

慈城古镇旅游可持续发展研究

裴思敏, 石张宇

浙江工商大学杭州商学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2022年9月21日; 录用日期: 2022年10月20日; 发布日期: 2022年10月28日

摘要

宁波慈城古镇是中国历史文化名镇和国家4A级景区, 文化底蕴深厚, 历史古迹众多, 资源特色鲜明, 旅游发展初具规模。但近些年的旅游开发愈发偏向商业化, 缺少文化特色, 而慈孝文化作为一种稀缺且不可再生的历史遗产应该在开发中受到重点保护。为促进古镇旅游经济的可持续发展, 需要结合古镇现状适当商业化, 并加强古镇基础建设及服务人才的培养; 深入挖掘古镇文化内涵, 丰富古镇旅游产品及旅游线路种类; 科学定位古镇形象, 细分市场、精准营销; 树立绿色发展理念, 科学编制古镇保护和旅游开发规划, 促进旅游开发与居民生活互动健康发展。

关键词

慈城古镇, 旅游发展, 可持续, 对策

Research on Sustainable Tourism Development of Cicheng Ancient Town

Simin Pei, Zhangyu Shi

Hangzhou College of Commerce, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

Received: Sep. 21st, 2022; accepted: Oct. 20th, 2022; published: Oct. 28th, 2022

Abstract

Cicheng ancient town in Ningbo is a famous historical and cultural town in China and a national 4A scenic spot. It has a profound cultural heritage, numerous historical sites, distinctive resources, and tourism development has begun to take shape. However, in recent years, tourism development has become more commercialized and lacks cultural characteristics. As a scarce and non renewable historical heritage, Filial piety culture should be protected and developed. In order to promote the sustainable development of tourism economy of the ancient town, it is necessary to commercialize it appropriately in combination with the current situation of the ancient town, and

strengthen the infrastructure construction and the training of service talents; Deeply excavate the cultural connotation of ancient town and enrich the types of tourism products and routes of ancient towns; Scientifically position the image of the ancient town, segmenting the market and precise marketing; Establish the concept of green development, scientifically formulate the protection and tourism development plan of ancient towns, and promote the interactive and healthy development of tourism development and residents' lives.

Keywords

Cicheng Ancient Town, Tourism Development, Sustainability, Countermeasure

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

古镇旅游兴起于 20 世纪 80 年代, 近年来, 随着住建部推行全国特色小镇评选, 古镇旅游又迎来了新一波的发展热潮[1]。同时, 随着旅游产品开发的纵深发展和媒体的宣传推介, 古镇的巨大魅力逐渐被人们了解。城市化的扩张和生活节奏的不断加快, 使得人们愈发渴望“感受自然, 回归传统”, 古镇则以其悠悠古韵和淳朴的生活气息, 满足了人们的这一心理需求[2], 以其深厚的文化底蕴、独特的资源禀赋和古朴的环境氛围受到游客青睐[3]。

我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾[4]。人们对于美好生活的追求愈发强烈, 旅游出行作为人们休闲娱乐重点选项, 其优质发展也广受政府和社会的关注。2014 年 3 月《国家新型城镇化规划(2014~2020)》正式公开发布, 明确提出要培育发展文化旅游等特色小城镇、加强文化生态的整体保护、保留城镇的历史文化记忆[5]。党的十九大进一步明确要构建大中小城市和小城镇协调发展的城镇体系格局, 强化历史文化遗产保护利用[6]。

古村落是附着在自然景观基底之上的人类文明活动的结晶, 具有自然景观的属性特征, 又承载了丰富的历史文化[7]。需要警醒的是, 在全球化快速浪潮下, 酒店、餐饮、零售等标准化的接待设施, 正日益侵蚀着古镇的地方性和传统元素。模仿、复制、再造、标准化生产出各种迎合消费者审美需求的类型化产品, 致使古镇的自主性、地方性、民族性丧失[8]。古镇承载了丰富的历史文化, 其旅游开发离不开对历史文化的保护传承与深入挖掘, 如果仅是简单的模仿、复制而不深入挖掘当地的文化特色将无法长久的运营。

2. 慈城古镇旅游发展基础

慈城古镇是浙江省宁波市江北区西北部的一个风景秀丽的旅游小镇。近年来, 慈城古镇先后被授予了“中国历史文化名镇”、“中国首个孝慈文化之乡”、“中国年糕之乡”、“全国文明镇”、“全国特色小镇”、“联合国教科文组织亚太地区文化遗产保护荣誉奖”等多项荣誉。慈城古镇的自然环境资源十分优越, 它三面环山, 一面临江, 山水相依, 风景优美秀丽, 既有古城传承千年的灵秀之美, 又包含了现代都市的开放之意。

慈城古镇旅游产品种类较少, 且形式也相对单一, 主要包含观光旅游产品、体验类产品及文化场馆, 其中人文观光旅游产品主要包括清风园、古县衙、校士馆、孔庙系列观光组合产品, 自然观光旅游产品

包括慈湖、卢家山、光荣山等；体验类旅游产品主要包括研学徒步旅行；文化场馆主要有慈城年糕历史陈列馆、慈城美术馆、慈城慈孝文化展览馆等。旅游发展特色主要集中在：

1) 特色慈城年糕品牌。慈城年糕是浙江地区著名传统小吃，慈城也有着“中国年糕之乡”的美称，其年糕生产历史悠久、选料讲究，以精工制作而著称，口味独特，食用方法百变多样，极具特色。据不完全统计，慈城的年糕企业多达 100 家，每年年糕销售总量超过 15,000 吨，产值超过 1 亿元。

2) 古色古香的民居。慈城古镇是目前江南地区唯一一个保存较为完整的古县城，享有“江南第一古县城”的美誉，在 2006 年慈城古建筑群被列入国务院批准的第六批全国重点文物保护单位。慈城古建筑群内保留唐代的街巷格局及大量的书院、藏书楼、药铺、庙宇、孔庙、县衙等古建筑，其中孔庙的规模宏大，保存也相对完整，占地总面积超过 6700 平方米，建筑面积达 3600 平方米。

3) 慈城慈孝文化。慈城古镇是中国首个慈孝文化之乡，以孝传家，孝子迭出，慈孝文化底蕴深厚。从汉代大儒董仲舒的六世孙董黯与其母的经典慈孝故事传说开始，慈城的山山水水就与“慈孝”结下了剪不断的渊源，从 2007 年起，慈城古镇每年都会开展“慈孝家庭”创建活动，至今全镇已评选出 1000 余户“慈孝家庭”。

4) 名人旅游资源众多。慈城人文荟萃、人才辈出，历史上曾出过五位状元、进士五百余人，素有“鼎甲相望、进士辈出、举人比肩、秀才盈城”之誉。近现代则涌现出周信芳、秦润卿、谈家桢、冯骥才等一大批名人名家。

3. 慈城古镇保护与开发现存的问题

3.1. 商业化程度过高

自慈城古镇开发旅游业以来，慈城一直将开发侧重于商业化发展，全镇的旅游规划达到 85 万平方米，占全镇面积 82.8%，总体规划风格偏向商业化。而在近几年的开发建设中，慈城古镇建设了一块总用地面积约 2.21 万平方米，总建面达到 2.98 万平方米的完全商业性质的步行街。因此，游客在慈城古镇的游玩主要围绕购物展开，对于当地文化等非物质层面的旅游项目体验偏少。

3.2. 游客游玩体验感低

慈城古镇虽然拥有得天独厚的自然旅游资源以及内涵丰富的人文旅游资源，但从大众点评、携程、百度等平台上的游客游玩评论来看，慈城古镇的旅游建设有很大提升空间，不少游客提出古镇内工作人员服务态度差、停车位距景点远、游玩路线混乱、收费不合理、旅游产品种类单一等景区缺点，这些问题也导致游客在慈城古镇游玩的体验感处于较低水平。

3.3. 文化内涵体现不充分

慈城古镇是著名的慈孝之乡，慈孝文化也是慈城古镇文化体系中最具代表性的特色文化，然而在慈城古镇的旅游开发建设中，对文化旅游的建设较为浅薄，除了建有慈城历史文化展览馆之外，少有深入的文化体现。尤其对主打的慈孝文化缺少深入的挖掘体现，多数停留在基础的墙绘、宣传栏及导游介绍层面，展示内容枯燥无趣，而有创新的慈孝大讲堂的讲述内容重复且形式单一。在携程、去哪儿等平台上搜索慈城古镇时，仅有少数古镇线路旅游产品，缺少以慈孝文化为主题的特色旅游体验产品，慈孝文化的展示不充分不深入，也导致游客对古镇文化氛围感受浅，因古镇慈孝之名而来的游客感到失望。

3.4. 旅游产品单一，特点不鲜明

通过在携程、去哪儿、淘宝、百度等平台搜索慈城古镇旅游产品数量稀少，产品类型主要是包含慈

城古镇的宁波区域观光旅游产品、慈城古镇四点游览观光旅游产品、慈城古镇户外徒步游学产品, 产品形式简单, 种类相对单一, 以常见的旅游观光产品为主, 缺少成系统的度假旅游产品、专项旅游产品及生态旅游产品。古镇旅游产品结构简单、形式基础, 市面上的旅游产品 90%以古镇为线路的一个站点, 只有 10%以古镇为主体, 难以突出古镇的文化、美食等特色, 这也导致慈城古镇的旅游产品简单易复制、特点不鲜明, 对游客的吸引力低, 游客体验差。

3.5. 古镇知名度低, 宣传力度小

查询慈城古镇、西塘古镇、周庄、乌镇 2011 年至 2022 年的百度指数数据可得, 古镇的搜索指数整体日均值: 慈城古镇为 276, 西塘古镇为 667, 周庄为 1344, 乌镇为 1716; 古镇的资讯指数日均值: 慈城古镇为 879, 西塘古镇为 15,685, 周庄为 16,863, 乌镇为 50,274。分析数据可知慈城古镇相较于同类型的乌镇、周庄、西塘等知名古镇景点而言, 其搜索指数处于较低水平, 为乌镇的 16%, 知名度处于较低的水平。其次, 慈城古镇的资讯指数是乌镇的 1.7%, 可以得出慈城古镇的旅游宣传力度处于较低水平, 同时较小的宣传也使得慈城古镇的知名度难以提升。

3.6. 古镇游客重游率低

2021 年慈城古县城累计接待游客 336.7 万人次, 接待游客 110 万人, 游客重游率约为 3%, 处于较低水平。慈城古镇作为历史悠久的传统古镇, 其知名度较低, 主要游客来源是宁波当地及周边城市的城市游客, 其次是外地前来宁波旅游的观光旅游团。宁波本地人及周边城市游客对于古镇熟悉度高, 且古镇内旅游产品创新少对游客吸引力小, 因此周边更愿意去新鲜的旅游目的地游玩, 而外地观光旅游团属于走马观花式旅游, 对于游览过的地方不会重游。

3.7. 商业化开发与慈城文化资源保护间的矛盾

在古镇旅游开发过程中, 古镇政府对于旅游资源的管理保护、旅游资源的合理开发建设等方面存在着欠缺, 古镇居民也对古镇的旅游开发问题讨论良多, 作为古镇居民的发言代表人, 不少镇人大代表对古镇的旅游建设提出建议, 例如在镇十六届人大十一次会议上代表们提交了《关于古镇景区管理的建议》《关于提升古城形象、深挖历史文化根脉的建议》《关于加大古镇文保点维修力度的建议》《关于增加慈城旅游路牌标识的建议》等政策建议, 不难发现, 现今古镇的文化与保护间仍然存在着难以调节的矛盾, 古镇在追求旅游及商业化全面发展时容易疏忽对慈城文化资源的保护及管理。

4. 慈城古镇旅游可持续发展对策

4.1. 古镇商业化发展要适度

在短期内, 较高的商业化发展能够给古镇带来可观的经济收入; 然而从古镇旅游的长期发展角度来看, 高度商业化会降低游客游玩体验感, 减少游客到访量, 因此古镇需要进行合理的商业化规划。同时, 古镇应当适度发展商业化, 依据古镇现状对入驻的商家有所挑选, 使商业店铺融入古镇, 并最终成为古镇旅游的一部分。其次, 不宜大面积建设商业步行街, 防止因商铺密集化而导致古镇现代化气息浓厚, 缺失“古”味。总的来说, 依靠简单的商业模式来吸引游客并非长久的旅游发展之道, 古镇未来商业发展需要与文化融合, 并创立古镇特色文创品牌设计古镇文创产品, 推动商铺创新发展, 在提高古镇商业发展的同时推广古镇文化, 提升古镇内在吸引力。

4.2. 提升古镇设施与人员服务质量

慈城古镇拥有得天独厚的自然及人文旅游资源, 古镇的基础设施建设逐渐趋于完善化, 但整合古镇

相关的网络评论可知慈城古镇在路标提示、公共厕所分布、停车位布局等方面仍有提升空间,对此,古镇管理方需要制作电子及纸质版旅游线路地图,并合理均匀分布公共厕所位置,适当增加停车位。古镇的工作人员同样需要提高旅游接待方面的专业能力,因此古镇在开发建设的过程中需要加强对工作人员的培养教学,引入高质量的服务人才,并建立相应的奖惩机制,鼓励工作人员的素质提升。

4.3. 深入挖掘古镇文化内涵,突出古镇文化属性

古镇文化深厚,历史悠久,因此更需要注重对慈城古镇的文化体系整理补充及保护。在文化发展方面,首先要深挖古镇慈孝、美食等具有代表性的慈城文化,提炼精华部分设计具有创新意义的古镇旅游产品。其次,可以将慈城文化投入文创产品中,创立慈城特色文创品牌,注重慈城文化产品延伸,用文化包装古镇,发挥古镇的文化魅力。

4.4. 丰富古镇旅游产品类型

对古镇的旅游资源进行分类并设计多种类型的旅游产品:将古镇的清风园、古县衙等景点合理规划设计相应的观光旅游产品;配合古镇特色山水引入山地项目、水上项目设计合理的体验旅游产品;引入高端知名酒店品牌打造度假旅游产品;丰富文化产品种类打造专项旅游产品;依托古镇文化底蕴规划特色研学产品。将古镇的旅游形式从浅层次的休闲观光旅游提升为深层次的体验旅游以优化慈城旅游市场产品结构。

4.5. 科学定位古镇形象,细分市场、精准营销

紧扣古镇旅游特色,准确定位慈城古镇的旅游目的地形象。旅游开发中旅游目的地的形象定位十分重要,既要凸显资源特色起到“广而告之”的宣传效应,又要避免“虚假捏造”、“华而不实”或“多多益善”导致定位不准确[9]。慈城古镇发展至今仍缺乏清晰统一的旅游定位。实际上,作为江南老牌古镇,慈城历史文化氛围浓厚,建筑古色古香,旅游发展依托“慈孝文化、美食文化”和历史古迹,将二者充分结合可以打造以“品慈城文化,访古镇遗迹——魅力慈城。”为主题的古镇旅游目的地形象。

同时,市场营销对古镇旅游的发展具有重要意义。除了确定清晰统一的旅游目的地形象外,要注意古镇的旅游市场细分,明确古镇旅游的目标客户群体,对细分市场展开调研,充分了解游客群体的旅游需求,才能进行精准的市场营销。在营销方法的选择上,可以借鉴与慈城古镇旅游定位相似的成功营销案例,积极展开事件营销、情感营销、IP营销等营销手段在古镇内举办各类活动及节庆项目,并通过线下媒体及网络媒体进行报道传播,扩大古镇知名度。

4.6. 规划古镇旅游线路,提高旅游线路多样性

慈城古镇旅游景点数量繁多,但欠缺规划合理的旅游线路。因此为了提高游客在古镇游玩的体验感,需将古镇的景点进行分类整理,依据不同旅游主题科学整合并设计出不同的旅游线路,丰富古镇旅游线路,追求不同线路不同体验感,带给游客旅游新鲜感。同时要抓好解放河历史街区、迎春街和民权路等景点补缺工程,完成主游线两侧风貌和业态完善,提高游客慈城旅游线路的游玩体验感。

4.7. 科学编制古镇保护和旅游开发规划

站在与时俱进的角度,从古镇的市场地位、形象定位、产品差异化、特色文化、游客体验、多元化盈利、人才配置、活动策划等方面做好古镇保护和旅游开发的顶层设计,实现古镇旅游的可持续发展[10]。慈城古镇的居民是古镇不可割舍的一部分,是古镇文化的载体,也是古镇风景的重要组成部分。因此在大力发展慈城古镇旅游经济的同时要注意旅游给当地居民生活带来的影响,减少旅游发展给居民带来的

不便, 同时带动居民经营地方特色项目, 鼓励居民参与古镇旅游发展, 并培养古镇居民的东道主意识, 提升他们的旅游知识储备、服务技能和接待能力, 彰显古镇生活的人情之美[3]。

4.8. 树立绿色发展理念

为促进慈城古镇的旅游经济可持续发展, 树立绿色发展理念是必不可少的一步。首先要将古镇周边的田园景观进行整合保护, 打造古镇绿色景观, 其次要以保护环境和生态平衡为前提对古镇进行旅游开发, 注意绿色开发原则, 将慈城杨梅、慈城“雪舟牌”白茶、慈城云湖竹笋等绿色产品融入旅游产品中。最后要注意增强古镇居民的资源保护意识和绿色环保意识, 在为游客提供绿色愉悦的旅游场所的同时也为当地居民提供舒心便捷的生活场所。

古镇的旅游与开发需要尊重自然, 遵循以人为本、绿色可持续发展的原则, 妥善保护古镇内的自然资源和人文资源。依据乡村振兴的总要求, 融合古镇的特有资源, 打造具有辨识度的高质量古镇旅游品牌形象, 助力乡村振兴, 推动古镇旅游经济可持续发展。

参考文献

- [1] 王镇宁, 骆培聪. 基于因子分析的嵩口古镇游客动机实证研究[J]. 福建师范大学学报(自然科学版), 2019, 35(3): 109-116.
- [2] 张冬婷, 邱扶东. 国内外古镇旅游研究综述[J]. 旅游学刊, 2011, 26(3): 86-92.
- [3] 胡家镜, 万秋, 吕兴洋, 张垵欧. 古镇慢旅游特质要素识别与分析——基于游客体验的视角[J]. 资源科学, 2019, 41(3): 467-474.
- [4] 中国日报网. 新知新觉: 全面把握人民日益增长的美好生活需要[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1596332852456137605&wfr=spider&for=pc>, 2018-03-30.
- [5] 中国政府网. 国家新型城镇化规划(2014-2020 年) [EB/OL]. http://www.gov.cn/gongbao/content/2014/content_2644805.htm, 2014-03-16.
- [6] 刘天翌, 刘沛林, 王良健. 新型城镇化背景下的古村镇保护与旅游发展路径选择——以萱洲古镇为例[J]. 地理研究, 2019(1): 133-145.
- [7] 胡最, 邓运员, 刘沛林, 等. 传统聚落文化景观基因的符号机制[J]. 地理学报, 2020(4): 789-803.
- [8] 章锦河. 城市记忆与杭州旅游国际化. 跨越: 杭州旅游国际化的探索与实践[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2013: 287-290.
- [9] 刘琼英, 汪东亮. 古镇保护与旅游开发策略探讨——以五通桥“小西湖”古镇为例[J]. 特区经济, 2010(1): 159-161.
- [10] 徐国红. 寄情古镇之悠 助推乡村振兴——关于遵义市古镇保护和旅游开发的思考[J]. 遵义师范学院学报, 2021, 23(5): 21-22+27.