

遗产保护与旅游转型互动发展的一个样本

丽江古城谋创新

本报记者 叶晓楠 李 贞

穿越蒙蒙云雾，飞机降落在云南丽江三义国际机场。举目四望，远处是连绵的青山，眼前是古色古香的航站楼。这座闻名世界的旅游城市，留给游人的第一印象是如此秀美多姿。

丽江并不大，只辖一区四县，但却坐拥三大世界遗产：丽江古城是世界文化遗产、三江并流是世界自然遗产、东巴古籍文献是世界记忆遗产。优异的自然风光和人文资源，为丽江吸引八方来客提供了足够的底气。数字是最直观的佐证。2018年，丽江接待游客4643万人次，全年实现旅游总收入达998.45亿元。

与此同时，丽江也在不断与时俱进、谋求创新。为适应游客越来越多样化的需求，丽江旅游业正加速转型升级，以严格的管理改善服务质量，以智能科技更好地服务游客，以“引进来 走出去”的理念提升文化内涵。近日，本报记者来到丽江，亲身体验了这座旅游名城的新变。

新思路 做好口碑 转型提质

地处云南西北部的丽江，自古就是多民族聚居之处，也是茶马古道上的重镇。在大批游人到访之前，这片依山傍水的土地以神秘恬静而著称。美籍奥地利学者约瑟夫·洛克曾在中国西南部游历考察了27年。此后一生，他都念念不忘丽江之美。在临终前，洛克给友人的信中写到：“与其躺在夏威夷医院的病床上，我宁愿死在那玉龙雪山的鲜花丛中。”

这般令人魂牵梦萦的丽江，在上世纪90年代敞开怀抱，开始大力发展旅游业。20多年间，游客多了，丽江的经济活了，然而问题也随之来了。

“旅游是要做好口碑的产业。”丽江市文化和旅游局局长张建华直言不讳地告诉记者：“但前几年，揽客拉客、强买强卖、以购养游等现象，把丽江推到了风口浪尖上，这让我们必须坐下来清醒地分析丽江旅游到底怎么了。”

痛定思痛，丽江提出了新思路，开始重塑旅游业。

自2016年起，丽江旅游市场开启大规模整治，目标只有一个：重拾丽江旅游的好口碑。游客对导游的服务不满意，丽江就组织了导游培训班，邀请地方领导、行业专家为新导游们分享经验，还在媒体上组织丽江“十佳”旅行社、百名“金牌”导游的评选，让导游们从内心生出职业荣誉感、责任感，树立“导游有多美，丽江就有多美”的信念。游客对景区购物有顾虑，丽江就推行了退货监理机制。在丽江购买的商品，30天内都可以无理由退货。游客无需直接联系商家，可以直接退给退货监理中心，退款也会先行赔付给游客。2018年，丽江消费投诉同比下降了40%。

破除乱象只是基础，丽江旅游还有更高的追求——做引领旅游行业的精品。

“过去的模式是靠卖门票赚钱，新的理念是提供给游客更丰富的旅游产品，卖的是生活方式。”张建华说。比如，有的民宿主打“星空游”，游客可以在这里进行天文观测，有的则主打“慢生活”，房屋建在偏僻的山中，却安静、清幽，还获得了国际设计大奖。

位于丽江古城与玉龙雪山中间点的东巴秘境景区也是一个典型代表。景区不收取门票，但提供了多样化的旅游产品。在这里，游客可以租房自驾，也可以在花海牧场闲逛。年轻的游客可以选择住木屋、帐篷，享受自然星空；年长的游客可以选择住康养酒店，安静、舒适。喜欢刺激的游客可以走一走玻璃吊桥，从空中穿越近百米深的裸乐大峡谷；喜欢文化的游客可以看一看民族风情表演，在山谷间同少数民族的表演者对唱山歌。丽江东巴谷生态文化旅游股份有限公司董事长王化新认为：“客人能够在景区中进行深度体验，景区才会更有生命力。我们希望在这里，游客可以将旅游变旅居，从单纯观赏自然风光，变成体验文化生活。”

王化新还告诉记者，像东巴秘境景区一样主动谋求转型升级的在丽江的旅游市场上并非个例。从几年前开始，游客来丽江住宿，要么会选择有特色的民宿，要么就选择四星以上的高端酒店，而低端酒店即便在旅游旺季也很难售出。游客上玉龙雪山，既可以坐便宜的小索道到半山腰，也可以坐贵一些的大索道直达冰川公园，现在是价格最高的大索道一票难求。“随着消费者对旅游产品要求的提高，转型升级是必然选择。这也说明我们并非缺少市场，而是要打造更符合消费者需求的、更具有吸引力的产品。”王化新说。

新技术 智慧旅游 安全贴心

除了更丰富的旅游产品，近年来，丽江

也十分重视依托新技术构建智慧旅游。

走进丽江古城，人们就会发现智能管理、智能服务已遍布景区的每个角落。

在游客服务中心，智能机器人“小丽”和“小江”穿着传统的纳西族服饰为游客提供引导服务。他们可以显示景区地图，还可以播放歌曲，或者跳上一段传统的纳西族舞蹈。工作人员告诉记者，“小丽”和“小江”的服务特别受小朋友们喜爱。

景区里还有30个智慧厕所，这些厕所门口悬挂着显示屏，可以提示温度、湿度、如厕人数和蹲位占用情况，取用手纸则可以通过手机扫码来完成。

古城内道路狭窄，日接待游客最大承载量约20万人。但在春节这样的旅游高峰期，游客数量往往会远超限定。要化解此类难题，大数据就派上了用场。丽江古城内的电子屏可以实时显示景区内游客数量。电子屏连接着古城保护管理局内的管理平台，哪里拥堵了，管理人员和志愿者都能及时知晓，可以通过应急广播、智慧闸机等对人流进行控制和疏导，保障游客安全。

丽江古城内的建筑多为纯木质结构，需要格外注重消防安全。为此，古城布置了智慧消防系统。每家商铺都安装有烟感报警器，警报可以通过手机APP发送给店主和社区的消防安全员。更重要的是，为避免出现消防栓无水可用的现象，智慧消防系统会对丽江古城内400多个消防栓的水压进行24小

时监测。一旦水压不够，就会自动报警，由管理人员前来及时维修。

有了这些新技术的守护，行走在丽江古城，游客们更安心也更舒心了。

新品位 融古于今 彰显底蕴

如果说，思路上的创新是丽江旅游新发展的“大脑”，技术上的创新提供了“筋骨”般的支撑，那么重新打造丽江旅游的文化内涵，则是注入了新的“血液”。

许多游客都遭遇过这样的尴尬：无论是到江南水乡旅游，还是在西北小镇游览，街上卖的纪念品、可以体验的旅游项目全都差不多。这就是旅游同质化的问题。只有树立起差异化的招牌，才能真正为游客提供有价值的旅游服务，而这也正是丽江旅游在探索的路径。

在丽江古城保护管理局常务副局长和丽军看来，要避免同质化，首先要有文化底蕴做支撑。丽江古城恢复了许多名人故居和历史遗迹，还保存有丰富的民族文化。纳西族的东巴文化已有1000多年的历史，主要包括东巴文字、东巴经、东巴绘画、东巴音乐、东巴舞蹈等，这些艺术形态至今仍在丽江古城中传承。从剥茛花树皮，到捣浆、捞纸、

晒纸，在古城的东巴造纸馆，游客可以体验东巴文化中传统的造纸工艺，还可以亲手制作。而在纳西象形文字体验馆，游客可以了解这种文字，甚至不少外国游客也会专程来这里学习。

除了传承本土的传统文化，丽江也积极吸纳外来文化。大型实景演出《印象丽江》，大型歌舞《丽江千古情》等，早已成为丽江的文化名片蜚声海内外。而十月文学馆、《喜院故事》沉浸式话剧等文化项目也正在推进，不久即将成型。

而丽江最新打造的古城IP形象“丽江萌蛙”，又是一个融传统于当下的典型代表。丽江萌蛙的形象来自于丽江巴格图图腾中为人们指引着方向与时令的神蛙，这一形象未来会出现在各种丽江古城的文创产品上。丽江萌蛙的手机APP也已上线，在其中，丽江萌蛙化身旅游体验官，可以跳舞、讲解，带领游客一同领略丽江的历史文化和自然之美。

过去提起丽江，有的人对她的印象是“文艺”，有的则说是“商业气息太浓”。而和丽军所希望的，是丽江能早日摆脱这些单一的标签，真正成为一个更有文化内涵的古城代表。“希望不同业态的文化能在丽江古城发生碰撞，融合、交汇。丽江古城就应该是一个开放的古城，包容着多姿多彩的文化。”

2012年6月，在《保护世界文化和自然

遗产公约》缔结40周年之际，时任联合国教科文组织世界遗产中心主任拉奥到丽江访问考察时，对丽江在保护和管理世界遗产工作上给予了高度评价：“中国一直在尽最大努力来保护世界遗产。丽江之行，我欣喜地看到丽江人民保护世界遗产的巨大热情。丽江积极探索以世界遗产保护带动旅游业，再以旅游业反哺世界遗产保护的模式。同时，丽江加强对极具原真性的传统民居的修复，为历史名城镇的保护提供借鉴。”

2012年8月，时任联合国教科文组织文化助理总干事班德林在调研丽江古城遗产保护情况后，对保护管理工作也给予了高度评价：“丽江古城管理局是一个非常高效、非常专业的保护机构。丽江探索出的世界遗产保护与旅游业发展良性互动模式，值得全世界推广和学习。”

照片说明：

①亮相丽江的智能机器人。

②智慧厕所。

③丽江古城街道。

④实时人流量显示。

⑤丽江古城综合管理控制中心。

⑥急救站。

⑦纳西象形文字体验馆内的外国游客。

刁世峰摄

刁世峰摄

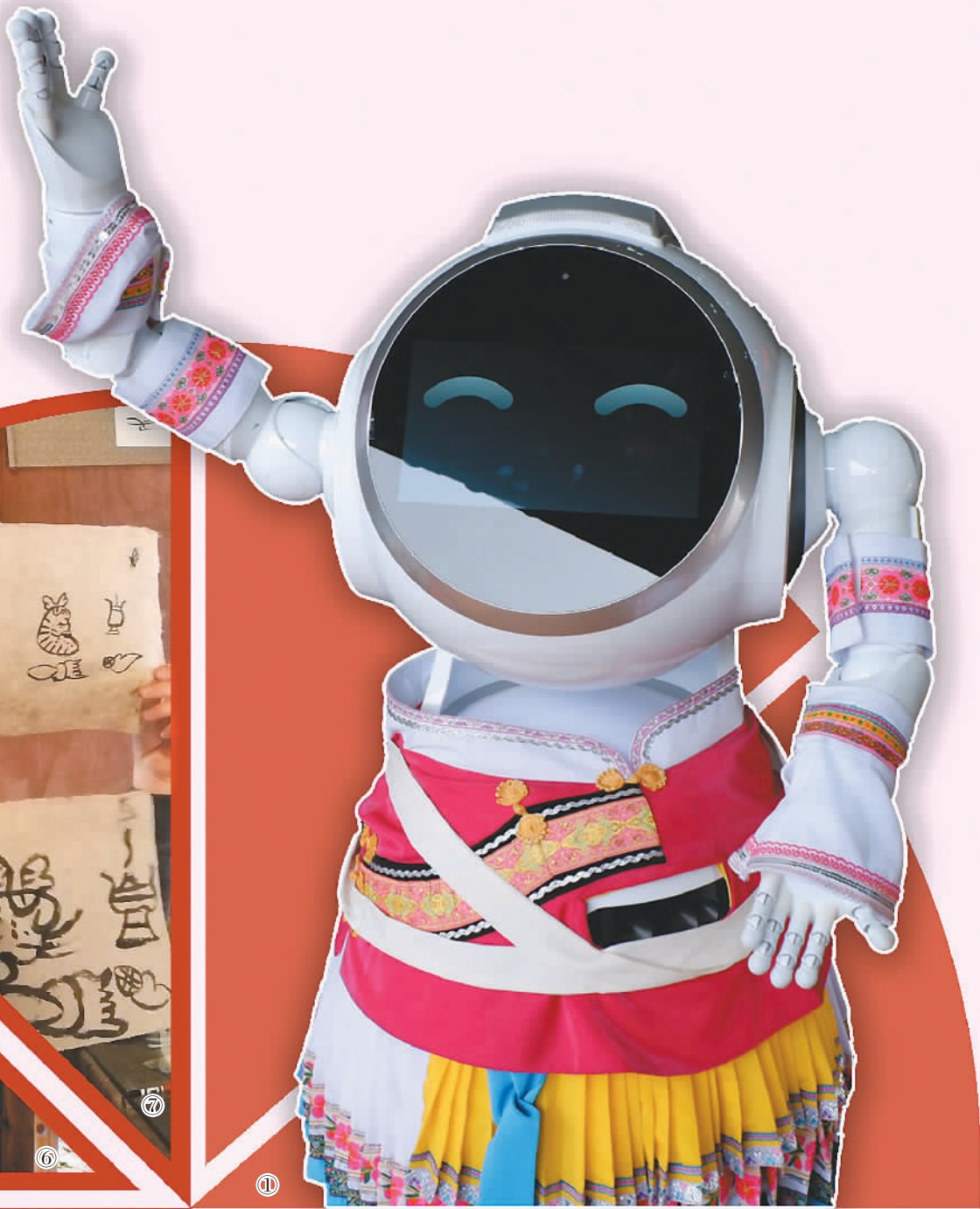
资料图片

李贞摄

资料图片

刁世峰摄

资料图片



制图：潘旭涛