

# 传统文化带& 文旅融合新故事

长久以来,大运河、长城、西山永定河三条文化带承载了北京“山水相依、刚柔并济”的自然文化资源和城市发展记忆,历史悠久、内涵丰富、底蕴丰厚。近年来,在有了保护发展的顶层设计后,如何实操则格外关键。路漫漫其修远兮,下一步,如何让文化带在科学保护中开发,以及如何通过全新商业运营思路,使之成为京城消费新亮点,都还需要不断探索。



沈望舒 | 北京市社会科学院首都文化发展研究中心副主任

## 定位:努力讲好遗址故事

北京大运河文化带的发展要找准自己的定位,从自身拥有的优势下手布局。

纵观运河文化可以发现,它实际贯穿了国内多个省市,而将北京的大运河文化带与南方等城市进行比较可以发现,由于南方的运河一直在延续着此前的作用,尤其是江浙地区的运河文化,处于一种活体状态,由此衍生了周边的商铺以及美食等,与人们现在的生活紧密相关,带来了消费和贸易,是实实在在的文化,有着持续的底蕴。而北京的大运河文化带更多的是处于一种遗址状态,曾经的漕运作用已经不复存在,因此在动力

机制以及活力等方面,与南方存在差距。

基于以上原因,北京的大运河文化带在发展过程中,不应以己之短拼人之长,而是要找到自己的优势。而观察北京段的大运河可以发现,河道经由通州一直延续至皇城脚下,同时北京作为大国首都以及全国文化中心,拥有着皇城文化、红色文化、长城文化,因此要合理运用自身的优势去发展大运河文化带,并用历史文化的影子引出当代文明的光辉,这将会吸引国内外各方的优秀项目,进一步增加北京大运河文化带的魅力、自信与吸引力。



魏鹏举 | 中央财经大学文化经济研究院院长

## 引流:鼓励社会力量参与保护与传承

与过去相比,北京大运河文化带的发展更加自觉,文化带上的旅游发展以及相关领域的产业发展之间结合越来越紧密,像国家提出要建设大运河国家文化公园,运河文化带的整体发展也越来越成形,形成一盘棋的发展布局。北京运河文化带的消费亮点有旅游观光、文创产业开发、影视作品的推出以及舞美基地的筹建等。接下来,相关主管部门应该继续鼓励社会力量参与运河文化的保护和传承,在这个过程中发挥新闻媒体的推广宣传作用,促进非遗走进更多人的生活中来。

但是北京大运河文化带要注意强化自身的功能性,文化是一种生活方式,而不是抽象的符

号概念。要“有里有面”,如果大运河文化带只是一个文化概念,没有实际功能支撑,就很难深入人心。对于相关部门来说,不仅要做好生态景观的建设,通过宜人的环境吸引更多的游人,让游客在游览过程中潜移默化地了解大运河文化带北京段的一些历史和文化,通过旅游起到更好的文化传播效果。也要强调对物质文化遗产的保护。同时,要增强人民群众的文化获得感。在大运河文化的活化利用和产业开发过程中,必须坚持以人为本,把群众利益放在首位。将大运河文化元素融入传统街区的改造提升与特色小镇的规划建设之中。



陈喜波 | 运河文化研究所所长

## 传播:打造日常生活的好故事”

目前北京大运河文化带推进的速度、宽度和广度都比以前大很多,相关部门在各方面都更加重视对运河文化带的建设,比如对于5A级景区的打造、推进,北京东部的第一个5A级景区即将创建。相关部门还整合了“三庙一塔”景区、大运河森林公园等运河沿岸的文化旅游资源,周边的服务设施也在逐步完善。不仅是旅游,还将购物、体验等方面融入文化带的筹建之中。此外,通州“三庙一塔”南广场已经启动建设,张家湾设计小镇也已经进入招商运营阶段。北京运河文化带的消费亮点是特殊地带的商业发展,比如环球影城,在大运河边上进行体验式旅游,有利于大运河文化带在文旅方面的进一步发展。

不过同样应该看到,北京大运河文化带在“讲故事”的部分仍有提升空间,如何通过“讲故事”来打通过去和现在的联系,让它走进人们的文化生活和日常生活是当下非常重要的问题。大运河文化带的传播,可进一步深化对历史文化挖掘等。另外,在文物古迹的保护、利用的深度、广度、范围和类型上还能有所拓展。需强调的是,相关部门对于物质文化遗产还要加大保护力度,对遗址保护的重视程度要增强,比如对古代河堤的保护,很多古代河堤都有很大的研究价值,但是人们对其重视程度还有所不足。另外还要注意河边传统村落的进一步开发。