

近年古镇数量有所增长,但同质化问题有增无减 千镇一面的尴尬

◎ 通讯员 涂 释



提起古镇,很多人脑海中会出现“老街灯影浮动,小桥流水人家”的诗意画面。但当你向着“诗与远方”出发,很可能被商业化气息搅了兴致——天南海北无论哪个古镇,都充斥着臭豆腐、酸奶、大鱿鱼、汉服簪花写真集、“我在XX很想你”……

“我国共有2800多座已开发或正在开发的古城镇,数量大概率是全球第一。但真正能被人们记住的有几个?”这话是中国古城与文化研究院院长林鹏在几年前说的,近年古城镇数量可能有所增长,但同质化的问题有增无减。

上世纪90年代以来,古城镇型旅游景区如雨后春笋般地涌现。各地新建的古城,复制粘贴般快速遍地开花,而且越来越千篇一律。

究竟是什么造成了各地古城镇“查重率99%”的尴尬?千镇一面的古城镇,为什么还有那么多人去玩呢?



复制粘贴的黑墙白瓦

数据显示,今年五一假期,四线及以下城市旅游预订订单同比增长140%,跑赢全国大盘,且增幅明显高于一二线城市。县域市场的酒店预订订单同比增长了68%,景区门票订单更是同比增长了151%。

这与近年来古城镇旅游热度飙升的趋势,有很大关系。

去年一年,各大热门古城镇接待旅客均在几百至上千万人次,随便拎出一个,营收都达到9位数。

不过,如果你连续去过几个古城镇,可能会产生似曾相识的错觉:“我是不是来过这儿?”

别急着怀疑自己激活了前世记忆,这些古城镇确实挺像,有些甚至是一个模子里印出来的。

从古北水镇到平遥古城,从乌镇到丽江古城,无论去哪个网红古城镇玩,大概率都能吃到臭豆腐烤鱿鱼老酸奶“三件套”,站在新建的古建筑前,对着“我在XX很想你”的路标,穿古装打卡拍照。

很多古城镇缺乏独有的特征,衣、食、住、游、购都像是“批发”来的,让游客产生审美疲劳。



“炒古”吸睛,模版式刷金

对地方政府来说,发展古城镇旅游,已成为刺激经济发展、解决居民就业、提高居民收入、增加税收的新的经济增长点,同时对文化遗产起到保护作用。

上世纪80年代,苏州市的周庄镇第一个瞄准开始出现长假后人们的闲暇和钱包,创造了古城镇旅游开发的先河。

之后,江浙沪一大批古镇紧随其后,其中周庄、同里、用(ù)直、南浔、乌镇、西塘六大古镇旅游还联合申报了世界文化遗产。同样在那个时期生根发芽的古城镇,还有丽江古城、平遥古城等,它们散落在全国各地,各成特色,吸引着全世界的游客。

到了2016年,中国城的城镇化率达到57.35%,迈入“城市世纪”。为了进一步带动全国小城镇建设,住建部等三个部委联合发布《关于开展特色小镇培育工作的通知》,计划到2020年,培育1000个左右特色小镇。

于是很快,多地纷纷出台指导性文件,有的地方甚至提出利用三五年时间打造多少多少个古镇,特色单一的“特色”小镇成遍地开花之势。

一般来说,一个特色小镇从申报到落地,只有3-5年时间,而且涉及大量资金和人力的投入,容错度并不高,所以最简便最安全的办法,就是复制成功模板。彼时,先头部队如乌镇已经成为中国最吸金的5A级古镇,年营收超过13亿元。

其中,江浙沪古城镇由于起步最早、规模最大、影响力最强,也让人们把古城镇旅游和江南水乡画上等号。于是,起步较晚的旅游小镇,在开发过程中对这



游客对古城镇的“又爱又嫌”

不过话又说回来,标准化生产的古城镇如此千篇一律、乏善可陈,为啥还有那么多人去玩呢?

上一个小长假是清明节,全国国内旅游出游1.19亿人次,国内游客出游花费近540亿元。全国人民的总花费看起来非常多,但平均到每个人头上,只有大约453元——这还是基于经济复苏的大背景,与2019年持平。

而且,经过三年疫情,中国旅客近程省内旅游越发占主导,中远程省际旅游大幅减少。

据中国旅游研究院,2019年,中国游客假期出游半径为270公里,到了2023年人们出游反而走得更近了,平均基本不超过200公里。而且,到达目的地后,人们通常在方圆15公里的范围内游玩。

假期短且集中,去不了太远的地方,预算也不高,因此大部分人旅游的目标是,在短短3-5天内尽可能地体验吃喝玩乐。所以各地“乌镇分镇”的使命是,把所有网红元素拼凑在一起,供本地游客一站式打卡。

不过这样的旅游项目,游客满意度显然不会高。有媒体对几个热门古城镇景区的1000条负面评价做了抽样统计,发现大家的不满普遍集中在以下几方面:古城镇游很难体验到古朴、静谧的历

全国统一 古城镇模板



些古镇进行模仿,忽略自身特色,让同质化现象更加严重。

截至2024年,住建部公布了超1600个特色小镇,其中旅游型占比超过了50%。

目前的古镇开发,存在一个效率最高的解法:PPP模式。政府将项目的特许经营权转交给实力较强的企业,由企业来融资和开发。这样既不会增加政府部门的负债,也可以引入专业成熟的运营经验,满足各地“大干快干”的需求。

特别是疫情后的“报复性”出游效应,文旅作为新的增长点,吸引大批热钱涌入。结果我们也看到了,所谓古镇就是用“古代建筑样式的现代建筑”制造新景观,用“民宿+小吃+展演”制造消费项目——与其说是古城镇再开发,不如说是创造了以传统文化为IP的主题乐园。

网传古城镇 “死亡”名单



此外,网络上流传着一份“中国特色小镇死亡名单”,指出不少特色小镇资金链断裂、商户逃离,甚至沦为“鬼城”,处于烂尾、倒闭状态。例如:投资3.5亿的陕西白鹿原民俗文化村,开业后人气一路下滑,不得不拆除。

各地古城镇的昙花一现,为地区旅游开发敲响警钟。景区的开发者不得不慎重思考:直接移植别人的幼苗,会不会由于“水土不服”而活不下去。

可能想过,在体验过马观花式旅游后,自然想把旅游升级成next level(更高水准)的人,想要选择去远方看不同的风景时,缺乏特色的古城镇又该如何应对呢?

各美其美的古城镇



我国拥有广袤的国土,丰富的文化,各地有非常多的旅游资源等待挖掘。上世纪90年代开发的一批古城镇,如:西南丽江古城充满民族风情,山西平遥古城展现厚重历史,长三角的乌镇江南水乡,岁月静好……可以说是“各美其美”。

在旅游业日益发达的今天,古城镇景点反倒越来越“天下大同”了,这是为什么?