

# 策划6种类型生态文化旅游体验线路 山西太原让古树名木“活起来”

■中国城市报记者 张亚欣

日前,山西省太原市规划和自然资源局出台的《太原市古树名木保护专项规划(2021年—2035年)》(下称《规划》)明确,该市将依托城乡古树名木资源,策划6种类型的生态文化旅游体验线路,旨在真正让古树名木“活起来”,讲好悠久生动的历史文化故事。

山西作为历史文化资源大省,文物古迹众多,省会城市太原更是拥有2500年的建城史,但其在文旅产业的发展上并不突出。是什么阻碍了太原乃至山西文旅产业的发展?依托古树名木资源,推出6类生态文化旅游体验线路,能否助推太原文旅产业发展?意欲振兴文旅产业的太原该如何交上一份满意的答卷?

## 历史文化资源丰富 文旅发展亟待脱颖而出

山西省作为中华民族发祥地之一,拥有独特丰厚的历史文化遗产。第三次全国文化普查结果显示,山西境内现存的古建筑文物多达28027处,其中忻州五台山为四大佛教圣地之一,大同北岳恒山为中国五岳之一,晋中平遥古城是我国现存著名古城之一,皇城相府、乔家大院、王家大院等展示出了山西民居的独特风格……

而山西省会太原古称晋阳,又称并州,素有“龙城”的美誉,更是拥有2500年的灿烂建城史。其旅游资源丰富,人文景观众多,如古典园林晋祠风景优美,文物荟萃,祠内周柏、难老泉、宋塑侍女像堪称“三绝”,具有很高的艺术价值;天龙山石窟包容了东魏、北齐、

隋、唐、五代近5个世纪的作品,游客在这里能够充分领略到东方石窟艺术的动人魅力;有着“太原城市标志”之誉的双塔寺以及展览有名贵殷代铜觥的山西省博物馆等,都是人们游览观光的好去处。

实际上,尽管拥有得天独厚的历史文化资源禀赋,但中国城市报记者注意到,太原乃至山西近年文旅业发展亮点并不突出。其原因是什么?

四川师范大学旅游与城乡规划研究院副院长兼总规划师、国家文化公园咨询委员会专家李小波在接受中国城市报记者采访时表示,首先是产业结构的文旅失衡,太原和山西长期以来以工矿业为支柱,相比之下文旅产业投入大、周期长,效益不明显。其次是文旅表达的项目缺失,“表里山河”的山西地上文物数量位居全国第一,但如何讲好太原故事、山西故事,还没有形成权威性和趣味性的研学体系;太原有历史、有古迹,但缺乏表达的手段和体验式的项目;最后,是当地文旅与全国范围游客的感情裂缝,太原的文化很精彩,但对外地游客和新生代游客来讲,属于“与我有什么关系”;旅游业不能陷入“自我沉浸式表达”,实现长效发展的关键在于让游客实现沉浸式参与。

## 转型路上出新招 以古树串联文旅特色

近年来,山西一直在谋求文旅产业的转型发展。

“山西文旅资源得天独厚,文旅产业发展前景广阔。虽然受疫情等因素影响,文旅产业发展暂时遇到困难,但也正是做足内功、积蓄力量的重要时

机。”山西省委书记林武在近日于运城市召开的山西省第八次旅游发展大会工作会议上指出,要把推动山西文旅产业高质量发展放在同步推进“两个转型”的大战略下来审视和把握。在产业转型上,重点要把资源优势、比较优势转化为产业优势、经济优势,延长产业链条,推动文旅产品多元业态融合,实现传统观光休闲游向深度文化体验游转变;在数字转型上,重点要通过数实融合、数智赋能,推动实现文旅生产方式、体验方式、服务方式、治理模式的全方位创新,培育文旅行业发展新优势、新动能。

作为省会城市的太原在山西产业转型发展路上也不断使出新招。不久前,太原市规划和自然资源局出台的《规划》明确,该市将依托城乡古树名木资源,以古树村镇、古树公园和古树街巷等古树名木主题公共游憩体系为主要节点,结合现有的市民小游园、公园、植物园、风景名胜、城乡绿道、名人故居、文物古迹、古村落民居、民俗老街区等自然景观和人文资源,策划6种类型的生态文化旅游体验线路。

具体来看,这6种类型的生态文化旅游体验线路包括“晋之源”古树体验专线、“三晋首邑”古树体验专线、“汾河水韵”古树体验专线、“并州访古”古树体验专线、“太原树王”古树体验专线、“古树研学”体验专线。

古树名木承载着大自然和城市的厚重历史积淀,具有很高的历史文化和生态景观价值。据统计,太原市六城区、三县、一市范围内,迄今为止共发现百年以上古树9806株;树龄在500年以上的一级古树有457株。

如今,这些古树作为历史的记录者,串联起太原市内的文化旅游资源,生动地“讲述”社会发展和历史变迁。比如晋祠的两株周柏即齐年柏和长龄柏,宋代欧阳修、清代傅山等历代文人雅士对之多有赞誉,其对于太原市民而言更是家喻户晓。太原市文物保护研究院研究员张树民坦言,他小时候学校组织春游,老师就讲这两株柏树;现在他将两棵古树的历史典故再讲给游客、孩子们听。

“千丈之木,本于一根”,古树名木对太原文旅产业的发展具有重要意义。除了空间上的旅游线路,古树名木还形成了主题性的研学内容。”李小波表示,古树名木展示了太原的山水环境。在中国古人的地理观中,大地为骨骼、河流为血液、树木为毛发,古树则是太原这片人类栖息地在千百年的演变中,生生不息的科学表征和人文象征。同时,沿着河流、古道、街巷的古树,不仅构成了太原最美的风景廊道,更演绎出太原古代城乡发展的“协奏曲”。古城的形成以山河生态为基,以宗庙为先、以诗意栖居为魂,城墙之树、官署之树、寺观之树、祠堂之树、郊野之树等,均在人类活动下形成精妙的布局,比如城郊的社树是古代朝拜、管理、伦理的凝聚中心,围绕其逐步演变出公社、社会、社员等人文概念和格局。

李小波进一步称,太原推出6种生态文化旅游体验线路更加便于古树文化故事的传播。古树名木的名称、特性有深厚的文化内涵,如太阳神树扶桑和若木、国之建极的建木、避邪的桃木以及构成“楷模”的周公墓前的楷树与孔子墓前的模树等。

## 文旅产业发展 如何实现质的突破

回顾太原市文旅产业10年间的发展成果,不难发现已小有成就,比如确定了一环(环太原东西山旅游公路)、一带(汾河景观游憩带)旅游产业总体布局,积极打造西山、汾河、晋阳古城、太原府城四大旅游板块,积极培育“锦绣太原”旅游品牌体系,全力叫响“古都晋阳”历史文化旅游品牌、“千年府城”历史文化旅游品牌、“生态西山”生态文化旅游品牌、“诗意汾河”文化旅游品牌、“红色太原”文化旅游品牌、“太原制造”工业文化旅游品牌、“田园并州”乡村田园旅游品牌、“清凉太原”休闲康养旅游品牌八大旅游品牌。

数据显示,太原市接待国内外游客人数从2012年的2977.69万人次增加到疫情前的9652.39万人次,旅游总收入从355.6亿元增加到1171.83亿元,游客消费结构进一步优化;在太原过夜游客停留天数逐步增加,二日游、三日游比重持续提升。今年8月,文旅部公布第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单,太原市钟楼步行街、太原古县城榜上有名。

种种迹象表明,太原正大力发展文旅产业及夜间经济。那么,这座具有悠久历史的城市该如何在在文旅产业上打破桎梏,实现突破性发展?

“一提起太原或是山西,人们首先想到的是煤炭、重工业。因为这些元素会直接影响城市环境,所以不少外地游客提起山西旅游就热情不足。”具有多年旅游产业规划经验的吴楠告诉中国城市报记者,太原乃至山西想要发展好文旅产业,除了利用现有资源打造亮眼文旅品牌、设计如古树主题般的特色旅游线路外,还要加码城市形象宣传,让更多不了解太原、山西的人改变刻板印象,激发人们前来旅游的信心和决心。

针对发展夜间经济,成为合格的国家级夜间文化和旅游消费集聚区方面,李小波建议,太原应打造产品与场景结合、消费与氛围结合、不同层次消费结合、外地与本地结合的消费场景,同时还要大力发展夜间娱乐的互动模式。“传统的消费模式是资源吸引游客,未来最高级的发展趋势是游客吸引游客,让来自不同地方的游客产生主场意识,让游客之间互动,打造交流场景、营造交流氛围、创造交流产品。”李小波说。

## 北京城市总规成果展 亮相市规划展览馆

近日,“迈向中华民族伟大复兴的大国首都——《北京城市总体规划(2016年—2035年)》实施成果展(2021年版)”在北京市规划展览馆展出。展览集中展示北京城市总体规划实施第一阶段的主要成果及下一阶段重点目标任务,部分文字内容、指标数据、图纸照片首次向社会公开。

中国城市报记者 全亚军摄

