

“非遗+旅游”，不是简单建园区

◎ 高舜礼 中国社会科学院旅游研究员



▲春节,中国人庆祝传统新年的社会实践 图源:新华社

12月4日,中国申报的“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”通过评审,列入人类非物质文化遗产代表作名录。

12月5日,“黎族传统纺染织绣技艺”“羌年”“中国木拱桥传统营造技艺”通过评审,从急需保护的非物质文化遗产名录转入人类非物质文化遗产代表作名录。这是联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》名录机制框架下首次正式实施转名录程序。

至此,中国共有44个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册,总数居世界第一。



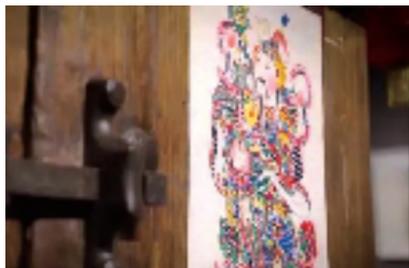
▲热贡唐卡绘制颜料 图源:青海黄南州州府同仁市非遗博物馆

非物质文化遗产(以下简称“非遗”),是各族人民从“老祖宗”传承下来的口头文化和传统技艺,是祖国优秀传统文化的重要组成部分,也是旅游发展的重要资源。

对于文化生态保护区和非遗资源较为密集的地市,在发挥政府主导作用保护与传承非遗的同时,如何通过推进文旅融合,引入市场机制的力量,以造福当地民众,助力非遗保护与传承?

积极探索融合发展规律

非遗保护与传承有诸多要坚守的原则和红线。我们赞成这类观点:不能将文化生态保护区理解为一般的经济开发区和文化产业园区,不能以保护名义建设所谓的主题公园、产业园和形式主义的楼堂馆所。要遵循文旅产业发展规律,积极推进文旅融合发展,对非遗资源进行适当的开发利用,



▲天津的杨柳青木版年画以其丰富的题材、细腻的笔法而著名 图源:央视新闻

以促进非遗保护与传承。

一是要紧扣客源消费需求。非遗资源的旅游利用,消费主体是中外游客,自然要对应游客需求。旅游产品有诸多的类型,开发景区仅是其一;旅游消费有诸多形式,观赏+体验也非全部;旅游功能有诸多方面,促进非遗“变现”仅是其中之一。应针对非遗资源密集区的市场区位,做深入研究和需求把握,开发可满足旅游市场的合适产品。

二是要对应旅游市场规模。客流量大小与潜在增幅,是非遗资源开发必须考虑的问题。要市场调研、策划论证、规划设计先行,循序渐进,避免一哄而上、无序开发。

三是要保护与创新相统一。游客既要看非遗的真品老品,也要看传承与发展的新品,还要看创作现场、保护性修复,要有参与和体验的机会。只有纵观发展演变的源流、创新拓展的幅度,才能领悟非遗保护的重要性和可行之道。

四是要适度产业化发展。非遗只有寓于现实生活和市场需求,争取适度的规模化发展,才会有存续和传承的可能。有条件的非遗业态,应积极应对客源需求,适度探索产业化发展。

努力拓展“非遗+旅游”融合

非遗资源的旅游开发,是文旅融合的重要领域,既拓展了旅游资源的开发空间,也成为非遗传播和受益的重要载体。要拓展非遗+旅游的融合,我们认为,可从以下方面着手。

一是打造旅游吸引物。说到开发旅游,人们就会想到开发景区。其实,应更多从旅游吸引物去考虑,具体要看资源类型和开发条件。以青海省黄南藏族自治州同仁市为例,非遗资源主要集中于非遗馆(博物馆)、传承人工作室、宗教寺院,这就未必适宜开发传统性景区。可把非遗资源存在的集中片区,视为一处旅游吸引物,作为非遗文旅小镇建设。同时,还应加强旅游接待配套条件的建设,如停车场、参观廊道、基本线路、体验场所、讲解服务、商品售卖等,具备相应条件后方可接待团队旅游。

二是丰富旅游研学体验。研学通常需要专业的课程设计和组织实施,这类项目的开发运作,全国已有成熟案例,如天津杨柳青年画、洛阳牡丹工艺瓷、淄博琉璃制作、芜湖铁画打造等。以黄南藏族自治州热贡文化为例,可以将具备条件的非遗传承人的工作室、传习馆作为主要场地,尽量丰富研学体验的项目,除了

唐卡、青绣、堆绣,还可兼及泥塑、木雕、彩绘、壁画、石刻等。除了艺术类的研学,也可有生活类,如工艺品、藏香的加工;除了新制作的研学,也可进行非遗老作品的修复。

三是开发传统文化名村。不少古村老街蕴含丰富的非遗资源,适宜开展文旅融合。如黄山的宏村、西递,苏州的周庄、同里,婺源的篁岭、江湾,都是此类古镇老村。以黄南藏族自治州郭麻日古堡为例,其可选择几户人家开发特色民宿,搞好业态选配,改善食宿条件,提升文化和审美,使之具备旅游接待功能;在古堡内外,也可选择适当空间,开发特色文化主题酒店,引导村民投身民宿、客栈开发,为旅游、研学、朝觐者提供住宿或休闲度假服务。



▲在四川省阿坝藏族羌族自治州茂县中国古羌城,当地羌族群众载歌载舞庆祝羌年 图源:新华社

四是用好民族歌舞资源。民族地区的非遗资源密集区,蕴藏着丰富的民族歌舞宝藏,大有文旅融合前景。如黄南藏族自治州文化保护区的民间藏戏团(队)有十数家,藏戏从业者有600余人。把这些资源利用好,关键是提供充分的表演机会。例如,可对接乡村旅游或团队旅游的接待,在适当地点表演民族歌舞;可举办面向游客的家庭聚会式的夜间歌舞Party,也可在剧场演出专门剧目。五是扩大旅游消费与购物。在旅游目的地的现场,只有好吃、有趣、好玩,游客才愿意消费体验。譬如,旅游接待户要庭院整洁、有文化和审美,餐饮供给既要有当地特色,也要适合游客口味。旅游购物的范围很广,可以是当地名优土特产品,也可以是非遗文创和旅游商品,如一幅专业精工制作的唐卡价格昂贵,而若把它制作到瓷盘、瓷板上,变成一件精美文创,市场就会大开。

优化非遗旅游的发展支撑

将非遗资源集中区域变为文化旅游的热点,离不开必要条件和环境的支撑。

一是要强化城乡民族文化形象。打造热门旅游目的地,既要有魅力的旅游



▲在浙江省非物质文化遗产馆,常年举办着不同的非遗活动,在这里,不光陈列着众多的非遗展品,更接续着一片人间烟火 图源:浙江省文化广电和旅游厅

吸引物,还要有鲜明的外在形象。云南香格里拉上世纪是一座普通小城,而今变成藏族风貌浓郁的旅游之城。对于非遗文化集中区来说,其本身有很多自然优势,关键是在城乡建设上,要加强审美意识,浓郁文化氛围,营造良好形象。

二是厚植非遗传承土壤。传承人是非遗传承的灵魂与引领,其工作、研发、生产、展陈、研学、接待等,需要宽敞的空间,也关乎旅游和研学接待。对此,有的省市采取集中建设非遗园区的做法,结果很多不太成功。我们认为,可以借鉴浙江省的做法,给予国家级非遗传承人传承用地,其规划设计经核准后,由其本人出资建设并使用,丽水龙泉市就有这样的越窑青瓷、龙泉宝剑的家园,均较好地满足了非遗传承和文化传播需要。



▲洛阳牡丹瓷博物馆建于2012年,主要从事牡丹瓷与牡丹文化相关藏品的收藏、保护和研究等 图源:人民网

三是拓展宣传平台。做好宣传营销,是旅游发展的重要保障。除了用好传统媒体、主流媒体外,也要积极利用新媒体平台。同时,还要以令人满意的服务,争取游客的积极评价,以赢得好口碑和回头客;要把节庆和赛事作为文旅宣传的平台,办好各类民族节庆;要加强对对外宣传,可邀请驻华大使、留学生、外企高管等,实地了解非遗文化,通过他们扩大对外宣传影响。

四是改善旅游交通条件。非遗资源集中的大多数区域,地处偏僻的西部地区,距离机场和高铁站较远,交通制约成为文旅发展的瓶颈,需要不断完善交通条件。



▲为进一步丰富冬春季旅游市场,敦煌市组织开展了非遗助力冬春季旅游活动 图源:敦煌发布