅力

1. 利用 VR、AR 技术，再现良渚古城原貌

良渚文化距今约有五千年之久，往日的良渚古城早已成为一片废墟，展现在大众面前的只是它的断壁残垣，现在无法再去领略往日真实的古城原貌。但是，随着科技的进步和人工智能技术的发展，可以通过大数据和虚拟现实技术，让还原古城原始风貌成为现实。目前良渚文化遗址公园在科技手段再现原始古城风貌方面的工作还比较欠缺，在调查过程中，有一半以上的游客希望良渚文化遗址公园在以后的保护开发工作中加大科技手段的融入。科技已经逐渐成为文化遗产保护与开发必不可少的手段，它能够真正跨越时空的界限，让游客身临其境，实现与古人“对话”。

2. 以良渚文化为主题，打造沉浸式实景演出剧目

实景演出是近年来国内比较流行的一种演出形式，是一个以真山真水为演出舞台，以当地文化、民俗为主要内容的演出形式。近年来，实景演出也越来越成为旅游开发的重点项目，从张艺谋的《印象·刘三姐》到《印象西湖》《印象丽江》等，无不吸引着游客的眼球。游客通过这种形式能够对旅游地的历史文化、民风民俗有一个更加直观的认识。良渚文化拥有几千年的历史，对于现代人来说它既遥远又陌生，那么以何种方式将良渚文化的精髓与价值传递给每一个游客是一个非常值得思考的问题。情景剧展演似乎为这个问题提供了一个参考，将良渚文化中的民风民俗、历史文化编成故事，在确保良渚文化遗址不遭受破坏的前提下，以良渚遗址公园为舞台，并结合科技手段如全息技术、裸眼 3D 技术等，进行情景剧展演，让游客充分了解良渚文化。

3. 以良渚文化为核心，发展“良渚文化+”

“良渚文化+”是一种以良渚文化为中心结合其他产业宣传的推广理念。良渚遗址地处杭州，杭州作为风景优美和文化底蕴深厚的城市本就名声在外，若将良渚遗址与其所在城市结合起来，不仅能带动良渚文化的知名度，同样可以加深它所在城市的文明厚度，因此“良渚文化+杭州”是一种值得考虑的理念。从调查中可以看出，良渚文化公园所处的地理位置偏远，交通不够方便，若能解决这一问题，化短为长，将吸引更多游客。在园区附近建立以良渚文化为主题的民宿或酒店，或者与附近酒店合

作，用带有良渚文化特点的个性化装修、摆设等吸引游客，弥补环境偏远所带来的不足。“良渚文化+”将承载经济和文化的双重功能，一方面，孕育出相关的产业，成为良渚遗址公园发展的经济支撑；另一方面，可以更广阔地宣传良渚文化。

（三）加大宣传力度，提升良渚文化知名度和影响力

1. 媒体宣传

当今时代，是数字化的时代，宣传定位受各方面要素的影响，为避免与其他类似遗址同质化，媒体宣传是不可或缺的。良渚遗址的公知度还处在初级阶段，因此必须借助公共媒体的力量将良渚五千年的文化传播出去。首先，作为主流媒体中的权威，中央电视台是宣传良渚文化最合适的媒介。多年来，央视拍摄了各类传播历史文化的宣传片，以最主流的方式，将各类文化和景点宣传至国内外，良渚文化宣传片《良渚：五千年的印记》在2019年就已经面世，但是引起的关注度并不理想，对很多人来说，良渚文化仍然是一种小众的文化，与自己距离较远。因此，从宣传的角度来讲，受众和关注度是需要着重把握的，以央视为代表的主流媒体就是宣传片合适的媒介载体。其次，自媒体的不断发展更是使得媒体宣传年轻化，为适应这一时代变化，在不影响良渚遗址文化本质的前提下，辅之以明星效益带动宣传不失为一种中庸之法。良渚文化五千年历史底蕴的特殊性质，难免形成良渚遗址公园宣传的严肃性，为了不破坏这种深厚底蕴，可以效仿众多城市文化景点的做法，寻找相应的“文化代言人”。这不仅可以用流量带动宣传，又不失文化底蕴，在文化厚度和宣传效果的取舍上也不至于主次不分。

2. 文化宣传

对任何文化遗产类宣传来说，文化定位都是基础，良渚文化具有五千年的历史，它的吸引力在于其不可替代的历史底蕴，良渚遗址公园大量表现出的是良渚古城田园式的生活方式，因此良渚可以将上古风作为文化宣传主题，展现那段历史文明中独特的生活方式。除了编入教科书这一种传统的文化宣传方式，更贴合现代社会的宣传或许会更有效果。与其他行业相互结合的宣传理念类似于“良渚文化+”，也是借助良渚的文化本身增值的方式。类似的文化宣传有故宫的文创作品，近年来故宫品牌不断发展的同时，也在传播故宫的历史文明。良渚文化可以效仿故宫，形成良渚的文化品牌，为此，可以和各行各业合作，与美妆业打造良渚色系，与服装业融入良渚元素。著名服装设计师劳伦斯·许2015年的高定作品《敦煌》就是糅合敦煌飞天元素的华服。以此为例，良渚所具有的独特文明元素也能成为相似产业的灵感来源。

结语

在文旅融合和体验旅游快速发展的大背景下，旅游者的体验成为旅游开发一个重要的衡量标准，良渚文化遗址有着深厚的文化内涵，在今后的开发利用过程中应该从旅游者的需求出发，在保护遗址的前提下，充分挖掘良渚文化内涵，运用文化的力量，让良渚古城遗址公园持续散发魅力。