



温州市政协委员、乐清市政协副主席 陈亦殊

为贯彻落实省委书记车俊“重振雁荡山雄风”的指示精神,应以“美好生活”的自然山水画卷为核心,接轨大上海,主攻长三角,对接“一带一路”,全力打造山水观光、高端度假、禅修康养、亲子互动、非遗体验、研学交流、体育赛事等为一体的国际一流休闲旅游度假胜地,提升温州市“诗画山水、温润之州”品牌形象和国际化休闲度假旅游城市影响力。

聚焦规划引领,谋篇布局绘好蓝图

做好顶层设计,做精策划与规划。立足“浙江第一山”,聚焦雁荡山5A龙头地位,做大做强温州大旅游,谋划“一心四区”新格局,打响“海上隐秀,山中君子”口号,实现旅游产业迭代发展。“一心”就是跳出“两灵一龙”核心景区,做精做足八大景区;“四区”就是通过东拓,开发乐清湾滨海景区、洞头国际旅游岛,打造“海上”精品游;南优,以中雁荡、黄檀硐中国景观村落、楠溪江为依托打造景观联动游;西联,以乐清芙蓉池休闲度假小镇、文成飞云湖为依托,辐射带动南部乡镇;北引,以铁定溜溜、铁皮石斛产业等为依托打造田园综合

体休闲游,通过长三角城际纽带吸引游客驻足,形成“雁栖飞”“山海江”“山水诗路”联动旅游大格局。
做优业态发展,做细全产业链条。从点线面着手,点上突破,突出“一景一特色,一景一主题”,利用全息投影、VR互动等科技手段,做好每一个景点的开发和包装,通过串连名景、名人、名寺、名宿、名品等,形成五位一体的旅游线路;线上整合,做好“山上、海上、晚上”全业态旅游,通过开发整山旅游项目,开辟近海观光休闲航线、发展夜间经济等,三线齐驱赋予雁荡山旅游新特点;面上发展,以乐清市旅游集散中心(乐清市

客运中心)为依托,形成乐清市域内的“山-水-街-村”联动,既方便游客从市区到雁荡来回旅游,又吸引旅客在市区驻足消费。
补齐旅游短板,做深旅游要素研究。开通一班旅游专线,争取在温州、台州、乐清市区开通直达雁荡山旅游专线,优化景区内外部交通;改迁一段景区路,将104国道(雁荡松溪段)和客运中心雁荡站外迁到动车站和选坑村附近,使雁荡集镇融入景区,打造服务功能集聚区;策划一台山水戏,借鉴黄山《徽韵》经验,打造一台唯美浪漫大型山水舞台剧,秀出一个新的雁荡山给全世界看;编印一

本精美画册,邀请国内外知名艺术家来雁荡采风创作,留下一批精美作品集中展示雁荡美景;打磨一套导游词,推出既能体现雁荡山钟灵毓秀,又富有人文内涵的导游词,同时配套外语版本;推出一餐风味宴,打造“雁荡山风味十二道”特色菜,做好舌尖上的文章;培育一个购物中心,在景区内择址培育一个展现黄杨木雕、雁荡毛峰、铁皮石斛等具有温州元素的现代购物中心;做精一批民宿群,每个民宿都要有一个明确主题、一幅关联书画、一道招牌菜、一打好故事、一套广告语,通过政府统一包装规范推向市场。

聚焦项目引入,全力攻坚全域旅游

明确近期目标,聚力打造佛文化旅游。在深入挖掘、整理雁荡山佛文化资源的基础上,如传说“莲花雁荡,菩提龙湫”,精心设计佛文化旅游线路,讲好佛文化景观群的故事,开发“禅文化”“禅境”养生体验项目。雁荡山与普陀山交通便利、主题相似,前期已做过项目对接,双方合作意愿强烈,可以形成串联线路,实现普陀“海上观音”锦上添花、雁荡“山上观音”妙笔生花,推进强强联合。
结合中期谋划,借力打造主题文化旅

游。选择1-2个景点试点委托运营或合作营销,打造主题度假区、特色体验小镇、旅游综合体等大型平台项目。
着眼远期发展,挖掘打造“雁文化”旅游。提炼雁荡山“雁文化”旅游价值,用“雁回归”的故事激发温州人的家国情怀和乡愁,进一步吸引温商回归筑巢雁荡。同时打造成“世界温州人大会”“世界青年科学家峰会”等永久会议承办地,通过国际性的会议进一步提升雁荡山的国际美誉度和吸引力。

聚焦内涵提升,着力引爆旅游热潮

打造噱头,激发灵秀雁荡新内涵。借力名人效应,如徐霞客三来雁荡,赋诗“欲穷雁荡之胜,非飞仙不能”,借势“黄山贵在雄伟,雁荡美在灵秀”“山盟海誓”的优势,抓住“奇石文化甲天下”“人在景中,景随步移”“境由心生,天人合一”的特点,做足“黄山归来不看山,雁荡归来不看石”文章,把噱头变成新的吸引点。

包装IP,打造爆款产品新热潮。通过前期挖掘出雁荡山12张金名片,分别是世界火山地质学科普地、世界雁文化研究地、谢灵运山水诗首创地、沈括流水侵蚀地貌学发源地、徐霞客全国研学旅行示范基地、国际山盟海誓爱情旅游圣地、中华天然夜景观光地、全国最美自然山水写生基地、开山鼻祖印度罗汉诺罗刹罗悟道

地、国际康养基地、国际体育赛事举办地、国际论坛承办地等,从中挑选最有故事性、话题性的名片进行重新包装。
理顺渠道,实现旅游营销新突破。用足“两微一抖”“网红带货”等自媒体平台,参考千岛湖运用抖音向上海、北京等发达地区25-40岁的人群精准投放广告带来大量高端

消费的经验,细分市场需求,推出“爱情游”“夕阳红游”“亲子游”“研学游”等分众型营销广告。当前,要抓住疫情防控常态化时期的补偿性消费潮,通过线上线下发布会,以“最美逆行者游雁荡”“春暖花开家人同游雁荡”宣言,走出雁荡山文旅复苏之路。

聚焦精细管理,做好标准化服务

组建专业机构,不断深挖旅游项目研究。推动体制机制创新,建立管委会统筹协调管理考核,研究机构负责文化更新、专业公司负责市场运作的管理新格局。成立雁荡山文化旅游研究委员会,加强文旅产品研发,搭建一个平台,每年举办旅游高峰论坛,出台强有力的“引才政策”,引进优秀旅游专业人才。
精心梳理标准,不断搭建旅游标准体系。树立“制度管人、流程管事”的管理理念,建立一套符合景区特点的旅游服务标准体系,包括人员绩效考核制度、神秘游客制度、村民融合制度、旅行社导游考核制度、游客投

诉反馈制度、景区管理制度等,进一步提升景区环境和服务质量。
拉大旅游消费,不断加大政策支持力度。出台优惠措施,鼓励景区外的业态增量发展,景区内业态减量,原住民外迁安置,通过政策引导和规划设置实现服务功能外置。同时,积极争取温州市、乐清市两级财政补贴,出台旅游优惠政策,结合工会疗养、职工带薪休假等措施,在浙江省内适时发放雁荡山旅游券,短期内快速提升雁荡山的人气,提振商业形势。

建动态文化博物馆 现梅城“千年古府”新貌

□民盟杭州市委会



动态文化博物馆与传统景区或博物馆的最大区别在于,它充分挖掘当地的历史人文元素,通过各种具象手段将其充分展现在世人面前,打造沉浸式体验,让人们真正感受到活态的文化遗产。
梅城镇是古睦州府、严州府、建德县治所在,有着近1800年置县史、1300年治史,历史悠久、人文荟萃,形成了底蕴深厚、独具魅力的严州文化。近年来,浙江省、杭州市对梅城的发展十分重视,省委书记车俊批示要求建设新时代美丽城镇,再现“千年古府”新面貌。杭州市拥江发展规划提出要“依托梅城古镇项目,在梅城古镇建设严州文化展示区”。如何进一步将严州文化独特的魅力生动形象地呈现在人们面前,并使其与旅游发展有机结合,激发梅城古镇经济活力,是眼下下一项重大课题。

以“文化高度”提升“价值高度”

文旅融合是助力美丽城镇建设的需要。在拥江发展格局中,梅城坐拥新安江、兰江、富春江“三江汇流”的风光旖旎地段,是拥江发展的重要节点和建设美丽城镇的“潜力股”,应进一步提炼整合严州文化,创新其文化核心及与当地环境、本来文化、时代气息相吻合的文化标识。充分挖掘严州文化的内涵,将历史文化资源与当今时代创新创意相结合,以现代艺术语汇实现对严州文化的多维呈现和活力表达。严州文化建设要与美丽城镇建设有机结合,从而带动旅游等产业的发展,催生美丽经济,使梅城的发展进入一个良性循环。

载体,打造属于梅城的沉浸式体验,完善文化创意产业链条。同时,严州作为“钱塘江唐诗之路”的重要佐证,是“钱塘江唐诗之路”文化带上一颗璀璨的明珠。要将梅城古镇打造成集演艺、康养、餐饮、文创等多元业态为一体的文旅创意综合体,提升梅城的知名度和美誉度。
文创产品是推动经济转型升级的需要。严州有着深厚的历史文化,并且不断地被发掘、丰富、完善。通过本源文化的提炼包装、推陈出新,打造梅城古镇动态文化博物馆,可让游客留下来,感受严州文化的核心价值与丰富内容。同时,依托活动项目,提炼文化核心,开发具有梅城、严州文化特色的文创产品,以“文化高度”提升“价值高度”,能有效带动衍生品销售,实现项目的自我造血,拉动建德乃至杭州文创产业的发展和转型升级。

打造梅城古镇动态文化博物馆的建议

目标定位进一步明确。严州文化如何定位?如何发展?目标怎样?其中一项重要因素是确立形象产品与LOGO。以享誉全球的迪士尼为例,米老鼠与唐老鸭是其最具形象化的文化产品。迪士尼用卡通作品来打造米老鼠与唐老鸭的形象,同样,这种形象化的LOGO也反哺了迪士尼,扩大了其影响力。梅城需要一个能让人们口口相传、熟悉且熟知的形象化文化产品,创建属于梅城特有的形象LOGO,以LOGO为延伸,完善整体视觉包装系统设计(VI),如打造吉祥物、开发周边产品,将一整套系统整合成为一个文化IP,推广梅城,推广严州文化。
展现内容进一步丰富。一是打造三江流域康养体验场所。将梅城优异的

自然环境与其茶文化、康养文化相结合,针对江浙沪一带的城市游客,将梅城打造成三江流域康养体验场所,使他们在周末暂离城市喧嚣,来此“出尘”“住下”“常来”。二是打造常态化文体融合山水课堂。将梅城古镇作为高校的“山水课堂”,即通过文旅融合,打造趣味山水课堂,依托古严州的自然景观、人文景观,对全国高校学生开展户外课堂教学、艺术创作采风、专业实践教学等活动,将教育课程延伸延伸到山水之间,让学生融入自然、感受生活。让梅城古镇成为不仅以严州文化为主题的文化旅游小镇,更是一个充满文化性、趣味性与体验感的休闲度假区。同时,通过山水课堂的开展助推严州文化的宣传与挖掘,让严州文化代代相传,焕发生生不息的时代活力。三是推动夜间文旅经济发展。凭借梅城的地理位置与其高铁“三小时经济圈”的优势让长三角区域游客“玩得尽兴,住得下来”,开发夜游产品,着力打造夜游版梅城古镇,以此拉动建德甚至杭州的夜间文旅经济发展。
体验模式进一步创新。借鉴安徽九华山、贵州丹寨万达小镇等地模式,依托梅城古色古香的建筑,打造“沉浸式演艺”的新型演出方式。通过以演艺为特色的

戏剧演出、以散点式的构成形式,将梅城古镇的各条街区、古建筑进行行为艺术的包装,颠覆传统的艺术空间,以朴实原味的场景、繁复独特的空间分割,让游客有一种目不暇接的感觉,使梅城这座动态文化博物馆彻底“活起来”。借历史之力,借人物之力,借故事之力,传播严州文化,复原严州文化,让严州文化重新回归世人的视线之中。一是五位一体全方位融合。从形式的表达上颠覆传统的戏场空间,观众通过听觉、视觉、触觉、嗅觉、味觉五位一体的互动沉浸式体验演出,结合音乐、舞蹈、戏曲等传统文化艺术营造出翻新奇特又似曾相识的空间,用现代创新创意的形式加以演绎,立体化、全方位、情景式展示梅城的城市文化。通过这样一种跨界融合的艺术表达,给游客带来更多对文旅融合的思考,收获属于自己的情怀和感动。二是无缝对接全天候融合。无论是茶文化、酒文化,还是诗词文化、书画文化、学堂文化、高埠文化,

都是严州文化的缩影,可以作为打造可看、可听、可感知的体验式互动空间的主体内容,打造各时段、各场景无缝对接的展现形式,例如打造“梅城十二时辰”。以特色的人文片段,结合故事演绎,依托梅城古镇原区域富有历史厚重感的建筑为背景,打造独特的体验式业态。让游客在“沉浸式”体验与互动中,了解严州文化的历史文脉与人文风情。如定制四季版本与雨季版本的梅城故事。雨季中,身着蓑衣江中垂钓的渔翁、茶馆中聆雨洽谈的雅士、屋檐下避雨闲聊的百姓,用独特的行为艺术表达带来一场截然不同的沉浸式体验。在四季版本中,可以根据梅城每个季节的特性打造不同主题风格的沉浸式体验,同时以千年古严州的历史文化结合春播、夏耕、秋收、冬祈的传统文化来打造不同的梅城盛景,将整个梅城古镇动态文化博物馆打造成多元化、多维度的平台,使活动更具多样性、趣味性、互动性。