

深读

深挖文化IP 引入新潮元素 链接特色产业 浙江古镇破解“寒风起、客流稀”



宁海以前童古镇为枢纽,把温泉、滑雪等资源整合成特色旅游线路。图为火爆的宁海第一尖滑雪场。 通讯员 童俊霖 摄

■ 本报记者 肖淙文 宋彬彬 陈醉 通讯员 吴帅

西市河边的街巷里,乌镇戏剧节剧目《查理的默片奇旅》再度上演;灵水居码头,《tatata》剧目演出团队用童真的肢体语言与孩子们嬉戏互动……

这是乌镇戏剧节举办以来首次返场巡游。2月10日起,全球31个艺术团体重返乌镇,为小镇新春贺岁拉开了序幕。与此同时,浙江众多小镇也是一派热闹景象:宁海前童古镇串联周边温泉、滑雪等资源,带热了小镇休闲游;盐官古城办起篝火音乐会;慈城大集吸引数万人次到场……

浙江小镇多元创新,打破了往年“寒风起、客流稀”的常态。“小镇越冬的各式休闲形态,正为浙江文旅打开新可能。”浙江大学休闲学与艺术哲学研究院常务副院长林玮说。

深度开掘 把文化IP做到极致

天气全面转暖之前通常是古镇游的淡季,但记者日前走进乌镇,看到了不一样的场景:工作日上午,地面停车场满满当当,挂着鲁、赣等外地牌照的私家车排队驶入地库。灵水居码头旁,摊主徐芳用一把大勺搅拌着乳白色的羊腿浓汤,蒸腾的热气吸引了一众游客驻足。“现在人不算多,到了晚上还要热闹呢。”徐芳说,天冷的时候,每天都能卖出两百碗。

入夜,河两岸的灯光秀亮起,行人抬头,看到的是乌镇特色IP:“容易钟情热酒馆”的酒旗上,当代文学家、画家木心先生的名句动人心弦——“容易钟情的人,是无酒量的贪杯者。”“月影水乡古典酒”“烟雨廊桥托蒂”等招牌上的名称,让人光看看就感受到了江南味道;灵水街19号的“泥炉暖锅”,则用乌镇传统泥炉烹饪技艺,推出回味木心先生记忆套餐,精心复刻其笔下美食。

更多水乡特有的文化元素,藏在街头巷尾的趣味互动中。行走在青石板路上,记者遇到不少手握杯子的游客,他们在不同店铺前驻足,体验乌镇越冬新玩法——“零拷”。在从前物质不充裕的年代,提着瓶瓶罐罐去酱园、酒铺“拷”一点酱油或老酒,是江南的寻常生活场景。如今,游客可以自带容器,打卡十余个“零拷”点位。一碟酱菜、一把橘子糖、一块酥饼……甚至泛舟河上时,也能与载着米酒的“零拷”漂流船不期而遇。

古镇淡季不淡,今年春节期间,乌镇景区游客人数同比增长23.75%。

“季节性旺季,是传统景区的常态。但近两年这种现象有所缓解,一个重要原因就在于风光淡出,场景凸显。”林玮分析,景区仅仅依靠自然禀赋仍不够,还要以IP运营思维来经营景区。

乌镇依托文学基因推出特色活动,浙江省发展规划研究院首席专家赖华东将其总结为“文化IP+烟火体验”,“复制推广的关键在于深挖本土文化符号,结合节庆、市集等打造高频互动场景。这可以适配多数有历史底蕴的小镇。”

在宁海前童古镇,多所大学毕业生将结合宁海本地文化IP设计的毕业作品,集中展示于“毕设小院”。小院售卖的古镇原创冰箱贴、望海茶特色茶饮等,深受年轻人喜爱。去年12月,这里还成为了浙BA特色观赛空间。露天大屏幕前座无虚席,本地居民与游客聚在一起,为每一个精彩进球呐喊助威。现场还特别发放“浙BA助威消费券”,观众可凭券在小院内品尝本地美味。

盐官古城—潮乐之城推出的《潮乐之争》实景游戏,则以民国盐官历史为蓝本,将盐税改革、中西乐碰撞、新旧商业理念冲突等历史元素编织成可参与、可感知的沉浸式剧情。置身古镇,游客可闻到街角酱园飘出的老卤香气,看到身穿长衫的“先生”与“警长”等NPC(游戏术语,非玩家角色)低声交谈,仿佛穿越回上世纪二三十年代。

“浙江许多小镇文化底蕴深厚,例如乌镇的文学基因、前童古镇的非遗资源等,都为IP开发提供了丰富素材。”赖华东说,近几年,浙江持续推进文旅融合与业态创新,如“微改造、精提升”行动,叠加民营资本活跃,也为古镇越冬项目落地提供了保障。



首届濮院电竞节去年12月举行,一群年轻人身着游戏服装在古镇巡游。 通讯员 王素媛 摄



安昌古镇腊月风情的美景和美味吸引了众多游客。 通讯员 姚加峰 摄

潮流出新 培育错峰体验的优势

行走在濮院时尚古镇,不少新潮元素随处可见:“春风集”篆刻展上,艺术家张静馨用传统技艺表达当代主题,“春眠的眼睛”“一切都是刚睡醒的样子”等作品融合绘画与变体字形,深受年轻人喜爱;去年11月开展的首届“濮院国际当代首饰艺术与设计双年展”,则汇聚全球八大国家馆顶尖作品,在展售一体模式下,游客不仅能一站式欣赏艺术品,还能将心仪作品带回家。

“古镇正在打破刻板印象,通过场景再造引进当代都市文化。”林玮说,跨界潮玩+年轻市场方向,核心是非季节性元素与全链条消费,特别是借助潮流IP,打造节展形态,将谷子+、卡牌+、票根+、游戏+、视听+等多种不受季节限制的潮流文化导入古镇。

去年12月,首届濮院电竞节就“圈粉”无数。9天时间,小镇聚集20项电竞、游戏、动漫IP,超过40个国家和地区的电竞领袖参与,覆盖30家全球TOP级电竞俱乐部,集结上百名电竞选手。专业战队、民间玩家、cosplay爱好者齐聚,游客在街头巷尾就能邂逅明星选手,咖啡馆一碰头就能现场“开黑”(玩游戏时,语音或面对面交流)。电竞节期间,濮院时尚古镇全网总曝光量突破5亿,游客量同

比增长60%。

“路上都是穿着游戏服装的年轻面孔,我们穿常服的倒像是异类。”濮院时尚古镇品牌总监周建笑着说,这看似与古镇格格不入的潮流元素,恰恰是淡季不淡的秘诀之一。濮院想做“灵感生活的策源地”“先锋文化的发生地”,要吸引的是下一个“路口”的消费人群。依托一系列时尚活动积累的口碑,今年春节假期,古镇酒店客房天天爆满。

当吸引特定群体的文旅元素与古镇形成了强绑定关系,传统的季节性淡季便不一定是劣势,反而可能成为游客错峰体验的优势。

“气温低没怎么影响客流,来玩的游客会更倾向于休闲、体验为主,也更愿意为我们街头艺人的表演驻足。”浙江音乐学院流行音乐系学生贺子明说,他去年11月来到盐官古城—潮乐之城,成为一名手风琴手。每天6个时间段,他与架子鼓、萨克斯等乐手会在固定点位演出。城外观潮,城内赏“潮乐”,每周的篝火音乐会,城内的NPC与观众高歌共舞;新年音乐会上,舞狮踏乐而行,机器人乐队奏响未来音浪。以音乐为桥梁和卖点,盐官古镇体验与互动的乐趣随之而来,赢得了良好口碑。

聚合相融 做产业链上一颗明珠

如果绘制一张客流量地图,会发现不少小镇并非游客探访的单一目的地。与小镇关联的出行轨迹,往往链接着当地产业或其他文旅要素。传统淡季的小镇,不只是展示江南风情的舞台,还可以是新型休闲方式的试验场、了解当地特色产业的窗口。

在《徐霞客游记》的开篇地宁海县,以非遗文化和传统民俗为代表的前童古镇春节期间人头攒动。文化味和烟火气留住了游客的脚步,也唤醒了人们心底的乡愁。

前童古镇正成为宁海旅游矩阵里的关键节点,串起全县文旅资源。“前童古镇的位置相对中心,我们以此为枢纽,把温泉、滑雪等资源整合成一条特色冬春游线,以通票打包的形式,为游客定制一到两天的休闲慢游。”宁海县文广旅局副局长黄寅德说。

“这种生态联动+康养度假模式,可以放大小镇的辐射范围。”赖华东分析,这种季节性特色游线,复制推广的关键在于整合周边资源,设计组合线路,适合周边有特色资源的小镇。

距前童古镇半小时车程内,聚齐了“冰火两重天”的文旅要素。上山,可解锁宁海第一尖滑雪场,在海拔958米的山顶,感受被群山和竹海包围的“云端”雪场魅力。与北方的雪场相比,这里多了一份独特的南方韵味,2万多平方米雪场铺开银白世界,开启了南方冰雪的“限定体验”。适合新手小白来提升冬日幸福感;慢游前童古镇,可以品尝特色美食“前童三宝”,用非遗草木染技艺,创作一块印有古镇“石窗花”纹样的文创;还可以在山林间卸下疲惫,体验浙江省首个国字号优质珍稀温泉——深则镇的“森林温泉”。“感觉像充了电,非常解压。”来自上海的游客李疏雨说,用一个周末的时间深入体验当地的生态、运动、文化等多个侧面,这种新鲜感和丰富性很难得。

如今,游玩过濮院时尚古镇的客人,很少空手而归,往往会顺手带上一两件羊毛衫。走进古镇内一家以“濮院毛衫”命名的官方集合店,两层楼的展厅内,汇聚了19

家桐乡老牌毛衫企业的新品。当“逛古镇、买毛衫”成为强绑定的标配,桐乡濮院羊毛衫市场的热闹劲儿甚至可与一二线城市的热门商圈比肩。

“我们古镇的名字里有‘时尚’二字,它建立的初衷,就与濮院纺织产业+旅游的发展思路有关。”濮院时尚古镇品牌总监周建解释,濮院是国内产业规模最大、集聚度最高的毛针织服装生产基地和集散中心。濮院时尚古镇就像一个窗口,不仅能让游客了解产业历史,还能通过积极承接国内外时尚活动、品牌展会等,形成“以产兴会,以会促产”的良性互动。

“进入‘旅居’或‘休闲’时代,浙江的优势开始显现。”林玮说,最为突出的就是浙江独特地理形态带来的各地风物差异。“七山两水一分田”,加上沿海多岛屿,使得浙江小镇往往在风土、物产等方面有较为明显的差异。

从温岭石塘到桐乡乌镇,从文成天鹄堡到龙泉宝剑小镇,有的地方盛产酒,有的地方盛产药,有的地方文风鼎盛,有的地方百业交融。这种风物的差异,需要小住细品。

例如在绍兴柯桥安昌古镇,千米临河廊棚下,红灯笼与油亮的酱货相映成趣,腊肠、酱鸭、酱鱼干蜿蜒排布,腊月风物季让这座“活着的古镇”成为江南颇具烟火气的打卡地;宁波慈城将整座城池化为舞台,驷马河国集集市上,百余摊位沿河铺开,宁波烤年糕、梁弄大糕等本土风味热气腾腾,“去慈城赶集”成了人们心中特有的年节趣味;临海台州府城携手网文《剑来》,以“网文+文旅”的双向奔赴,从线上的挑战赛,到线下与NPC互动、《剑来》场景化还原,在这里构建江湖世界,为各方宾朋量身定制了一个可观看、可触融、可体验的“剑来世界”……

慢下来,为传统淡季提供了逆转的可能。游客不再只为了看景,也是为了休闲和更丰富的体验——这,能进一步解锁小镇魅力,释放更多的消费需求。

他山之石

花式“整活”,这些地方有一套

成都“五凤溪·龙吟天城”该项目位于成都金堂县五凤镇,是以热门IP剧集《水龙吟》为核心同步开发的沉浸式影旅融合园区,去年12月开园。游客步入园区,便被环绕式音效、动态光影营造的氛围笼罩。AR技术让剧中的侠客、神兽仿佛随时会从街角现身,VR场景则带你穿越至剧情关键节点,亲手触发剧情转折。这种内容即场景、场景即消费的创新模式,不仅激活了IP的长期价值,更形成了“影视内容—线下体验—商业转化”的完整闭环。

开封万岁山武侠城 这里每年保持30%的节目更新率,从最初的单一“水帘区”扩展至六大主题区,演出规模从每日百场增至超3000场,形成了覆盖文化、场景、互动等的12条产品线。《三打祝家庄》的实景厮杀,《玉兔说媒》的趣味互动、仙侠奇境的梦幻演绎,一个个节目让游客瞬间“入戏”。2025年起2452.2万人次入园,实现

12.7亿元营收。在这里,穿汉服逛闹市、看武侠实景剧、与NPC沉浸式互动,游客用脚步投票,印证了“中式迪士尼”的独特魅力。

长春动植物公园“雪饼猴” 长春动植物公园内,一只“猴子”被压在“五行山”下,只探出半个身子,旁边的游客拿着食物排队等“投喂”,人群中三层外三层围得水泄不通,不时发出爆笑。这只因嫌弃游客“投喂”的雪饼“太干巴”走红的“猴子”,被网友称为“雪饼猴”,其扮演者是当前顶流NPC王铁柱。王铁柱自带搞笑天赋,无论什么样的游客来“投喂”聊天,他都能机敏应对,逗得大家笑声不断。渐渐地,“雪饼猴”表演被大家称为“五行山下的脱口秀”,这里也成了长春文旅的“新地标”。

(据新华网、光明网等)



临海台州府城紫阳街去年11月举办办办古唐斯括苍越野赛。 临海市委宣传部供图