挖掘文化特色，合理布局商业业态，打造沉浸式体验旅游

定海古城“高颜值”能否转化为经济价值？

□记者 黄燕玲 文/摄

近些年，舟山在旅游产业上下足了功夫。今年春节期间的定海古城，就成了市民朋友圈中的一道靓丽风景。中西大街上空悬浮的油纸伞、绚丽的星星彩灯，人民中路树间不断变化色泽的水母灯、树杈中灵动的兔子灯，每一处细节都彰显着这座古城的浪漫。

美则美矣，但要论景观打造所带来的经济效益，似乎有点不尽如人意。人们循着美景打卡中西大街，却发现街边业态单一，更谈不上互动性的旅游体验。往往拖家带口乘兴而来，在朋友圈留下“打卡”照后便匆匆离开了。

古城该如何将“颜值”转化为经济价值？

节假日景色打造多走一步

今年的定海古城，特别是中西大街在春节期间美翻了一众人。走在其中，人们很难不为这份景色所倾倒。年轻妈妈郑女士是其中之一，于是她打算带着女儿来感受古城的别样魅力。

为了给女儿更好的节日体验，不会做汉服妆造的郑女士，特意花了120元，请专人上门做妆造。看着女儿穿上汉服，提上花灯，夜色朦胧之时，娘俩来到古色古香的中西大街一同领略传统中国年。

古街的窗棂、拱门、青砖皆是景色，随手拍的照片便有着足够的氛围感。

一圈拍下来娘俩也累了，想找个地方休息一下，却发现沿街店铺多为服装店、美甲店等，业态较为单一，咖啡店和酒吧也不适合作为亲子闲逛的店铺。最终，娘俩只能在第一百货吃了顿披萨。

“该是带孩子吃糖葫芦、画糖人、描九九消寒图的时候，我却带她吃了与传统文化无关的披萨。”郑女士说。

并非披萨不好，只是她想借着这个景、借着喜庆气氛，给孩子更完整的传统节日体验。

郑女士提出自己的畅想，相关部门节假日时期能不能在造景之外，多往前走一步，让中西大街衍生出更多的业态？也许可以在中大街的小广场搭一个戏台，进行非遗表演；或是设置一个地摊市集，卖花灯、卖头饰、带孩子描九九消寒图，甚至于现场租赁汉服。

之所以产生这样的想法，是因为郑女士带着女儿拍照时，路过的不少小朋友投来了艳羡的目光，也有妈妈上前询问漂亮的花灯是在哪儿买的。而当这些妈妈们得到“在街上买不到”的答复时，也颇感遗憾，甚至缩短了在街上停留的时间。

“如果这时周边正好有这么一个传统市集，可以租赁汉服，做汉服妆造、购买花灯等传统周边，那么小朋友的需求在当下就可以得到满足，整条街的节日氛围也将更为浓厚，每个人留在古街上的时间也会相应延长。”郑女士说。

采访中，有不少市民表达了和郑女士类似的想法。如若说，中西大街场地有限，那能否开辟周边区域？望着在水母灯、兔子灯映衬下灿若星河的人民中路，有市民提出，能否在人民中路一带衍生出“节日限定夜市”，暂时清理出人行道，整理出摆摊区域，请来有兴趣的商家，开展业态丰富的市集。让政府花心血、花价钱所造的景色“活”起来。

“如果节假日有这么一个地方、这么一个热闹的市集可逛，我想，人们对这座城市的记忆肯定会更加深刻。”郑女士说。

一座城市，该有一处文化印记，留给大人去念想，留给小孩去憧憬，在岁月长河中，历久弥新。“我想给孩子创造更多关于家乡的记忆，以后不论她在哪个城市生活，每到节假日，她总能想起家乡，向大家宣传家乡。”郑女士说。

给市民一条日常“好逛”的街巷

记者在采访中发现，今年中西大街的美景吸引了不少怀旧的“老定海”，钟阿姨便是其中一位。看着人来人往的街巷，钟阿姨感慨这是“熟悉的年味”。

在“老定海”的记忆中，定海城是有固定商圈的。买衣服去解放路，买小礼品去中西大街，吃早点则在东大街……每条街巷，都有真切的烟火味道。但随着城市建设的进程，老商圈的没落速度非常快，对曾经繁华的中西大街而言，最致命的是“人气”没了。

也许是网络购物的冲击减少了大家逛街的欲望，也许是出行方式的改变，让大家在看过了外面的旅游景点后，觉得中西大街普通了……总之，这些年，逛中西大街的人少了。

人流少了，有意思的店铺也就少了；有意思的店铺引进不了，逛中西大街的人就更少了。仿佛一个恶性循环，“老定海”们说不出中西大街是什么时候突然“不好逛”的，只是有一天突然走进去，发现人流寥寥。

过去几年，因为疫情原因，出市跨省的旅游少了，市民便将出行目光从市外挪回了舟山。展茅、小沙、马岙以及各个小岛乡村海岛旅游火热的同时，定海城中的旅游却依然没有兴旺起来。汉服爱好者白如故对此深有感触。

白如故在中大街开了一家汉服体验摄影馆，可做汉服妆造，也可提供汉服租赁。“店铺开到中大街，就是看中了它的古色古香，和汉服产业相得益彰，希望它的‘古’能为我带来客流。”回忆起选址初衷，白如故说。

只是让她没想到的是，前来的客人中，除了汉服圈的好友，就是通过小红书等社交媒体寻找而来的网友，真正来中西大街旅游的客人比较少。

闲暇时光，从二楼窗户向外眺望，白如故会为中西大街的业态而感到可惜。古街该是多元的、文化的，充满生活和人文气息的，如今的古街，最多的是服装店、饰品店，而且特色不鲜明。

“去年夏天古街来了不少旅行团，我在店里能听到导游的介绍。导游以千年古城为开端，但当话题涉及街区文化、街区店铺介绍时，却难以详细阐述。”白如故说。

看着导游介绍的“后继乏力”，她不知道该替导游感到尴尬，还是替古街感到尴尬。单一的业态也无法留住游客，旅行团仅在古街短暂停留。

特意带来的旅行团都留不住，又怎能吸引游客自发而来呢？

一个城市中心的景点想要吸引游客，前提这至少是一个本地人爱去的、有烟火气息的地方。如何打造中西大街的烟火气息？

受今年春节期间中西大街的造景效果启发，白如故认为，合理布局业态、增加文化活动或将是一个引流的方式。

“今年过年，在政府造景效果下，店铺引流效果不错，短短几天前来加微信的客人是平常几个月的量。”白如故说。

所以不是大家不喜欢中西大街了，而是中西大街该换个能吸引人的新容颜了。若将整条街的业态重新规划，那慕名而来的客流就不仅限于节假日一时。

展茅黄杨尖村为什么能吸引年轻人跨越半个城市特意驱车去打卡，除了田园风光，其中出片的“网红”店铺也是吸引点之一。如果这些围炉煮茶、网红咖啡、手工甜品等受年轻人喜欢的业态，装修风格受年轻人追捧的店铺也能落地中西大街，是不是就能吸引年轻人呢？

盐仓的黄沙有三美工坊，可以提供做发簪、植物拓染、木雕等各种有新意的手工DIY，成为了周末很多亲子家庭的出游选择。如果将这些互动式的体验引入到中西大街呢，在便利的城中心体验会不会也吸引一众亲子家庭？

位于各大商场的“酷乐潮玩”“伶俐”等店铺能吸引客人驻足，促成交易，曾经中西大街的“哎呀呀”又何尝不是类似的存在？如果再现繁华，改变陈列和装修的精品店是否会再次回暖？

“目前的中西大街，业态是零碎的，需要整体规划。‘老定海’心中，中西大街应该是有文化的，但是说实话文化类的产业利润不高，租金过高容易吓退一众商家。”白如故说，目前租金方面的考虑也是让很多商家对中西大街望而却步的原因之一。如果相关部门在招商引资时有所侧重，对文化类、体验类的商家进行租金上的扶持，相信能在这里聚集起浓厚的文化生活氛围。

寻找文化底蕴，拓宽古城范围

谈及完整的业态，这让白如故想到了宁波的南塘老街。那是一条长长的仿古街，业态有民宿、餐饮，还有许多零售店铺。最让她心动的，还是老街的文化气息。广场上有卖糖葫芦的小摊，空旷处有个老戏台，经常有戏曲表演。

“去过很多的仿古街，这是我感觉中能留人的一条古街。”白如故说。

文化是古街的底蕴。一条街想要真正留人，光靠餐饮还不够，需要文化来支撑。

舟山的古城文化有很多内容可做，这里是海上丝绸之路的起点，“海上宋韵”概念独特；这里也曾见证舟山商帮在近代工商业史中留下浓墨重彩的一笔……文化是让人感觉“常来常新”的核心。

在打造沉浸式文化旅游上，白如故想到了一个办法，依托古城特色，开拓一日游。构想是：在入门处设置汉服妆造点，请游客穿好汉服、做好妆造以后，拿着特制地图，去各处景点和特色店铺盖章。“对游客来说，能够增强互动体验，了解古城风貌，对店铺来说，做到了实实在在的引流。”白如故畅想着。

可行吗？当然需要进一步的论证。

今年立春节气，定海柳永文化广场举办了一场立春市集，现场设置了请立春“迎春花神”主持开市的环节，身着华服的“花神”携带花灯款款而来，随后花灯在各个身着汉服的摊主之间传递。这样“传灯传福”的惊喜的环节吸引了现场男女老少的注意。为了一睹“花神”容颜，大家主动站到了台阶高处。现场还有投壶、描画、品茶、做簪等环节，有着寻春、品春、咬春、打春、闹春等有意思的名字，大家拿着打卡地图挨个摊位地排队体验，为大家科普传统节气的同时，增强了体验感。

这次文化活动的成功举办，说明市民对沉浸式的文化体验活动是认可的。

只是柳永文化广场本身鲜少有业态，这样一场热闹的市集，对后续的经济引流作用寥寥。这种形式若是引到中西大街，有了古街的氛围感衬托，或许能引起更大的轰动，引来更大的客流，产生更大的经济效益。

活动和景点的打造，处于割裂的状态，这也是目前活动打造时的一个通病。而在杭州的宋城景区，就将活动和引流结合得很好。

在宋城，游客的体验感被放在了首位。在不同的时间节点，宋城会开展不同的活动。例如去年秋季，宋城便开展了“天灯节”主题活动。《天灯盛宴》《河灯祈福》《华灯巡游》《初上灯会》《华服秀》等主题演出和活动让游客眼前一亮。让大家在体验时，对宋城有了更深入的了解，产生了平常也想来的想法。

然而想要做好古城文化文章，产生良好完整的业态，中西大街还得“扩容”。

目前的中西大街长度有限，店铺数量也不算多。将中西大街和东大街、芙蓉洲路等一同打造，加入周边陶家弄、县前街等弄堂，东大街周边颇有古韵的建筑等，将连线成面。引入民宿、特色餐饮等业态。除了节假日的特别策划之外，开拓戏台等演出区域，日常定期举办各类演出，不断创造文化热点，以文化带动人气，以完整业态稳定人气。

有学者说，旅游是一件非常潮流的事情，必须将最新最潮流的事情安在旅游这件事上，才能更好地吸引游客。这一点都不假。随着交通的便捷、资讯获取的便利，广大游客，特别是长三角地区的游客见多识广，对旅游的追求越来越高，他们追求的不再是景观，而是一种文化与精神。宋城的成功，便在于它摆脱了“以景打景”的初代旅游模式，给了游客更高的精神享受，以及一站式的体验服务。

古城首先是“好玩”“好逛”的，古城才是能留人的。