

基于文旅融合景区品牌影响力的 思考——以苏州耦园为例

王青

(苏州市耦园管理处, 江苏苏州 215008)

【摘要】在国家政策的引导下, 市场经济的刺激下, 文旅融合发展的趋势下, 实施景区品牌发展战略, 塑造景区文化品牌是一个旅游景区的核心竞争力, 也是其可持续发展的重要步骤。作为园林之城中的世界文化遗产——耦园, 独特的历史文化内涵是其品牌构建的基础, 借助差异化主题, 创新发展旅游文化新产业, 以游客互动体验切入文旅融合项目, 以园事节庆活动为平台, 为科技赋能, 提升景区文化旅游发展附加值。

【关键词】文旅融合; 品牌; 影响力; 耦园

DOI:10.14051/j.cnki.xdyy.2021.04.037

1 文化和旅游融合发展的趋势及意义

1.1 文旅融合发展趋势

随着社会和经济的发展, 多种产业逐渐扩展融合。文化产业和旅游产业是其中极具发展前景的产业, 它们之间具有显著的差异, 但又具有天然的共生互融性, 有着不可分割的联系^[1]。我国经济发展已进入新常态, 文化产业与旅游产业的发展面临升级挑战, 以期成为国家经济发展的支柱产业。两者的融合是大势所趋, 也是实现支柱产业目标的有效途径, 两者高度的关联性和渗透性不断丰富各自的内涵与外延^[2]。增强各自的功能, 延展产业链结构和发展空间, 进而融合出更高价值的文旅新业态。

1.2 文旅融合意义

“文旅融合”通过将优秀的传统文化融入到旅游产品策划设计中, 以促进深度体验的旅游活动与目的地的文化内涵相融合, 将旅游体验赋予文化灵魂。

近几年, 国家制定了一系列导向性政策, 挖掘文化资源, 提升旅游体验, 推进文化和旅游深度融合, 形成强大的文化旅游产业经济^[3]。苏州为进一步推进文化旅游深度融合, 全力打造独具一格的国际文化旅游胜地, 出台了多项政策, 以实现“以文化旅游业融合发展, 推进多层次消费能力, 提升生活和旅游品质, 更好地满足人民群众对美好生活的向往。^[4]”

“文旅融合”发展强调的是文化产业和旅游产业的互惠共赢, 两者以乐观开放的心态, 积极主动地推进文化和旅游产业的深度融合, 促进两大产业在更新迭代的时代背景下实现产业的转型升级, 并寻求实现经济可持续发展道路和社会、经济等效益互利共赢的发展目标。

1.3 文旅融合催生品牌化

2018年“文化和旅游部”的诞生,为文旅融合的发展提供了最有效的制度基础。数据显示,2018年国内全年旅游人次达55.40亿,同比增长10.81%;全年旅游经济收益为5.98万亿元,同比增长10.51%;2019年国内旅游人次达60.06亿,同比增长8.41%;旅游收益为6.63亿元,同比增长11.70%。旅游已成为人们的重要生活方式,规模宏大的出游人群为文旅融合提供了坚实的社会基础。

随着时代的发展,人们对旅游品质的需求不断提高,构建文化旅游品牌,已成为满足旅游市场个性化、品质化追求的重要途径^[2]。将“品牌”理念引进旅游市场,是当前文化体验旅游的必然要求,景区是整个旅游业最核心的部分。品牌是一个景区发展的核心竞争力,而品牌的核心是文化,文旅品牌的打造已成为众多景区的重要战略。

2 苏州耦园旅游资源优势

耦园位于苏州市东北隅小新桥巷6号,处于平江历史文化保护区,东临姑苏区环古城健身步道、相门城墙、护城河,南临城市主干道干将路,西临著名的平江路历史街区,北靠拙政园、狮子林、苏州博物馆。耦园所处地段交通路网发达,自驾方面,耦园距离沪宁高速苏州出口3km,处于苏州东环高架出口段^[5]。公共交通方面,南北方向各有多路直达公交车,苏州好行、苏州水上旅游直达目的地,轻轨一号线相门站出站沿仓街或相门城墙向北几百米即到耦园。

耦园前身为清顺治年间的“涉园”,保宁知府陆锦的别业。同治十三年,苏松太道沈秉成(字仲复)归隐苏州,购城东涉园旧址,聘请画家兼好友顾沃参与设计,在涉园基础上扩地增筑,形成住宅居中,东西两园分置成双,遂将园易名为耦园^[6]。耦园整体布局呈规则式,东西宽100m,南北深80m,占地7800m²。2000年,耦园作为第二批苏州古典园林扩展项目,被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》,2001年又被列为全国重点文物保护单位。

2.1 布局独特,枕水人家

与苏州园林常用的“前宅后园”造园手法不同,耦园中部为住宅区,东西两侧各有一座花园(如图1),园宅之间有重楼贯通。宋戴复古有诗“东园载酒西园醉”,耦园极为吻合。这种独特的构思,在众多姑苏名园中几乎找不到第二实例,与众不同的布局自然成为耦园的一大特色。园北背河的二层建筑为楼厅,呈凹型,两边分别和东西侧楼相通,往东可达东花园最东端的双照楼;往西便是西花园的藏书楼,这种以一曲贯通3部建筑群的楼廊,俗称“走马楼”,在现存的苏州古典园林中属唯一。



图1 耦园独特布局

耦园地处苏州古城东北隅，小巷深处、三面临水、一面临街，南北均建有水埠码头，保持着苏州水城建筑的历史风貌。现在仍可通过水路与外界连通，古朴的水乡特色摇橹船，清风徐来、水波荡漾，一曲吴侬软语，尽情感受苏州人家尽枕河的水乡风光。

2.2 阴阳相生，对偶成双

“师法自然”是苏州园林造园的最高境界，留存的名园中，大门朝向因地制宜，如沧浪亭朝北、怡园朝东等，东南西北皆有，耦园巧于布局，讲究方向、位置，将“耦”的主题融入到园林空间，园内建筑、水体、山石、植物等均精心安排，处处体现阴阳互生、对偶成双，蕴含易学原理。

从耦园面积上来看，东部花园占地 3600m²，西花园占地 2200m²^[7]，东花园大、西花园小，是根据阳大阴小原理而定。耦园大门朝南，东花园居左，西花园位右，符合左阳右阴之制^[13]。东花园的黄石假山阳刚直线，山石气势雄伟，峥嵘峭拔，集绝壁、蹬道、峡谷于一体，西花园湖石假山显阴柔曲线，盘旋起伏，曲折蜿蜒；东花园主建筑城曲草堂位于东花园东侧，坐北朝南，正对黄石假山，西花园主景织帘老屋位于西花园最西侧，坐北朝南，正对湖石假山；东花园代表日的圆镜式漏窗，西花园代表月的水花纹漏窗；东花园水池，西花园一口井（小为阴）对应等，均体现东西花园及内部元素阴阳对称。

从耦园格局来看，阴阳分布不是截然分开的两部分，而是阴中有阳、阳中有阴、阴阳交错。比如，代表阳的东花园内榭廊（妻）和筠廊（君），既相对又相连；黄石成，均暗喻伉俪情深的夫妻关系，这样独具匠心的营造，就是一首写在大地上的爱情诗歌^[8]。

2.3 三面环窗，怡静怡景

东花园东北角的枕水小楼，二楼名为双照楼，楼面见方，卷棚歇山顶，楼面纵横均约 8m，面积 64m²。其中，东、南、西三面临窗，能同时见到日月光照，暗喻园主夫妇在此处隐居学道、双双明道。“双”即是“偶”；“照”即是“心心相印”。双照楼的东、南、西三面为窗，可远眺娄门城墙、护城河、双塔，俯瞰东花园山石池榭等景色，此楼为观景极佳之所。遥遥相对的东南角，有着同样三面环窗的听橹楼，北、东、西三面置窗，亦可观内外风景^[7]。

双照楼原为园主夫妇接待文人好友，诗酒吟诵，举办雅集的场所。2017 年春，双照楼，听橹楼等经过修缮，开放为茶室，提供

中国六大茶类典型茶品、苏州老字号茶点及评弹、昆曲、古琴、箫等非物质文化表演,定期举办诗词吟诵,品茗闻香等各类雅集。

3 苏州耦园文化旅游发展现状

近年来,耦园不断挖掘历史文化内涵,基于纯真的爱情主题,差异化发展,将园林文化、文人文化、非物质文化等融合在旅游中,借助园事活动、节庆活动,充分展示全域的文旅融合特色项目,注重游客的感官体验和文化体验,将苏州园林艺术演绎游推上了新的阶梯。

3.1 借助园事节事平台,展示爱情主题品牌

2015年秋,耦园利用十一黄金周长假节庆,首次推出“耦园追梦”品牌,基于耦园独一无二的爱情主题园林内涵,结合我国优秀的婚礼文化,向市民游客展示清士大夫婚礼。此活动另一个亮点、爆点,是将耦园独特的三面环水的布局无声地融入活动中,婚礼通过水乡特色摇橹船,从大新桥巷水路迎亲,引导周边游客“随船”跟进,欣赏活动、体验活动。活动吸引了大量线上线下媒体集中报道,多年的持续举办及活动内容的不断提炼升华,“耦园追梦”已逐步深入市场,形成耦园全年活动品牌,并配合市场需求,衍生出“耦园中式婚礼”“耦园明制婚礼”“耦园青年联谊会”等体验产品及二级消费产品。

今年十一黄金周,推出“明制汉族婚礼”,以宋家礼为本,以明俗为引,以近世为现,再现汉式明制婚礼的古典、庄重与浪漫叫并全球免费征集新人体验参与,富有文化内涵的朝代婚礼,吸引80多对新人报名,不断创新的内容与形式,提升了园林婚礼产品内涵及游客体验度,也提高了耦园品牌文化附加值。

3.2 挖掘历史内涵,实景演绎文旅项目

“耦园住佳耦,城曲筑诗城;园林忆旧梦,陂砚伉俪情。”作为中国唯一一座纯粹浪漫的爱情园林,无论是“佳偶天成”的园子命名,还是“双对成偶”的园中构筑布局,都唯美呈现了耦园主人淡出仕途、归隐山林的文仕情结,尽心诠释了园主沈秉成、严永华夫唱妇随、琴瑟和鸣的爱情理想与风雅情致。非物质文化遗产之昆曲,流丽婉转、一唱三叹、诗情怡然、动人心扉,冥冥之中似乎注定了为演绎红尘之恋而生。

2020年端午佳节,耦园推出文旅融合创新项目,实景版昆曲《耦园梦忆》,戏曲演绎定格于1895年,园主沈秉成70余载人生的最后一次回眸时刻。利用原景曲径通幽、得天独厚的场地条件,适度运用和融入了“意识流”“蒙太奇”的艺术元素和表现手法。园林水池、曲径回廊、亭台楼榭、山水花鸟即为舞台,演员和观众之间,虽则近在咫尺,却处在一种遥不可及的“虚拟现实”状态,一种别样而深刻的生命体验,让人回味无穷^[1]。该原创微型剧,虽全长仅有30mm,但剧情铺陈系统完整,构思精巧独特,诠释演绎精简凝练。在精致小巧的耦园实景演绎,恰到好处。

3.3 活化传统文化,唱响爱情诗篇

中华民族经历几千年的沉淀发展,留下众多优秀传统文化,尤其是历史文化遗产,是民族的文化瑰宝,弥足珍贵。2017年,习近平总书记为传统文化代言时强调,要将优秀传统文化进行创造性转化、创新性发展,从而更加充分地展示出来,继而传承下去。2019年春,首次推出的耦园诗乐吟唱,基于我国传统乐器古琴、箫、琵琶等,用吟唱的方式,唱出耳熟能详的诗经篇章《关雎》《子衿》《蒹葭》等。暑期相继推出诗乐吟唱研学体验,结合诵、吃、吟的形式,了解传统文化,学习传统文化,寓教于学、寓教于乐,并传承经典。

耦园园主沈秉成和严永华均为当时著名文人,夫妻伉俪情深、吟诗作画、联吟唱和,留下了《纫兰室诗钞》《陂砚庐诗钞》《陂砚庐联吟集》等诗篇。诗集记录了沈严伉俪间的爱情历程和共同志趣,他们的爱情、亲情、敬重,成为超越血缘和物质之上

的一种精神寄托和自觉要求,也是构筑耦园的文化缘由,留给我们的诗篇文字不但是语言的载体,也是音乐中之“音符”。通过吟唱的乐符,将他们的爱情篇章唱响,当诗乐之美融入耦园之美,当中国传统文化与园林文化相结合,原创耦园诗词《佳偶天成》吟唱曲应运而生,以“和诗以歌”的形式,将爱情诗篇融入园林、融入旅游,拉近游客与耦园文化的距离,活化了文化遗产,耦园诗乐吟唱,唱响中国国学,也让园林之美引发新风尚。

4.1 依托爱情主题,构建特色旅游

文化产品体系

4.1.1 夯实爱情主题活动。随着文旅融合的发展,旅游和节庆、假日深度结合,将高品质的有特色的景区文化旅游产品进行策划整合,吸引大量媒体进行宣传报道,迅速扩散活动覆盖率,提升知名度,并升华特色旅游节庆品牌^[2]。耦园可坚持现有的爱情主题品牌定位,继续举办耦园追梦全年园事活动,提炼不同节庆的特色部分,进行深化、细化,强化其与耦园的内核联结,借助世界遗产园林的优势,基于耦园独特布局,沈秉成严永华夫妇的爱情诗篇,深入研究中国婚仪文化、传统服饰文化、礼仪文化、器物文化,结合新时代游客婚礼需求及体验感官度,将耦园打造成江南地区唯一的“中国传统婚礼基地”。实现要办中式婚礼,就想到耦园,想到耦园追梦、耦园传统婚礼、耦园明制婚礼等,让人自然而然地将品牌与景区联想在一起,形成景区品牌效应。充分利用有效资源,比如,已在苏城小有名气的品茗佳地“双照楼”,基于其有利的场地优势,融合展示耦园传统婚礼、诗乐吟唱等现有文旅融合项目,引入外部相匹配的文博、婚庆、酒店等资源,将点连成线,打造一体化旅游线路和产品。同时,还需积极推进文化旅游品牌的传播与营销,以适应不断变化的文化旅游市场需求。

4.1.2 双遗融合催生演艺品牌。耦园坐落在历史文化底蕴深厚的苏州,旅游资源丰富,经济实力雄厚,在发展文旅融合型产业方面有着得天独厚的条件,耦园深度挖掘自身特色,在“天堂苏州,百园之城”的园林城市,根据自身鲜明主题,差异化发展,推出多款文旅融合的项目。虽然部分项目刚起步,还需要逐步探索,比如,浓缩的微型原创实景剧《耦园梦忆》,实现“昆曲是可以听的园林,园林是可以看的昆曲”,该剧的舞美场景和抒情结构可谓以景品园、以情感人、移步换景、曲随情间,此剧目前仅在端午首演亮相,后期可以考虑定向定时推出。比如,利用景区开放时间之外的清晨或傍晚,推出“晨安版”“黄昏版”“四季版”“国际版”等定制版剧场,限制最佳欣赏名额,提升感知体验度,配以精致茶水点心、衍生文创产品等,设定不同VIP价位。通过新媒体、自媒体前期进行宣传,并利用官方公众微信号等开放预约名额,通过演绎节目的精品化、品牌化,丰富景区线路产品,提升耦园景区品牌影响力。

4.1.3 旅游商品品牌化。景区开发设计旅游商品,创建旅游商品品牌,是景区品牌发展不可缺少的一部分。对于旅游景区和游客来说,旅游商品最重要的不仅是实物价值,更是景区品牌价值,而旅游目的地文化特色则是旅游商品的根本。耦园要关注,策划设计商品时以游客的需求为基础,融入园林元素,耦园爱情元素、诗画元素、布局元素等,并密切结合现代理念、创意,形成特色品牌的旅游商品。

耦园的历史内涵丰富,文化资源充足,景区可以与文化创意公司或高校进行合作,设计既能体现江南文化和耦园特色,又能与当前时尚审美相结合,融合实用、美观、品质于一体的文创商品。并及时对所创商品进行知识产权保护和商标注册,形成景区文创旅游品牌。并在景区实体店和网络端同时销售,延伸耦园文化品牌的产业链条,提升旅游景区的品牌影响力和推介力。

4.2 科技为文旅发展赋能

文旅产业的深度融合,不仅是一个定义,更是一系列的顶层设计。文旅高质量、高速度的融合发展,更需要开放的思维和科技来支撑,为其提供全新动能和无限可能。2018年秋,耦园尝试推出“AR互动游园”体验,充分运用增强现实的技术手段,让景观、文物、表演活起来,让游园变得有趣起来,同时,也使特色文化活动能够依托旅游项目得到传承弘扬。

明年计划恢复开放的耦园藏书楼，运用裸眼 3D、全息投影等技术，实现科技与文化、与旅游的深度融合。比如，采用科技，将一楼的方形厅堂打造成沉浸式雅集空间，让《吴中七老图》人物、景观活化，复原沈秉成、李鸿裔等 7 位文人雅士饮酒作画、闻香品茗、吟诗作对等雅集场景，呈现一段动态的视觉盛宴，让人仿佛置身其中。采用 3DMAPPING 多媒体手法复原二楼书房，将园主夫妇琴瑟和鸣、联吟唱和的场景还原呈现，无声融入书房陈设布置，达到情景再现、声影俱效。期待耦园结合文化元素，注入更多科技动能，为游客带来更多元化、更智慧化的游览体验。

参考文献

- [1] 夏营. 谈文旅融合发展的深层意义[J]. 旅游管理研究, 2019(05).
- [2] 厉建梅. 文旅融合趋势下旅游景区的品牌提升战略——以山东天上王城景区为例[J]. 中国文化产业评论, 2016(01).
- [3] 臧其林. 基于文旅融合的苏州文化旅游产业创新研究[J]. 市场论坛, 2019(11).
- [4] 苏州市委市政府. 关于实施全域旅游发展战略打造国际文化旅游胜地的若干意见[Z]. 2017.
- [5] 王青. 苏州耦园造园特征分析[D]. 南京农业大学, 2018.
- [6] 刘金德. 游赏耦园[M]. 上海: 上海锦绣文章出版社, 2008.
- [7] 苏州市园林和绿化管理局. 耦园志[M]. 上海: 文汇出版社, 2012.
- [8] 曹林娣. 园庭信步——中国古典园林文化解读[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2011.
- [9] 易钗. 中国各朝代婚礼文化[M]. 长春: 吉林大学出版社, 2017.
- [10] 苏州市东园管理处. 耦园诗文选[C]. 2005.