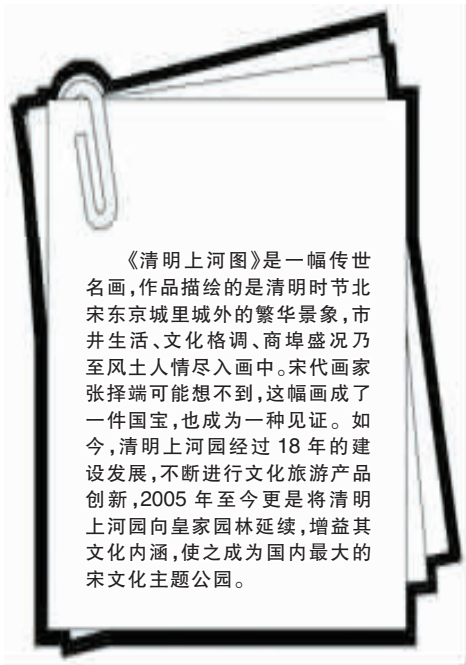


千古名画现人间

——历史文化厚重地区发展“文化+”的思考

□晚报记者 李建成



《清明上河图》是一幅传世名画,作品描绘的是清明时节北宋东京城里城外的繁华景象,市井生活、文化格调、商埠盛况乃至风土人情尽入画中。宋代画家张择端可能想不到,这幅画成了一件国宝,也成为一种见证。如今,清明上河园经过 18 年的建设发展,不断进行文化旅游产品创新,2005 年至今更是将清明上河园向皇家园林延续,增益其文化内涵,使之成为国内最大的宋文化主题公园。



实景演出:《岳飞枪挑小梁王》

从“图”到“园”的一字之差 定位产业之根

把“图”变成“园”,这个变化并不仅仅是形式的变化,而是一个质的变化。一千年前,张择端把它从现实中收进了画卷;一千年后,为了发展文化旅游,开封市委、市政府果断决策,由清明上河园集团公司按照实物景与原图 1:1 的比例,把它从画中搬到了现实里。这个形式的变化意味着它是宋文化的鲜明定位,因为它画的就是北宋东京最繁华的景象,那么它的主题必然是宋文化。

主题文化公园首先是主题鲜明,其次是文化丰富。比如比较有名的迪士尼乐园,它是美国的那种文化,是追求冒险、刺激的娱乐文化,它用米老鼠、唐老鸭、古菲狗等动漫的一些形象来渗透到游乐园的各个方面。而清明上河园反映的是厚重的宋文化,这种文化的厚重需要挖掘,不是用简单的表现来实现。按照这个模式,把“画卷”动起来、让历史“活”起来,这样一个创意应运而生。

“清明上河园”给我们提供了一种思路。一种文化,往往具有明显的地域性和本土性烙印。本土文化具有不可复制性,只有扎根本土、生长在故乡,它才是真实的。因此,策划者在原生地恢复它的原生态,让游客在参与过程中真实地感受大宋文化的灿烂,并作为历史的一员深度体验。这种不可替代的本土性增加了景区竞争力和吸引力,极易形成品牌效应。“一朝步入画卷,一日梦回千年”朗朗上口,引起共鸣,使清明上河园仅用五年时间就跻身于中国十大主题公园的行列。

从“卖”到“买”的市场转换 梳理经营之道

一个景区要从平庸中跳出,必定要有无法复制的东西。于是,“活化历史”的经营思路越来越清晰。

面对“买”方市场,想想卖什么。走进清明上河园,就让人产生步入宋代都城的感觉:园子里叫卖的商户全都穿着宋代服装;台上演的是根据宋代文化改编的历史故事;演职人员不光在台上表演,那些招亲、科举、押送刑犯、迎新送酒、羊拉车等生活化场景以及非常有名气的“小乞丐”、鲁智深、铜人等情景演员,都在台下即兴表演。游客走在园子里,听到看到的,甚至触摸到的都是那种浓郁的、扑面而来的宋代文化气息。这个大胆的设计,让整个景区“火”起来。比如《包公巡视汴河漕运》,虹桥是游客进入景区后最先看到的第一个大景观,剧目中有很多汴河两

岸热闹的河市场景和虹桥集市场景,如渔船在河面上撒网捕鱼、辛勤劳动场面、市民百姓在汴河上迎亲的生活大场面等内容。再如《大宋科举》这个节目,让游客通过简单的考试,回答关于北宋的一些基本历史问题,答对后可以当“状元”,游客的参与性很高。

同时,清明上河园还将挖掘的历史流传下来的民间传统技艺放到景区内。比如一些手工艺品和非物质文化遗产项目,像吹糖人、捏面人、糖画、木艺、面塑、酿酒、织布、木版年画等,既反映了农业社会的手工业发展的状况,方便游客参与,商户也增加收入。还有一部分民间绝活绝技的表演,像盘鼓、高跷、斗鸡、喷火、勾栏瓦肆等民间绝活很受欢迎。

从“旁观”到“体验”的客户思维 启迪转型升级

深度参与体验,是互动之秘籍,是吸引之大道。当前,一二三产业要转型升级,人们的生活要适应变化,包括新闻文化行业也要不断适应新形势新生态而转型乃至跨界,景区更是如此。清明上河园在定时表演中穿插很多情景剧表演:三五个人挑着担、推着车、骑着毛驴;包公巡河、鲁智深扛着月牙铲去种菜、押解罪犯等;还有街头小乞丐的“数来宝”、宋代真人秀等,使游客随时与宋代文化交流互动,和宋代的人合影留念、参加一些情景表演,抓住了人心,提升了游客游览的兴奋度。

“活化景区”就是一种促进深度参与、深化体验的设计理念,能提升景区的文化内涵,满足旅游消费的深层次需求。比如:男儿当有血性,真实的、精彩的、高难度的古战场打斗既能让景区“活化”,又能极限吸引参与,甚至实现精神体验。清明上河园斥资 2000 余万元,相继打造了《岳飞枪挑小梁王》《大宋·东京保卫战》等大型剧目,恢复仿建了“大宋皇家水运仪象台”和惊悚屋。比如:

长条桌、木板凳,大碗喝酒唱清风,这是直接从感官上刺激人的参与体验欲望。2014 年,经改造、提升的东京食坊和大型购物中心正式开放,使清明上河园由单一的观光景区向综合旅游景区迈出一大步,10 月 17 日,世界客属第 27 届恳亲大会“千人长桌宴”,不知让多少人壮怀激烈。

周口与开封,有几多关联、几多牵扯。漕运,始于隋而隆于宋,无此不成周口;人祖伏羲定都于淮阳,其历史功绩光照千古,不仅是周口、开封,整个黄河流域,谁又能舍得掉?老子一部《道德经》,让全世界永沐思想智慧之光,不论明清,休讲唐宋,谁知历史浩瀚!周口的文化旅游产业是到了“互联网”思维的时候了,是到了整体设计、统筹规划的时候了。我们的定位是不是可以这样:文明传承之源头、思想智慧之源头、农耕文化之源头。我们的理念是不是可以这样:以人为本的思维也即是“互联网+”思维,回归生产生活本质的深度参与、走向幸福和谐的从外及内的全六感体验。



清明上河园全景