

体验经济下顶蛳山文化旅游开发探究

谭冠玉

(南宁市邕宁区旅游发展服务中心(邕宁区文物管理所) 广西 南宁 530000)

[摘要] 目前,旅游业正朝着文化旅游方向发展,而当代经济活动也步入体验经济时代,在体验经济下,文化旅游更加侧重于游客的主观体验,旅游企业更加深刻认识由非体验经济转变为体验经济带来的更多改变。顶蛳山贝丘遗址自1994年发现至今已25载,期间,各级党委政府、文艺界对其蕴含的文化价值进行了不懈的探索,对其文化旅游价值的开发也作出巨大的努力。本文在体验经济的基础上,重点分析了顶蛳山文化旅游资源开发过程中存在的问题,并提出了相关的意见和思路。

[关键词] 体验经济;顶蛳山;文化旅游;开发

顶蛳山贝丘遗址位于广西省南宁市邕宁区蒲庙镇新新村九碗坡顶蛳山上,1994年发现,属新石器时代,距今5000-10000年,为全国重点文物保护单位。遗址总面积5000平方米,1997年4月由中国社会科学院考古研究所、自治区文物工作队及南宁市博物馆联合进行发掘,1997年至2000年先后共进行3次发掘,发掘面积1050平方米,占总面积的五分之一。发掘清理出墓葬321座,出土古人遗骸400多具,同时出土大量陶片、石器、骨器和蚌器及二十多件陶器等史前人类使用过的生活用具、生产工具,共2000多件。发现了同期研究领域尚无报道过的肢解葬和长方形干栏式建筑遗迹。1997年顶蛳山遗址被评为该年度全国十大考古新发现之一,这是建国后广西考古工作第一次获此殊荣。经考古专家论证,依据考古学文化命名的原则,把集中分布在南宁及其附近的南方淡水流域,以顶蛳山贝丘遗址第二、三期为代表的一类遗址统一命名为“顶蛳山文化”。这是中国原始文化序列中我区第一个被冠以广西地名命名的史前文化。顶蛳山贝丘遗址自1994年发现至今已25载,期间,各级党委政府、文艺界对其蕴含的文化价值进行了不懈的探索,对其文化旅游价值的开发也作出巨大的努力。本文将在体验经济的基础上,重点分析了顶蛳山文化旅游资源开发过程中存在的问题,并提出相关的意见和思路。

一、顶蛳山文化研究和旅游开发现状

(一) 顶蛳山文化研究成果

李珍(2010)记录了顶蛳山贝丘遗址发掘出土的基本情况,分析其文化内涵和价值^[2];吕鹏、傅宪国(2010)从动物考古学的角度,对顶蛳山出土的蚌器进行研究(2010),推测了新石器时期顶蛳山古人类制作蚌器时对于蚌类部位、大小、左右选择,形状偏好、制作工艺及流程、二次使用的情况^[3];覃芳(2010)结合民族志相关资料、华南百越先民文化,对顶蛳山屈肢葬和肢解葬进行分析总结,研究其中蕴含的文化和先民生活状况^[4];赵志军、吕烈丹、傅宪国(2005)通过对顶蛳山遗址出土的植硅石进行分析与研究,总结了顶蛳山人类农耕、渔猎的基本生产情况^[5];刘莎(2014)从主题公园策划方面对以顶蛳山文化公园项目进行策划^[6]。

(二) 顶蛳山文化旅游开发现状

为有效保护顶蛳山贝丘遗址本体及其环境和文化,当地政府卓有远见的将顶蛳山贝丘遗址本体及周边环境空间进行了严格规划,对项目准入制定了高门槛,直至引进第十二届中国国际园林博览园,顶蛳山文化旅游开发才进入实际性实施阶段。随着大项目的进入,南宁园博园4A级旅游景区、顶蛳山田园风光区3A级旅游景区、顶蛳山考古遗址公园相继建成运营,自2018年12

月至2019年6月,以上3个景区游客总接待量为170.44万人次,旅游总收入为3110.84万元。周边道路、交通、餐饮、住宿等旅游服务配套设施迅速完善,通往景区的旅游专线车和旅游公交也随即开通。当地政府也以园林博览会为契机,举办了顶蛳山文化旅游年、迎“园博”生态文化旅游年等主题活动,以顶蛳山为题材,创作了“贝丘水韵”等舞蹈。旅行社、教育培训机构、摄影行业等服务类企业也将南宁园博园、顶蛳山田园风光区、顶蛳山考古遗址公园等纳入其产品宣传推广销售,顶蛳山品牌知名度极大提升。

二、顶蛳山文化旅游资源开发过程中存在的问题

(一) 旅游资源缺乏整合,品牌效应难以发挥最大化

旅游资源整合主要以分享、合作、共赢、优化为宗旨,在整体性和互补性的基础上,不断完善特定区域内资源共享,充分结合旅游活动的规律和特点,既要建立区域旅游系统,又要充分利用旅游资源,认真设计和编排旅游线路。尽管以顶蛳山为核心要素的旅游重大项目相继建成运营,但是项目分布空间相对分散,项目个体之间没有建立完整体系,各景区景点在开发上都以独立的单位进行战斗,尚未形成合力。

(二) 文化内涵挖掘不足,文化元素缺乏提炼

抽象的文化需要通过具象图符号、设施、建筑、演绎等形式加以表达。顶蛳山贝丘遗址是国家文物保护单位,是迄今为止广西及我国南方发现的面积较大、保存最为完好、文化内涵最为丰富的新石器时代贝丘遗址,是南宁市创建历史文化名城的一大文化资源,是南宁市能成为旅游目的地和游客集散中心的有力支撑。但是,目前对顶蛳山贝丘遗址文化内涵挖掘还不够深入,文化呈现方式主要为传统的博物馆展示,文化元素主提炼了“螺”的图形符号,并运用于博物馆建筑造型、遗址所在地的旅游LOGO,普通的旅游纪念品设计等,还有许多顶蛳山蕴涵的文化要素没有被提炼出来并加以广泛运用。

(三) 项目设计以观光为主,缺乏体验性项目

文化旅游产品大体分为动态文化展示、静态文化展示以及吸引游客参与三个层次。现阶段,顶蛳山文化旅游产品主要以观光型旅游产品为主,其很大部分原因在于项目落地前重规划轻策划,没有很好的围绕游客游览活动和感知认识,设置符合文化特征的体验性项目,使旅游产品对游客的吸引力大大低于旅游资源本身的知名度,游客在游览过程中获得的体验大打折扣。

(四) 产品档次不高,难以打开市场

围绕顶蛳山开发建设的项目南宁园博园、顶蛳山田园风光区、顶蛳山遗址考古公园主要产品为园林园艺展示、田园花海观光、

遗址博物馆展览,而南宁周边地区同类型的产品较多,加上缺乏规范化的管理,公共服务水平跟不上,市场营销力度不足,产品所占市场份额并不高。截止到目前,围绕顶蛳山开发的旅游商品主要为钥匙扣、影雕、陶器等,缺少创意和地方文化特色,制造相对粗糙,品位明显不高,难以对游客形成有效的吸引力,在市场上也难以实现其经济价值。

三、基于体验经济的顶蛳山文化旅游产品开发思路

(一) 充分整合资源,打造顶蛳山文化旅游圈

秉承“去博物馆化”理念,突破传统博物馆模式的局限性,把顶蛳山文化尽可能在更大范围内进行展示。以举办第十二届中国国际园林博览会为契机,将南宁园博园、顶蛳山田园风光区、顶蛳山考古遗址公园、那莲古圩、八尺江作为整体,统一规划,分类建设,合理布局文化斑块,打造一批乡村田园型、生态观光型、科普教育型和文化体验型旅游产品,构建顶蛳山文化旅游圈,力争成为南宁城郊旅游龙头。在组织上成立顶蛳山文化旅游联盟,在项目的策划、规划、建设中以顶蛳山文化的展示、传播为核心,在产品打造上凸显顶蛳山文化特色,在宣传营销中融入顶蛳山文化内涵。

(二) 加强顶蛳山文化发掘,提炼具象文化元素

对遗址的开发需要深入理解其文化内涵,提炼遗址的文化主题。根据文化主题确立的过程,即“研究—提炼—表达”^[7],首先应对顶蛳山文化进行深入研究。建议组织国内外资深考古学家及相关学科专家对顶蛳山本体、所处环境、发掘出土的文物不断进行深入研究,结合当地重大旅游节庆和招商引资的工作,定期举办顶蛳山文化论坛、学术研讨会等,形成科学的研究成果体系,不断丰富顶蛳山文化内涵。同时要归纳顶蛳山文化特色,将顶蛳山所蕴含的无形文化进行提炼,通过创意设计,转换成具象的文化元素,为顶蛳山文化的应用和传播打好基础。根据大众对顶蛳山的认知,其具体的文化元素应包含“部落、渔猎、螺、贝、田”等内容。

(三) 强化文化旅游氛围营造,打造文化展示载体

与遗址文化相符合的旅游氛围和文化展示载体不仅能很好的表达遗址蕴含的文化底蕴,还能加强遗址文化对游客的视觉和情感冲击,增强体验感知力度,利于遗址文化的传播。文化旅游氛围营造和文化展示载体打造通常通过将提炼出的特色景观和文化元素,运用到整个项目的设计和策划中,使文化主题得以凸显。例如宁明花山岩画,将岩画人物造型运用于整个景区甚至其行政区域所在地的很多公共服务设施、娱乐设施、表演艺术等,全方位展示花山岩画文化内涵,扩大文化展示载体空间,使花山文化形态更加饱满、完整,准确树立花山岩画文化形象,具有较强的感染力。具体到顶蛳山,建议以幸福骆越为主题,打造一个或多个文化标志性景观,凝聚顶蛳山文化,成为顶蛳山文化的形象标志;将“螺、贝、田”的文化元素进行创艺设计和组合,运用到各种设施的外观设计和造型上,“部落、渔猎”的元素,则通过场景复原等形式加以表达。

(四) 增加体验性项目,强化旅游者感知

随着旅游业步入体验经济时代,游客不仅仅满足于走马观光

式的旅游,更重视在产品消费的过程中获得的感受,希望通过视觉、味觉、嗅觉、听觉等全方位的参与或体验,充分理解旅游地的内涵和特色。因此在顶蛳山文化的产品打造上应根据目标市场的特点,采用多种手段,创新手法,丰富体验内容。结合顶蛳山原始、古朴、旷野的文化特点,大地艺术的运用能为游客带来整体的氛围感知,同时,顶蛳山优越的富水环境,适宜打造各类大型水上演绎、水上娱乐、水上观光项目,由于已具备良好的自然生态环境,建设汽车旅游营地同样能给游客带来良好的体验。

(五) 加强文化创意,延伸产业链和产品生命力

由于顶蛳山的文化影响力尚不大,出土文物观赏价值不高,且没有震撼力较强的古城遗址和大型建筑作为基础,因此,文化创意是顶蛳山文化开发的核心和出路。基于顶蛳山文化在骆越文化发展中的重要地位,可通过创新策划旅游节庆活动,举办大型骆越祭祀盛典,建设古朴原始、庄严的祭祀场所,为广大骆越子孙寻根问祖创造一个的精神寄托圣地,打造骆越始祖文化产品。发展演绎经济,充分发挥位居南宁首府的地缘优势,将顶蛳山文化融入桂文化,通过打造大型常态化演出,以艺术的演绎形式,生动表达厚重的遗址文化。打造科普研学经济,以服务考古和相关学科的培训、科普为目标,定期邀请相关学科专家举办培训、讲坛,传播顶蛳山文化。放大顶蛳山渔猎文化,发展以“螺”为主题的特色美食产业,建设螺文化美食街,培育螺养殖业,构造“嗦螺”、“撩螺”经济体系。加强特色旅游商品的研发和营销,推出更多具有地方文化特色,实用性强,观赏价值高,能激起游客美好回忆的旅游商品。

结束语:

对遗址文化的合理开发利用,不仅能有效保护遗址本体及其环境,有效传播遗址文化,延续文化脉络,还能提升区域文化形象和认知度,调整产业结构,为地区经济带来新的发展机遇,促进生态环境保护,提高当地群众文化自信,凝聚人民意识。当前,第十二届中国国际园林博览会已闭会,南宁园博园、顶蛳山田园风光区、顶蛳山博考古遗址公园的建成运营为顶蛳山文化的进一步开发奠定了良好的基础。在五象新区、北部湾经济圈良好的政策环境下,激发顶蛳山文化魅力再放光芒,刻不容缓。

参考文献

- [1] 张永安、康绘宇,《体验经济时代旅游景区营销思路初探》,《江苏商论》- 2005
- [2] 李珍,邕宁顶蛳山贝丘遗址,哲学社会科学版,2018.03
- [3] 吕鹏,傅宪国,顶蛳山遗址出土蚌刀的动物考古学研究,南方文物,2010·4
- [4] 覃芳,广西邕宁顶蛳山史前屈肢葬与肢解葬的考察,南方文物,2010
- [5] 赵志军、吕烈丹、傅宪国,广西邕宁县顶蛳山遗址出土植硅石的分析与研究,考古与科技,考古2005年第十一期
- [6] 刘莎,体验经济时代下的主题公园策划初探——以顶蛳山文化公园项目策划为例,广西城镇建设,2014.12
- [7] 焦鑫,遗址公园景观空间营造探究——以河姆渡遗址公园景观规划为例,华东理工大学,2012.12