

中國

古城古镇古村 旅游发展研究

ZHONGGUO GUCHENG GUZHEN GUCUN LUYOU FAZHAN YANJIU

—— 魏小安 著



中国旅游出版社

作者简介

魏小安，男，1952年4月生，1969年2月参加工作。

曾在北京市旅游局、中国社科院财贸所工作。1988年到国家旅游局工作，历任政研处长、政策法规司副司长、旅行社饭店管理司司长、政策法规司司长、规划发展与财务司司长；2003年8月任中国社会科学院旅游研究中心研究员；2005年任中央民族大学博士生导师；现任中国旅游研究院学术委员会主任。

20年来，作者参与中国旅游业发展的各项重大决策，起草国务院关于旅游发展的各项重要文件，参与各项旅游法规的制定。1988~1993年，历年全国旅游工作会议主报告及国家旅游局其他主要文件主要起草人之一。1993年后，制定旅游行业管理的主要文件和各项标准。组织实施了旅游标准化、饭店星级评定、旅行社质量保证金、旅游质量监督管理所、中国优秀旅游城市、旅游区（点）质量等级评定等重要工作。

多年从事旅游研究与实际工作，主编及专著40种，1000多万字。主要有《旅游发展与管理》、《中国旅游业新世纪发展大趋势》、《目击中国旅游》、《旅游热点问题实说》《旅游目的地发展实证研究》、《旅游强国之路》、《世界旅游宣言》、《中国休闲经济》、《主题酒店》、《创造新的文化遗产》等。

主要兼职：北京旅游学会副会长，中国科学院地理所研究员，上海社会科学院旅游研究中心教授，北京大学城市与环境科学系教授，北京师范大学地理系教授，中山大学旅游规划研究中心教授，北京第二外国语学院旅游经贸学院研究生导师。中国古城古镇古村旅游联盟主席，中国旅游论坛首席专家。另任法国国家旅游局顾问、海南省政府顾问等。

前言：心怀天下的湖南人

有一个湖南人，名叫刘低炉，原本在怀化做个不大不小的官，工作很出色，在国内旅游策划方面也有一定的知名度。去年他跑来北京找我商量，要举办中国旅游论坛。事情是好事情，但是能否办成，以我多年在旅游行业浸润的经验，我表示怀疑。再进一步想，放着地方官不做，非要做这样有风险又有难度的事情，为什么？接触了几次，方才明白，第一是对旅游发展的关注和喜爱；第二就是湖南人的本性——心怀天下。之后，这件事一步一步地推进，2007年11月11日，“首届中国旅游论坛”在北京人民大会堂如期举行。300多人济济一堂，纵论天下，会议开得非常成功，不仅有几位国家领导人出席，还有中央有关部门的负责同志也参加了会议。当天下午，在北京京西宾馆召开了中国古城古镇古村（以下简称“三古”）联盟会议，就此在我国旅游业发展中开创了一个新局面。

我的籍贯是湖南衡阳，虽然没有在家乡生活过，但交了很多湖南朋友。在北京也有不少湖南人，时间长了，我发现他们都有一个共同的特点：关心大事，想做大事，而且认准之后，便勤勤恳恳地工作，创意迭出，活动不断，往往能够做出一番景象。从当年毛主席他老人家年轻的时候开始，就是“身无分文，心怀天下”，到现在湖南人火暴干事，其中有一个一脉相承的东西，那就是“霸蛮”。“霸蛮”二字何解？北京人认为是“一根筋”，固执的意思；天津人认为是“二百五”，傻的意思；上海人认为是“十三点”，不靠谱的意思，这些说法都近似实意。进一步深究，“霸蛮”体现的是一种精神，是不达目的不罢休，勇于做事，勇于担当，勇于前进。

描述湖南人，还有三句话。一是“楚虽三户，亡秦必楚”。语出《史记》，此语集中反映了湖南人的风骨。二是“唯楚有才，于斯为盛”。这副对联至今仍镌刻在岳麓书院门前，突出反映了湖南人的才气和傲气。三是说衡山，衡山是五岳之一，关于五岳，前人曾有描述：泰山如坐，嵩山如卧，华山如立，北恒如行，独有南衡而如飞。一个“独”字，一个“飞”字，集中反映了以南岳为代表的湖南风光。此语是魏源所言，而魏源老先生又是近代中国“睁开眼睛看世界”的第一人，体现了湖南人的风采。

在中国近代历史中，湖南人曾经做出了不可磨灭的贡献；在中国现代化发展过



程中，湖南人仍然需要再创辉煌。风骨、风格、风光是湖南人再创辉煌的三个要素，更是旅游发展的三个条件。潇湘山水，西至凤凰古城，东至炎帝古陵，北至岳阳古楼，中至南岳古山，南至怀化古商城，处处可游可驻。潇湘人物，古往今来，王船山、曾国藩，至近代开国领袖，个个可圈可点。但是，要把各类资源在新的平台上加以整合，使之不仅有说头，而且有看头，还要有玩头，则非动大手笔不可。要使一个旅游产品可进入、可停留、可欣赏、可享受、可回味，更需要在总体规划及每一个细节上下工夫。

近年来，作为旅游发展的亮点，我去了不少“三古”之地，发表了一些看法。有些是即兴而言，有些花了工夫。第二届“三古”论坛临近，把这些文字编撰在一起，分为三篇。第一篇是全面探索，针对“三古”发展中遇到普遍问题谈看法，包括模式分析、遗产保护、博物馆建设、老字号发展、手工业推进等问题。第二篇是古城新貌，原本不想用这个词，“古城”应当对应“古貌”才对，但是在工业化和城市化发展过程中，古城古貌只能是遥远的回忆，但是如何更多地体现古貌，把握好“古”与“新”的关系，已经成为这些城市的管理者的挑战。第三篇是古村古镇，不仅涉及这些地方发展，也包括一些具体项目的认识，更希望读者能够举一反三，引发更深层的思考。

魏小安

2008年9月6日

目 录

前言：心怀天下的湖南人	1
-------------------	---

第一篇 全面探索

“三古”发展与“三古”联盟	2
一、“三古”发展	2
二、“三古”联盟	4
中外古城发展比较研究	6
导 言	6
第一部分 国外古城保护与利用	7
一、古城保护与利用方面的国际准则	7
二、古城保护与发展的基本模式	9
三、古城保护与利用的重要理念	11
四、古城环境改善与活力恢复	13
五、意大利历史文化名城的保护经验	15
六、英国的古城保护与利用实例	16
第二部分 国内古城保护与利用	17
一、古城保护和利用的国内参照系概况	17
二、“丽江模式”：打造文化遗产保护示范	18
三、凤凰古城：体制改革与概念营销	20
四、四川阆中：法治、民意与风水文章	21
五、“绍兴模式”：整体保护与市场融资	22
第三部分 平遥古城保护与利用的基本思路	24
一、发展古城的平遥：战略定位旅游经济	24



二、壮大旅游的平遥：延伸移动的综合消费	25
三、改善环境的平遥：社会、人居与生态	27
四、释放历史的平遥：让居民分享利益	28
五、体验真实的平遥：提高旅游者的消费技术	30
六、推广市场的平遥：打造震撼力的概念	32
七、虚拟数字的平遥：借助高科技保护利用	33
中国古镇投资分析	35
导言：关于古镇	35
一、资源	35
二、短缺	36
三、价值	37
四、利用	38
五、保护	41
六、发展	42
发展旅游和遗产保护是否可以实现“双赢”	
——关于中国世界遗产资源保护、开发与旅游业发展相互关系的分析	46
一、背景	46
二、中国世界遗产资源开发、管理及其旅游发展相互关系中的现实问题	50
三、中国世界遗产地旅游业发展今后的走势与发展过程中有关问题的 解决方案	54
四、五化：解开争论症结的一种思路	61
五、结论	64
整旧如旧与废墟文化	66

第二篇 古城发展

新杭州 大旅游	70
一、为什么要做这个规划	70
二、规划中的亮点	72
三、三个“一体化”	73
四、对有些具体问题还需进一步研究	75



中国名城 园林苏州	77
一、关于战略发展目标	79
二、旅游城市和城市旅游	80
三、旅游的依托和拉动	80
四、区域分工与合作	81
五、目的地和客源地	82
六、苏州旅游的形象	82
销金锅：扬州旅游的高端发展	83
一、现状与特点	83
二、定位与机遇	84
三、发展模式	86
转变观念 做大做强	
——泉州旅游发展的主要思路	89
引言：泉州旅游的困惑	89
一、对泉州旅游发展现状的评价	89
二、发展的定位与目标	92
三、主要的发展思路	96
四、几个主要问题	105
五、重点项目	106
赣州旅游 文化至上	109
提升瓷都文化 发展名镇旅游	
——对景德镇旅游业发展的几点看法	112
一、对景德镇旅游的总体评价	112
二、构建景德镇历史文化名城的几个问题	113
三、关于区域整合问题	116
四、关于千年庆典	117
阆苑仙境 风水宝地	
——四川阆中旅游发展	121
一、总体印象	121



二、阆中旅游发展的总体模式问题	123
三、十条建议	128
四、大抓手	136
古邯郸 新产业 新发展	139
一、邯郸旅游的总体定位	139
二、新产业	142
三、大发展	148
丽江古城与玉龙雪山	166
第一部分 丽江旅游的发展现状	166
一、从发展的过程来看：起步晚，速度快，规模大	167
二、从现状来看：资源丰富，特点突出，遗产拉动	167
三、从定位来看：全国热点，省内拳头，当地支柱	168
四、从差距来看：单一观光，城市分离	168
第二部分 发展模式的转换	172
一、东中西三个地区的条件差异及其旅游业发展所对应的发展模式	172
二、战略选择：后工业化标准，一步到位	174
三、产品结构调整	175
四、产业结构优化	176
第三部分 玉龙雪山旅游度假区	179
一、丽江旅游产品结构调整的重点	179
二、滚动式发展与跳跃式发展	180
三、保留差异、建立差异、强化差异	180
四、度假旅游的特点	181
五、三个结合	182
六、依托资源，依托球场；面向全国，深度开发	183
七、联动格局	186
八、茶马古道	188
腾飞的凤凰城	190
一、对现状的评价和分析	190
二、湘西旅游的发展思路	193



三、依托两地,突出特色	196
四、需要做好的两项工作	196
五、抓好具体项目	197
六、吉首	203
枣庄旅游发展	206
一、资源丰富	206
二、文化独特	207
三、一点建议	207

第三篇 古镇古村

“南宋皇城科学复原”项目可行性专家论证	210
一、关于项目定位	210
二、困难	210
三、优势	210
四、思路	210
五、操作	211
淄博一周村一旱码头	212
一、城市发展	212
二、淄博旅游的发展	219
三、重点工作	222
洪洞大槐树	233
儒学大成	237
一、总体定位	237
二、市场定位	241
三、布局和功能	243
四、主题体现	246
五、保护	248
六、两个参照系	250



北京宛平军事文化产业聚集区	251
北京南锣鼓巷	255
一、基本问题	255
二、发展前景	256
三、核心理念	256
四、模式创新	257
五、几个节点	259
名人故里，时尚先锋	260
一、名人之名	260
二、故里之故	262
三、过去现在未来	263
四、你、我、他	264
登封不能故步自封	266
广东和顺古镇度假区	268
宁波慈城旅游发展提升方案	274
一、慈城旅游发展的背景	274
二、慈城旅游发展中的问题	275
三、慈城旅游开发的战略要点	276
四、慈城旅游开发的理念	281
人类迁移的历史见证	
——屯堡文化	282
一、屯堡文化的开发模式	282
二、屯堡文化的保留	283
三、运作方式	283
四、项目的组织	284
五、树立屯堡文化的品牌	284
酿造文化之乡	
——山西省清徐县旅游发展	286



上帝之手折此城

——关于宋代古城重庆合川钓鱼城的旅游开发	291
一、合川旅游资源的定位和评价	292
二、开发项目分析	292
三、分类操作	294

“海上”明月照松江	296
-----------------	-----

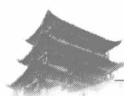
太极圣地陈家沟	301
一、规划与现状	301
二、对规划的整体评价	302
三、几点建议	303
四、对太极文化的理解	305

桐乡旅游与石门镇开发	308
一、古村古镇的发展模式	308
二、拉动效应	309
三、对桐乡旅游的总体评价	310
四、关于石门镇的开发	310
五、关于工作安排	313

屯溪老街历史景观的保护与旅游开发	315
一、一个现状	315
二、两个参照	316
三、三个问题	317
四、处理好三个方面的关系	317
五、注重三个功能	319
六、时空阶段研究	319
七、协调五个主体	319

一部近代史 泰半在南浔	322
一、两个模式和三个方式	322
二、建设主题城镇	325

黟县乡村旅游发展	327
一、三个优势	327



二、五个亮点	328
三、三点建议	329
四、四个问题	330
 悠远古城	
——贵州镇远旅游	334
 展示徽州文化大观 促进歙县旅游发展	338
 洪江古商城 怀化新发展	343
导言：大码头	343
一、怀化在中国旅游区域板块的地位	344
二、怀化的旅游资源	344
三、怀化旅游的比较分析	345
四、怀化旅游反思	346
五、怀化旅游发展探讨	349
结束语：商业湘军	354

第一篇

全面探索



“三古”发展与“三古”联盟*

刚才看了一下名单，这名单里的古城、古镇、古村我差不多都去过，没去过的只有洪江、商丘和平江，但是我去过的“三古”远比名单中的数量要多，所以组建“三古”联盟是一件好事情。这些年我有一种感觉——单打独斗不行，单船出海不如编队下洋，这也是市场对我们的要求。今天酝酿这个事情，谋求的一个共同点就是发展。一切从发展出发，在此，我主要谈两个问题。一是从大的思路谈谈“三古”如何发展；二是“三古”联盟的问题。

一、“三古”发展

这些年来，“三古”的兴起形成了一个根本性的转变：从“看不起自己”的文化转变为“看得起自己”的文化。这种改变主要是出于市场的变化。当然，这里有觉悟提高的因素，但是我认为觉悟的提高不是最重要的，最重要的是我们的古城、古镇、古村值钱了，因为值钱了大家就看重了；因为看重了，大家不但看重这“三古”，甚至连一幢古建筑、古家具、古代传统的建筑构件也都在市场上连连升值。比如说我到平遥去，平遥的县委书记就跟我讲，我们平遥县从新中国成立以来，历届的县委县政府都有一个想法，就是把这个古城拆掉，因为我们要建设社会主义，要形成新貌，但是因为平遥太穷，历届政府都拆不起，一直到改革开放以后旅游热的新起，才发现多亏拆不起，我们才保留下了这里的“古色”。所以有时候贫穷也有它的好处——穷得连破坏的力量都没有，因为穷留下了一片古山水，留下了古文化。现在的这些“三古”差不多都存在类似的情况。当然有些地方认识得比较早，发展得比较早，所以保护得也就比较好一些；有些地方虽然认识得比较早，但是需要一个摸索过程，所以有时候保护得并不很理想；也有些地方后来者居上，吸取了前人的教训。各种情况都有，我的看法是，“三古”会成为下一步旅游发展的一大品牌。所以通过这一大品牌的拉动，会产生一系列好的经济效益、社会效益、文化效益、环境效益。“三古”旅游发展的模式，大体上可以归纳为六句话：

* 本文是2007年11月11日在中国“三古”联盟成立会上的讲话。



第一句话是市场导向。一切要从市场出发。现在有些专家提出“一切为了保护”，我不太赞成。这叫保护的原教旨主义，保护的原教旨主义一般都会走向偏激。如果一切为了保护，就意味着对当地老百姓的生活质量提高形成阻碍，在一定程度上违背了社会经济发展的目的。所以，保护第一，但是保护不是唯一。现在来看，真正应该放在前边的还是市场。我们要研究市场需要什么，因为“三古”都是资源导向。但是资源导向型的开发思路绝不能转向成为市场导向型的经营思路，所以首先要明确市场导向，明确市场到底需要什么，我们需要做什么。

第二句话是模式到位。模式到位是形成什么样的开发模式，形成什么样的经营模式，最终是形成什么样的商业模式。简单一句话，就是你做的事情谁来埋单。如果不把谁埋单的问题想明白，最后很可能是你自己埋单。我给本次会议提交了一篇文章，叫《中国古镇发展的投资分析》，专门分析“埋单”的问题。

第三句话是空间配置。“三古”范围有大有小，讲到范围就涉及空间配置，这也可以说是一个比较核心的问题。对于空间配置，我们习惯的是按“三古”的原貌进行开发、建设，这是从保护出发，但并不能将这一理论绝对化。如果我们的空间配置方式不符合客人的消费习惯，不符合市场的要求，最后很可能影响到经济效益。所以在空间配置方面需要我们认真分析研究。

第四句话是项目落地。如果说我们认为“三古”旅游的开发就是把房子简单的整修整修，然后就开始“开门营业”，恐怕不行。这里边也需要增加一些新的项目，尤其是增加保护性项目和经营性项目。因为原来的地方主要用于当地老百姓自己的生活，现在要把自己生活的基地转化成自己经营的基地，同时又要保护原有的一些生活形态，这样的转变有一定的难度。解决这一问题可以通过增加些项目来完成。可是项目又不能胡干乱干，胡干乱干就把“古”的机理破坏了。原貌破坏了，也就意味着动了“三古”发展的根基，因此项目开发需要在专家的指导下进行。

第五句话是产业延伸。一般来说，目前“三古”的开发基本上还是单一模式。所谓单一模式是指单一主题、单一市场、单一门票、单一经营。这种单一方式在一定意义上把我们的资源浪费了，把我们可以发展的余地压缩了。这种模式需要扩充，这种扩充更重要的一个是产业的延伸，即借助“三古”的资源，进一步挖掘农副土特产品的资源，甚至挖掘一些相应的工业化资源，进而把这些资源和老百姓的积极性结合到一起，培育出一些新的产业来。达到这么一个格局，就会形成一个真正有效的保护机制，这样的机制在旅游领域是完全可以形成的。

第六句话是保护落实。比如保护古村的较好方式：新老分离。古村的保护很多是在村外建个新村，让相当一部分村民搬出去。相当于白天到外面来上班，晚上回去住，这样生活水平也提高了，风貌也保住了。但是这里又产生了一个新问题：如果大家都职业化了，古村最重要的是生活形态却没有了。没有生活形态，古村也就



不“古”了。所以这里边就确有一个如何把握度的问题。有一部分人仍然在这儿生活，能够更充分地体现我们这种传统生活里边的风貌。同时又要强化保护，所以需要两个方面都做。否则的话，老百姓有点钱了，想提高生活质量，装个空调你不让装；改造一下上下水，也不让改造，那现在挣这点钱有什么意义。现在就确实存在这些问题。所以这是一个综合性的系统工程，这个系统工程需要我们大家共同来研究，共同来推动。

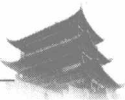
二、“三古”联盟

就一般情况来说，我觉得“三古”的发展大体上是上面说到的六句话。但是这六句话里还少了一条，这一条一般来说靠我们单打独斗很难做，就是品牌。现在已经形成了一批古城、古镇、古村的品牌，但是我就问一个问题，这个发展到什么时候是个头呢？比如我到浙江去，有人跟我说，我们浙江古镇、古村上百个，成形有50多个。我说这50多个都要开发吗，能不能真正保留一批原生态的东西呢？他们不能肯定，因为市场的需求和推动力很强。再比如说山西的大院，现在出名的有乔家大院、王家大院等。应该说，一些大院的品种已经初步形成。但也存在同样的问题，像这样的大院山西有50多个，它们都是博物馆的模式吗，能不能换点别的模式？但是由于乔家大院一起来，大家就认为大院的挣钱方式只有一个——博物馆模式。如果大家都做博物馆模式，我相信没有一个人会把这50多个大院看一遍。所以这就意味着既要有好的资源，也要有一个比较好的市场分工体系，而这就涉及形成联盟的必要性。因此这个联盟大体上要做三个方面的工作。

第一，扩大范围。我看了看，现在这个名单的范围还比较小。当然作为种子，作为骨干，作为起步，这都是比较好的。因为大体上有点名气的都被罗列进来了，但为了扩大影响，增加工作力度，还需要继续扩大范围。

第二，建立相应的资质和标准。文化异质性的东西不需要标准，只要把特色突出出来就可以；可是在经营方面现在需要一些标准化的服务，尤其是结合“三古”的特点，要思考这些服务应该建立在一个什么样的基础上。

第三，适度的分工，创新模式。现在不光山西的大院，全国的“三古”基本上都是博物馆模式。这个模式是唯一的模式吗？我不这么看。因为博物馆模式是比较现成的一个模式，这种模式相对来说门槛比较低，进入比较容易。创新模式不太容易，但是如果没有不同的模式，不能形成五彩缤纷的产品，这条路会越走越窄。尤其是一些后起的地方，更需要研究模式的创新，进一步深化内容。比如洪江古商城，北有平遥，南有洪江，这话说的不错。但是平遥那个模式就是适合洪江的模式吗？我不这么认为。平遥的模式已经确定了，要想再突破有难处。可是洪江完全没有必要按照这个模式发展，应该开创适应其发展的新模式，反之亦然。所以这样的问题



都需要研究，最终的目的是树立品牌。

这种联盟本质上是市场性的联盟，其核心就是市场。现在，市场性的联盟在国内已经存在，在不断发展的同时，它需要树立一个共同的品牌，而且在这有了这样一个市场概念，就会更大程度地激发消费者的积极性。这种激发甚至会专门产生出一批特殊的消费者，他们会迷恋于中国古城、古镇、古村，甚至走遍于此。这些年我有一个感觉，“三古”的发展的确需要形成适度分工，需要强化品牌。比如说浙江的三大古镇，我的评价是：悠远乌镇，生活西塘，财富南浔。有了特点，对大家的品牌都是有利的。本来这三个古镇距离就不远，很容易形成近距离的竞争，可是特色出来了，就不是竞争，而是近距离的互补，是构成了一个产品体系。因此，我们大家共同来构建一个“三古”品牌，共同来深化内容，通过一系列市场运作，使这样的产品系列在未来建设旅游强国的过程中能够发挥出更大的作用。