



历史文化名城与旅游环境

——苏州、镇江比较谈

中共镇江市委研究室 滕玉林

〔作者简介〕镇江人，1955年生。南京大学毕业，对社会科学较有研究，发表有关社会、经济、文化方面的论文30多篇。

苏州、镇江，都是长江下游毗邻的两座历史文化名城。他们以其悠久的历史、灿烂的古文化、国际国内享有的知名度，融于城市众多的自然、人文景观之中，构成对中外游客具有强烈吸引力的旅游环境。从这两座名城与旅游环境的对比研究中，认真探讨历史文化名城与旅游环境的关系，不但是发展名城旅游事业的需要，其重要意义，还在于增强我们的名城意识，自觉做好名城的利用、保护、开发和建设，以适应改革开放对历史文化名城的客观要求。为此，重点要处理好历史文化名城与旅游环境五个方面的关系。

1、特色与环境的关系

特色是旅游的灵魂，环境条件又是旅游活动的前提。旅游环境应能达到，最好是高于一般环境质量基础上，在某些方面更有其突出的特色。或者是风光绮丽、或者是民族风情浓郁、或者富于古文化色彩，或者洋溢着现代文明……每一个地区总应当具有自己的特异之点，以此形成自己的“旅游形象”，才能够提高自己的吸引力。苏州、镇江等历史文化名城，则是以它悠久的历史、灿烂的古代文明，荟萃众多的人文、自然景观，令国际国内游客所向往。这两座古城，它们具有以园林建设相烘托、真山真水作背景的自然景观，和已经充满着人的主观意志造就的人文景观相互溶合。既有天然的，又有人工的；既有历史的，也有现代的；既有物质的，又有精神的；自然风光，历史古迹，风土人情，风味食品，民族的文化艺术，现代的科学技术等，构成了这两座历史文化古

城独特的旅游环境。作为古城旅游资源的开发，重在发掘这颗灿烂古文化的瑰宝，保护、开发历史文化名城特色，使之成为吸引中外游客的极富魅力的地区。因此，能否保持和提高历史文化名城旅游环境的特色，是衡量开发建设成败的关键。苏州在这方面作了有益的探索。这座历史悠久的文化名城，在其漫长的历史发展过程中，形成了自己的特色与风貌，以其“鱼米之乡、文萃之邦、锦绸之地、工艺之市、水乡之城、园林之城”的特色著称于世，获得“上有天堂，下有苏杭”的盛誉，成为吸引中外游客的旅游圣地。镇江，也是有近三千年历史的文化名城，素有“天下第一江山”和“城市山林”的美誉，在创特色旅游环境中，也作了积极的探索：形成了“三山”风景名胜区，南山风景旅游保护区，茅山风景保护区和宝华山自然保护区等四个省级风景区；有“天下第一江山”——北固山、“天下第一泉”——中冷泉、“天下第一楼”——多景楼等三个“天下第一”；有江天禅寺慈寿木塔、甘露寺卫公铁塔、西津古渡昭关石塔、鼎石山僧伽塔等风景迥异的“四塔”；有金山白龙洞、法海洞、焦山三泓洞、南山莲花洞、茅山华阳洞和高骊山溶洞等充满神奇色彩的“六洞”。对于这些历史文化名城给我们提供的采掘不竭的旅游资源，我们要因城制宜，突出每个城市的个性特色来。苏州和镇江，同是历史文化名城，同类的人文、自然景观颇多，更需要我们同中见异、走各自的路。没有特色，就失去优势，两地都雷同，谁也不稀罕。人们之所以看

了苏州还要看镇江,道理就在于镇江能从本地旅游资源出发,做发扬自己长处文章,形成了有异于苏州的“山、水、古、洞、港、泉”的天然特色。如独特的“京口三山”(金山、焦山、北固山)和南山组成的“城市山林”特色;由扬子江、古运河组成的水上游览特色;有古城风貌和悠久历史的文化古迹特色;有茅山华阳洞、鼋山七十二洞和高骊山溶洞等洞天奇观特色;由镇江大港开放港口为主体的港口旅游特色,不仅是国际游船进口的口岸,又处于东郊景区之内;还有金山“天下第一泉”和南山虎跑泉、鹿跑泉、林公泉、珍珠泉等特色。通过发展同别地相比特色鲜明、风格迥异而占优势的项目,令游客所到之处,在头脑中产生一个生动的形象,留下美好的记忆,满足其求新、求奇、求异的心愿。这些,正是特色旅游得以推进的动力,唯有如此,才能闯出文化名城旅游事业的道路来。

2、继承与创新的关系

历史文化名城有悠久的历史 and 一直延续不曾中断的传统文化,有壮丽的山河与优美的风光,对前人和自然的赐予,我们必须十分珍视。事实上,历史文化名城的旅游项目中,较多利用的是文物古迹和自然风光,并且卓有成效。否定历史的人必将为历史所否定。“继承”在历史文化名城旅游资源开发中,固然十分重要,但我们也不因此放弃历史文化名城开发旅游项目中的“创新”。以苏州、镇江旅游资源开发看,他们所依托的旅游资源,不都是高等级的秀山丽水、名胜古迹,也不一定都在著名的风景区,也不都是结构精巧、造型优美,装饰绚丽的建筑物,在些看来平淡无奇而不显眼的景物或地方,只要能刺激旅游爱好者的兴奋点,展现他们极少见到的东西,都可以用来招徕游客;名城被用来观赏的吸引物也相当广泛,既有历史的,也有现代的,既有精神的,又有物质的;凡是一切有益于游客心情需要动机、身体需要动机、精神需要动机、经济需要动机的东西,都可以巧妙地利用。因此,主观能动地创新,更具有举足轻重的重要作

用。如苏州新辟景点盘门,是吴王阖闾三年(公元前514年)伍子胥所建,为苏州古城门八门之一。他们巧妙地将水陆城门、瑞光塔、古石桥构成“盘门三景”,成为国外游客赞誉古城苏州为“东方威尼斯”的杰出象征;再如,根据苏州特色,创建的戏曲、刺绣、风俗,丝绸博物馆,荟萃姑苏文化、追寻历史渊源,被国外游客称为“东方博物馆之城”。在刺绣博物馆中,可以追溯苏绣历史,饱览苏绣珍品,观摩现代苏绣制作,成为了解、欣赏苏州、苏绣的绝妙场所。游客还可以爱好需要,及时选购到适意的精品,激发旅游者的兴趣。通过对古城旅游环境的能动创造,让游客达到探索奥秘、开阔视野,了解历史,增进知识之目的。古城镇江,亦可开辟丰富多彩的游览项目,丰富旅游内容。比如,三山旅游、古街古渡旅游、古典名胜旅游、自行车旅游、空海人唐旅游,长江古运河水上旅游、新丝绸之路旅游,江南农村旅游,以及钓鱼、烹饪、品尝水鲜、书法交流、学太极拳等旅游项目,还可以组织一些时令性的旅游活动,如除夕金山撞钟、中秋赏月,元宵灯会和各种旅游文体活动等等。同时,还应更有一些创新,给后代留下因为有了我们这个时代,而使历史文化古城引以为骄傲的东西。这种创新,既包含着传统文化、又体现了时代精神的产物。如古城许多重大经济建设项目,已经成为旅游资源,一些博物馆从内容到形式也颇有新意,一些近、现代史上的民族英雄、优秀人物事迹的陈列宣传,一些旅游设施在设计上别具一格等等。这些都是良好的开端,取得了一定的成效,但要做的工作还很多。

3、共性与个性的关系

旅游业的服务对象是国际和国内游客。从国际旅游业来看,世界旅游业的重心已经向东转移,亚太地区是一块古代文明和现代文明、传统生活方式和现代生活方式凝聚在一起的具有吸引力的板块。我国改革开放的政策,打开了对国际交往的大门。目前,上海浦东开发,又为苏州、镇江等文化古城旅游创造了更加美

好的前景。所以,历史文化名城旅游业,要注重个性化的发展,以特色旅游适应国际旅游重心的东移,同时,创造共性的旅游条件、满足不同层次游客的需要。为此,做好两个适应:第一,适应国际旅游形式向多样化、多层次、多功能发展。过去单纯地利用闲暇时间作游山玩水式的赏景观光旅游,已逐渐被形式多样,内容丰富、功能繁多的项目所代替。现代旅游者中,不少是出于职业需要,进行贸易和商务洽谈、出席会议、进行科技交流为主要目的捎带旅游;在大量的旅游者中,他们在追求一个主要游览项目的同时,实际上并不排斥其它内容,总希望多看一些。面对这种趋势,可以推出一些会议旅游,古文化考察旅游,名城古建筑旅游。如苏州推出的城市古典园林旅游,将世界园林史上绝无仅有的江南园林,以其瑰丽无比的色彩吸引着成千上万的中外游客,为古城旅游增色。通过文化古城复兴具有实用功能和艺术魅力的古建筑,建立体现传统文化精华的物质载体的同时,继承和开发传统的民族文化娱乐活动,将本地区和外域优秀的社会文化、饮食文化、文学艺术,戏剧歌舞、商品技艺等吸引集中起来,重新组合,形成广大游客能普遍接受的个性化旅游项目,再通过公园、影剧院、博物馆,文化馆、图书馆、游乐场、茶馆、舞厅、书店等文化设施,构成一个能够满足人们消费游憩娱乐、交往、求知、审美等多层次需求的文化生态体系,适应多层次游客的需要。还可以利用历史文化名城具有多种人文和自然旅游资源的优势,大力发展外向型文化、经济旅游。这样,内容多,投资小,影响大,收益好。还可以对经济部门起到关联作用,促进古城的对外开放步伐。第二,适应于旅游服务对象的转变。主要是以接待国内游客为主向国际游客为主的转变。苏州、镇江目前国外游客客源,依次一是港澳台同胞;二是日本、新加坡等东亚国家;三是美国等美洲国家;四是英国、法国,联邦德国等欧州国家。认真研究和创造能满足这些不同旅游者的旅游项目,是建设好历史文化名城旅游环境的重要

一环。这些国际游客,尽管现代社会旅游者的文化修养有不少相同之处,但由于他们传统文化不同,对景物欣赏趣味不同,态度也不一样。港澳台胞怀念故土,日本人与中国传统文化和习俗有较深联系,美国人喜欢怀古探奇,英国人向往海边、湖泊,法国人对清静幽雅的风景地感兴趣,德国人不太喜欢现代化的东西,如此等等。这就要求我们在坚持名城特色旅游的同时,在坚持历史文化、环境美和设施配套这个共性前提下,有针对性地办一些能满足他们不同要求的项目,从而使不同兴趣的爱好者的游客各得其所。这样实现个性与共性的统一,提高景观价值,使游客的休闲娱乐和观光享受都得到相应的满足。

4、保护与开发的关系

无论是多么宝贵的旅游资源,“藏在深闺人未识”,是不能为旅游业所用的,即使具备了可进入性,一切保持原始状态,也并非最佳。以镇江而言,其景观是真山真水见长,与苏州等地以人工构筑的小型园林为特点的格局,另有观赏价值;焦山是嵌在长江中的一颗明珠,山水相映,景色宜人;南郊风景区低山深谷,曲径通幽,身临其境有脱俗的恬静之感,历代遗留下来的古迹比比皆是,耐人寻味。虽然这些景观,得天独厚,但也有保护与开发的关系。“天然”还需要“雕琢”,但要凿得得法,融人文景观与自然景观于一体,达到“虽由人作,宛自天开”的意境。使自然之美更有层次、更强烈、更完美,也增加了人文色彩。历史文化名城如果没有千百年来一代代人的努力,是不可能具有如此强烈吸引力的。当前,历史文化名城主要做好四个方面资源的开发与保护:一是已经开发的资源;二是正在开发的资源;三是尚待开发的资源;四是湮没的资源。苏州、镇江具有许多历史名人故居或活动遗址;具有独特风格的古建筑群、古井、古桥、古园林;具有历史文化艺术价值的古刻、碑刻;具有浓郁文化气息和地方特色的民俗景观活动项目等。因此,文化名城景观的开发潜力是很大的。在这方面,苏州、镇江做了大量

卓有成效的工作,但少数地方,在开发与保护关系上,还有不尽如人意之处。表现为存在破坏性建设现象。在自然景区筑公路,抢地盘、搞建筑,炸岩石,毁植被,把优美的风景区变成了闹市。“城市山林”的南郊风景区,出现了洋楼,游客难沐“南山烟雨”,更无处可寻“招隐红叶”;金山寺宇金碧辉煌,肩摩踵接,一塔拔地而起,直指云天,是佛教圣地,“山被寺裹”,“塔拔山高”的建筑艺术,在佛教禅寺建筑史上独树一帜。但因儿童游乐场一直修到寺院门前、童稚喧哗、似乎破坏了宗教建筑所要求的经过重重山门,步步登高,庄严、肃穆、古朴、宁静的特殊意境。意境一旦丧失,建筑便成了没有灵魂的躯壳。

在开发与保护关系上,对文物古迹维修必须遵循“修旧如旧”的原则,任意更改便不是保护而是破坏。“西津渡古街”,六朝时称“西津渡”,历史上,为镇江南北江津的重要渡口,也形成了一条热闹商业区,楼肆商行、市廛繁盛,石板路上印着深深的车辙印,堪称为镇江“最古老的一条街”。古街曾经修缮,但古街上青古板连同深深的车辙印却不复见,代之以水泥路面。至使古街风貌大减。类似这种修缮不当、造成的破坏不乏其例。也不应当将开发误认为重建。当原建筑一无所有时,在条件允许的情况下,不妨重建一些历史上著名的古建筑,但尚有部分遗存,最好是原样保护,保其古貌苍颜,更有历史价值和旅游效果。在一定的范围内、也许应当古就古到家,新就彻底新,不能随意混杂,搞得中不中、古不古,新不新,以致破坏了景观的和谐。

5、景区与氛围的关系

历史文化名城的景区开发,以吸引力强、开发基础好,而且具有深度开发潜力的景区为重点,并以良好的氛围烘托,突出重点,兼顾一般,形成有机的统一体。旅游环境对景区氛围有内涵与外延两个方面的要求。其一,在内涵上,要求景区做到虚实相辅,相得益彰。悠久的历史,孕育了源远流长的民族文化,赋予众多景区以神奇的传说、故事。“无名不

景”,名闻遐迩的景区,总是与大量的文学艺术作品,民间传说故事相联系,镇江民间流传的“北固山甘露寺刘备招亲”,“白娘子水漫金山寺”、“梁红玉擂鼓战金山”、“乾隆皇帝下江南”等,脍炙人口,家喻户晓。又通过艺术作品,戏曲节目的广泛传播,影响到海内外,成为激发游客兴奋点的“无形”的旅游资源。这些传说与艺术作品,在旅游资源开发中,在旅游环境创造中,运用得当,是经济、灵巧的做法,可以增添旅游情趣,给游客留下想象的余地。虚实结合,天然形成,有实际形象,有丰富联想,烘托景区氛围,创造深刻意境,使景区出神入化,生动活跃起来,达到趣味融融的境地。其二,在外延上,使各个孤立静止的景点互相联结,众星捧月。形成重点突出,主题明确的旅游线路,扩大主景点的效果。如镇江的“三山”风景区旅游从自然景观看,金山踞西,以绮丽著称;焦山在东,以古雅见长,北固山居中,以险争雄。各自独立,互相对峙,互为景观,而又以滚滚浩翰的长江,为其共同的帷幕。从拜佛诵经,探究古典文化来看,金山江天寺和焦山定慧寺又同是我国汉族地区佛教国家重点寺院。这样形成的“三山”为一体的旅游线路,山光水色,佛庙殿宇,江山相映,内涵丰富,形成著名的临江旅游景区。无论是作为宝贵的古典文化遗迹旅游,还是具有地方特色的自然风光旅游,都可以满足游客“择善游之,采兴而来,尽兴而归”的需要。又如,古典名胜旅游,可以将市区名胜与郊县名胜连接起来,将陆地名胜与江湖名胜联结起来。“苏州——吴县——东山——西山”游,就开辟了很好的先例。镇江的古典名胜旅游也可以形成“江天禅寺——西津渡古街——超岸寺——昭关石塔——镇江博物馆——梦溪园——定慧寺——焦山碑林——郑板桥读书处——康熙乾隆御碑——招隐寺——昭明太子读书处——丹阳南朝陵墓石刻——茅山道院——宝华山隆昌寺”的旅游路线。这样,深化景点意境,扩大游览环境,有寺有院,城乡结合,浑然一体,增强旅游环境的吸引力。