

“六古”旅游同里汇

ESSAYS
on Tourism Forum
in Tongli Town

论文集

屠福其 魏小安
主编

“六古”旅游同里汇

ESSAYS

on Tourism Forum
in Tongli Town

论文集



屠福其 魏小安
主 编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

“六古旅游”同里汇论文集 / 魏小安, 屠福其主编.

北京: 中国经济出版社, 2014. 11

ISBN 978 - 7 - 5136 - 3528 - 8

I. ①六… II. ①魏… ②屠… III. ①乡镇—地方旅游业—旅游
业发展—苏州市—文集 IV. ①F592.753.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 253091 号

责任编辑 郭国玺

责任审读 霍宏涛

责任印制 马小宾

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京艾普海德印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 16.75

字 数 232 千字

版 次 2014 年 11 月第 1 版

印 次 2014 年 11 月第 1 次

定 价 48.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010-88386794

编委名单

主 编：魏小安 屠福其

副主编：左一响 崔夏萍 吕 宁

编 委：陈建忠 刘 宁 母大明 李宏正

诺木汗 张凌云 付 磊 张祖群

金 准 曾博伟 刘 婕 冯 凌

姜 波 莫克力 周小芳

目 CONTENTS 录

第一部分 论坛发言

- 多元利用“六古”资源，推进旅游深化发展 3
- 江苏“六古”旅游资源开发模式研究 28
- 传承 创新 发展 43
- 泰州水城慢生活 51
- 文旅融合，三古为魂 55
- 平遥古城“一得客栈”案例分析 59
- 慢游吴江，快乐无疆 63
- “三古”发展与“三古”联盟 75

第二部分 会议论文

- 诗眼看古关 83
- 冲突与妥协：古村落旅游相关利益方博弈的经济分
析——兼论云南元阳梯田旅游的发展困境 115
- 中国古镇投资分析 127

▶ 我国古城镇旅游的文献计量分析	142
▶ 历史街区的“生命体”——南锣鼓巷和北锣鼓巷的对比视野	157
▶ 古村落旅游与利益相关者格局——制度的视角	171
▶ 旅游古镇的保护与发展	186
▶ 论北京古城胡同旅游的文化特质	201
▶ 论黄山黎阳 IN 巷的历史与发展	217
▶ 中国古城旅游发展刍议	224
▶ 古窑“72 变”——设计的力量	235
▶ 白帝城——创造未来文化遗产	246
参考文献	257

第一部分

论坛发言

多元利用“六古”资源,推进旅游深化发展^①

魏小安

这次到吴江,我感到自己还是有点儿孤陋寡闻,第一,是没想到现在还有这么多的好东西,尤其是在江苏,吴江算是一个代表。第二,是没想到这么多年形成了这么多的好做法,所以“六古旅游”这



个题目我觉得出对了。这个题目肯定有人反对,比如,我最近看了冯骥才先生的一篇文章,文章说,古城已经被祸害得差不多了,就别再祸害古村了。实际上,解决这个问题有两种思路:一种思路叫消极保护,就是大家都别动,因为老祖宗好不容易给我们留下了这么点东西,我们还是保留下来吧。但是这样的态度有一个前提,就是当地老百姓的生产方式和生活方式不能改变,生活水平和生活质量不能提高。那我们换一个角度看,老百姓怎么看这个事:我们就是古董?就让这些游人来参观我们这些古董、研究我们这些古董?问题是我们是人啊。第二种思路叫积极保护,通过利用来促进保护,最终达到利用和保护双赢的目的。这样,当地老百姓的

^① 本文是世界旅游城市联合会专家委员会主任、中国旅游协会休闲度假分会秘书长魏小安在“六古”论坛上的演讲。

生活水平也提高了,在保护方面也就有了动力。我始终是这个看法,保护要形成一种利益机制,如果没有利益机制就让老百姓保护,凭什么啊?城里人住在高楼大厦里用着抽水马桶,但是为了保护传统我干什么都不行,生活水平不能提高,生活品质不能改善,就必须忍受传统的生活方式,有道理吗?这叫文化歧视。所以,冯骥才先生的基本观点我是赞同的,基本思路我是不赞同的。

同样,涉及“六古”资源也是这样,因为这些年这些事情炒得很热闹,所以我出了这么一个题目。

一、关于“六古”

1. 两个方面

一方面是古城、古镇、古村落。为什么是村落呢?村落是一个居住的部落,也是一个文化的聚落。全国总体算下来,古城存十,古镇存百,古村存千。这里说的是一个大致数字,我也没有精确统计,只不过我说的概念和现在官方的概念不同,比如建设部认定的国家历史文化名城、文化名镇、文化名村。但是我对很多官方认定并不认同,道理很简单,比如北京是首批历史文化名城,但实际上北京还是历史文化名城吗?已经完全不是了。北京只是还有一些文化遗存。29片四合院保护区,北京的中轴线还能完整保留,但这已经不是古城的概念了,这只是文化遗存的概念。当然,建设部作为一个政府部门这么来认定,动机、目的都是好的,也是希望能够抢救,能够保护,能够有政府的引导。但是客观来说,这个目标已经实现不了了。1949年的时候全国古城至少还有上千个,那个时候每个县城都是古城,现在还能数出几个来?山西的平遥古城,这算是完整保护、完整利用的。辽宁的兴城古城,20世纪50年代拍的电影《三进山城》就是那里,后来这个古城基本毁了,现在又要在这个基础上把它修复起来,这还叫古城吗?所以,我说的是严格意义上的古城、古镇、古村。怎么来

定义呢？成片保留的传统建筑能够体现传统文化风貌，展示传统生活方式，只要有这三个“传统”就达到了“古”的标准，如果说只是一个文化遗存，显然不符。

这些年，古城、古镇、古村落得到了重视，普遍进行了开发，也见到了效益。其中一部分形成了品牌，当然不是说每一个都有品牌。像山西平遥、云南丽江、辽宁兴城、福建崇武这几个古城，还算比较像样，还能说得过去。

古镇有两个代表，一个是浙江乌镇，另一个是云南和顺。江苏古镇有这么一大把，为什么被视为代表呢？因为他们在方方面面都有成功的经验，但是也有做得不到位的地方，有些不到位是比较突出的，可是总体来说，江苏的做法我很赞赏。

古村的典型是安徽西递村和宏村，再有一类古村代表就是山西的大院。古村很多，还有很多更偏远地方的古村没有名气，但是真的能把人镇住。有一次，我到山西的平顺看了一个古村，这个古村真把我看呆了，叫石壕村，完全是石头建筑，而且我去的时候已经是冬天了，村外面一圈都是金黄色的玉米，石板的屋瓦上都是杏红色的柿子皮。当时我问这个村子怎么样，村里人说现在也开始接待游人了，一天连吃带住 30 元，我说应该加一个零嘛。付磊就在旁边说了一句，应该转换一个单位叫美元。石壕村真是这么一个感觉，可是却如此默默无闻，还有这么一批古村是“养在深闺人未识”，但是越来越少。

另一方面是古道、古关和古街区。这些还没有引起大家的重视，有些潜在资源得到了部分利用，前景比较好。首先是古道，陕西、甘肃、四川一带，秦国的时候有十二道，直到现在还有金牛道和褒斜道。成都有一金牛宾馆，我原来不知道什么意思，后来才知道，就是因为历史上有金牛道，所以现在还留着这么一个名称。再比如茶马古道和徽杭古道等。这种古道全国现在有多少说不清楚，我想几百条是有的，而且这种古道都是在很偏僻的地方，历史上都曾是要道和要冲，基本上从清末就开始衰落，到整

个民国时期的这一百多年的时间里,古道大家都不知道了,可是里面遗存的东西确实好,而且是一种综合体现,所以我对古道特别看好。比如说,北京从鹫峰到妙峰山这条路有24华里,历史上就是一条进香的古道,后来妙峰山金顶被拆了,又恢复了,恢复以后这条古道也就被利用了起来,但这是很短的一条古道。古道这一块资源非常丰富。

其次是古关,比如山海关、嘉峪关、剑门关、镇南关。同样,古关全国范围内留存下来的大概有一百个,成名的有十几个,曾经有个说法叫“中国十大关”。青岛有一个街区就叫八大关,把中国的一些关的名称拿来命名马路,这基本上是一百年以前命名的,说明那个时候人们就很看重这些东西,为什么我们今天反而看淡了?而且古道和古关两者之间有很密切的关系,基本上一个古关至少有一条古道,甚至几条古道,有的古关是要冲,一个古关三条古道。这一块资源现在还没有被充分认识。比如山西的雁门关、娘子关等一大堆古关,这一堆古关怎么用,现在只是在利用关城,如果能配套起来用就好了。

最后是古街区,比较典型的是临沂旱码头和阳朔西街。这种古街区很多,之所以强调古街区,是因为古城已经保不住了,古镇也保不住了,就剩下点古街区了,能不能再保护一下呢?按理来说,古街区没有更大的意义,但是我们退而求其次,而且我相信把这个做起来,意义就不同了。像刚才说的南京老门东,思路是很对的,只不过现在的市场需要慢慢培育,培育出氛围。目前的状况是历史遗存数量有限,而且良莠不齐、消亡迅速,所以我很担心。之所以提出“六古”资源,就是想把它提升一个层次,让我们更加重视。

要想得到重视,一个前提是得有价值,没有价值的东西还让大家重视,这是没有道理的。这里有一个问题:历史价值、文物价值、科研价值和旅游价值、市场价值、审美价值不能完全画等号,“六古”基本可以画等号,但有些东西不可以完全画等号。所以,我们也不要认为老东西就是好东西,马未都先生曾经谈过一个观点:不管什么时候,只要是好东西,一定

能留存。汉朝的东西不好,照样留存不了,不是说越古就越有价值,绝不是这个概念。“六古”可以把科研价值、历史价值、文物价值、旅游价值、市场价值、审美价值完全连在一起,所以“六古”的题目对我们来说还是新的题目,需要多元利用。

2. 综合价值

第一,作为产品的价值。“六古”的产品价值,从历史的价值来说是观光,从文化的价值来说是体验,从精神价值来说是家园,这是“六古”作为产品三个层面的价值。作为一种旅游产品,最终是追求家园。因为家和园是中国人几千年形成的一个概念,但在现代社会,我们只能有家不可能有园。工业化发展,城市膨胀,在城市里能有一个房子可以蜗居就不错了,哪有可能追求园?但是家园的梦想始终是我们的梦想,所以我们到哪里去找家园呢——六古。在前一段中央开的城镇工作会议上,提到一句话叫“看得见山,望得见水,记得住乡愁”。刚听到这句话的时候我都傻了,什么时候中央文件里开始出现文学性语言了?这真是开了一个先河。实际上说到底,在这里我们能够体验家园,能够实现一种家园的梦想,在家门口体验已是不可能了,所以我们是用地代替小家,用质量来弥补距离。要追求家园可以距离远一些,但是品质要高。

第二,作为衍生的价值。首先是环境价值,“六古”的保护一定要有好的生态环境,如果只是保留一片老街区,其他的跟不上,就缺乏足够的吸引力。这里的生态环境价值不只是自然生态,也包括人文生态。比如丽江大研古城,且不论现在的商业化如何,进去之后的感觉是很不错的,但是从大研古城一出来,磕头碰脑都是楼房,一下子就把刚刚培养出来的美好感觉完全毁掉了。这就叫环境不好,从这一点来说,对丽江古城我们就得打一个折扣。其次是山水价值。因为这些地方一般来说还能够留下一点好山水,留下一片好文化,这样就形成了一个扩展,不只是体验“六古”,而且可以在这个过程中体验自然。最后,是农副产品的价值在这个过程中得到提高。就地取材、就地取财,就地市场、就地升值,这种提高对

当地老百姓来说,是一个最重要的利益格局。

第三,作为实体的价值。一是从资产价值来说,这些地方的资产价值又老又旧,没法评估。但是不评估怎么招商引资呢?实际上,很大程度上不是资产评估,而是文化价值和感受价值的评估。二是土地价值转化。这些地方必须加以利用,大家注意,我没用“开发”这个词,因为“开发”这个词太粗暴了,我们应该强化利用,少谈开发。只要加以利用,尤其是加以深化利用,土地价值就一定能转换。三是产业基础得到提升。也就是在“六古”发展过程中,我们一定要研究怎么形成产品,怎么培育产业,这样才能把事情做到位。

第四,作为市场的价值。一是区位的价值在变化。在农业社会时期,“六古”区位价值都好,要不然,不会形成这样的格局,但工业化的发展使这些地方区位价值大幅度下降。随着现代交通的改善,区位价值又在提升,这就是变化的过程,从高到低又到高。二是判断市场价值。真正的价值在聚集,所以如果形不成聚集的格局,市场价值就体现不出来。比如刚才谈到有的地方以名人文化为卖点,为什么?因为这个地方是名人聚集的地方,像这种聚集主要体现在江、浙两省。有的地方体现的是财富聚集,山西大院都是财富的聚集。因此从下一步的发展来说,要形成聚集,历史的聚集是一回事,现在还要培育一种新的聚集方式。三是品牌的价值,这个基本上是永恒的。一个地方品牌如果形成,基本上就永恒了。20世纪80年代末90年代初的时候,一说就是江苏三大古镇、浙江三大古镇,到现在,一提起还是这六个古镇,因为品牌价值已经形成。新的东西只要培育起来了,照样可以形成品牌价值。

第五,长远的价值。一是资源可持续性,绝不是说一堆老房子摆在这里,注意维护,就是可持续了,包括生活状况的可持续性,也包括文化感受的可持续性。二是环境可优化性,在这个过程中也不是绝对不动原貌,绝对不动是不可能的,只不过动的目标是使环境越来越优化。三是市场的扩充,扩充是两个方面的:一个是量的扩充,每年来的游人会越来越多;另一

个是质的扩充,内涵越来越深。我不认为来的游人越多越好,来的游人太多往往就把景点毁了,至少大家觉得这个事很头疼。但是质的深化可以让人停留更长的时间,这就值得研究。

所以最终来看,关于“六古”,旅游利用是最好的保护手段。简单梳理一下,这些资源已经经历了五次破坏。第一次破坏是战争,近百年来,历次战争对“六古”的破坏不小。第二次是人民公社运动,实际上是把乡土的根给挖掉了。第三次是“文化大革命”。到哪里都会听到这样的故事:大家说这个东西是“文革”时候破坏的,之所以还能保留下来,是因为当时用泥把它糊上了,然后放上毛主席像,写上毛主席语录,红卫兵就不敢破坏了。这种故事传遍全国,说到底,这样的破坏,破坏的还是表皮不是根本。第四次是工业化,这几十年的工业化发展对“六古”资源是根本性的破坏。英国有一个公司做了一些世界性的研究,得出了一个结论:一个国家文物古迹和传统文化的破坏,80%都是在工业化时期。所以这是一个世界性的现象。第五次破坏是社会主义新农村建设。有一次,我陪着一个外国专家到北京看了一个新农村,出来之后我直摇头,他也摇头。他就问我为什么摇头,我说:“这还叫农村吗?这完全是城市化的格局。”我问他为什么摇头,他说:“看看你们的农村,就像兵营一样。”

经过这五次破坏之后,我们剩下的还有什么呢?但是我们还面临着最后一次破坏,就是狂飙猛进的城镇化浪潮。所以,我现在真是很有危机感,城镇化的浪潮一搞,再加上政府主导,最后有可能把残存的这点皮毛也扫荡一空。但是在这个事上,也是“两面事、两面理”,所以很多专家批评旅游,说搞旅游一定会破坏环境,我就说你们这些观点违背了常识。第一,追求利益有错吗?你可以追求利益,大家都可以追求利益,只有住在“六古”里的人不能追求利益,这不荒唐吗?有的时候专家论证根本不是专家论证,都是部门利益的代表。所以很多专家就是先入为主,移花接木。只有旅游不存在部门利益,什么原因呢?因为旅游没有部门权力,也

就谈不上部门利益,而我们研究的是市场。旅游和环境是一种天然的耦合关系。恰恰是因为我们追求利益,所以我们对环境和文化要看重,因为旅游卖的就是环境、卖的就是文化,我能把产品破坏了再拿出来卖吗?恰恰是因为旅游开发商包括当地的老百姓追求利益,所以,我们才看重环境和文化。旅游业发展到2014年一共36年,这36年是一个不争的事实,除非你闭着眼不看。

所以这里面要注意两个问题:第一个是注意文化歧视。有一次我看到一个方案,有专家提出要搞一个摩梭文化保护区,他说的意思是要完整保护摩梭文化,就是大家可以进来参观,但是摩梭人这些东西一点也不能动。我说,有这个道理吗?他们只是在想保护,没有考虑到原住民的发展,这就是文化歧视。实际上,这种文化歧视在很多地方都存在,只不过我们意识不到。第二个是注重消费权利。既有旅游者的消费权利,又有当地老百姓的消费权利。所以在这方面要少开发、多利用、强保护,但最终要统一到发展上。由此就形成了一个保护的机制,一个事情如果没有动力机制,就推进不下去。专家有这样的文化觉悟,凭什么要求老百姓也有这样的文化觉悟?对于老百姓来说,做这个事对我有好处我就干。所以,地方政府应该建立一个引导机制,比如说这个村里老百姓在盖新房子,我赶快修两个老房子,修完了之后就把旅游者往老房子里带,大家一看老房子修好了有效益,新房子都不修了,都按你的路去走了,这就是一个引导机制。所以,我们旅游部门的责任就是把机制做好,保护传统遗产,创造新的遗产。我们不能拘泥于专家的眼光,局限于专家的领域,要用无形开发有形,用有形承载无形。

3. 发展过程

看看这些年的过程,一是在历史沿革中形成资源,这里讲的是“六古”。二是来不及破坏留存资源,也就是来不及破坏保存下来的古资源。为什么来不及破坏呢?有两个原因:第一是位置比较偏远,工业化浪潮没有过来;第二是这个地方穷,穷得连破坏的力量都没有,所以留下了一片

好山水,留下了一片好文化。苏南这些地方算是特殊,工业化发展了,老东西也留下了,因为整个苏南的文化积淀培育了总体的文化素质和文化眼光,所以苏南形成了文化自觉,这是苏南的特殊之所在。三是积极利用,看重资源。这些年大家开始积极利用资源了,也开始看重这些资源了。四是开发弯路,重识资源。在这个过程中走了很多弯路,比如老百姓把自己的房子拆了,新房子建起来了,白瓷砖也镶上了,反正是我的宅基地、我的房子,怎么弄是我的权利。但是他们很快发现这么做没戏,一开始觉得自己很土豪,有的甚至连卷帘门都弄上了,玻璃幕墙都弄上了,后来才发现这个东西不灵。旅游热起来了,但越是这样的房子游客越不去,所以老百姓自己也得做出调整,这就是重新认识资源。五是单一方式,简化产品。这是普遍现象,就是一张门票钱,带着客人单一观光、单一主题、单一门票、单一模式,把产品简化了。同时,还有一种比较恶劣的方式,叫作大拆大建。这种恶劣的方式偶尔也有好产品,有的也谈不上大拆大建,比如像山东的台儿庄,我评价是一流的产品,可惜是赝品。台儿庄建设的时候我到工地上看过,看完就问了一句话:“有没有老房子?”转了半天只看见一栋老房子,现在整个台儿庄只有这一栋老房子,不是赝品是什么?但是这个产品做得很成功,作为产品它是成功的。这可以理解,因为一场台儿庄血战,有多少老东西也早炸光了,这是一个特例。可是我们现在很多地方采取的方式就是大拆大建,全国有115条明清街,真正成功的只有两条。本来这条街不错,一个规划一划,稀里哗啦一拆,稀里哗啦一建,真品变成赝品。有一次在一个城市,一个副市长带我看一条街,我说这条街不错,你们别动了。他还让我看规划,我说这个规划绝不能执行,这条街的特点是从明朝、清朝、民国一直到“文革”时期的建筑都有,这是一个历史建筑的博物馆,非得把它拆掉建成一条明清街,这是什么道理?我极力反对,因为这么留下来的是真品,还是有特点的,但像这样的规划就是一张画,这样的画能行吗?我们现在看,这样的画太多了,按这样的画操作下来的景区也太多了。当然也有好的,综合利用、丰富产品,品牌塑造、创