

文旅融合背景下大唐不夜城夜经济发展的 经验与策略

陈 晖

贵州师范大学国际旅游文化学院, 贵州贵阳 550031

[摘要] 在文旅融合的背景下, 打造城市文化特色是发展城市夜间旅游的重要思路和途径, 更是完善城市旅游经济的重要组成部分。笔者以西安大唐不夜城为例, 阐述其如何利用盛唐文化成功推动西安旅游夜经济的繁荣发展, 进而提出对城市旅游夜经济建设的合理建议。

[关键词] 文旅融合; 夜经济; 大唐不夜城

[中图分类号] F592.7

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-7740(2021)04-0068-02

引言

在经济的快速发展和城镇化的逐步推进下, 人们的休闲文旅需求日益凸显, 在这样一种环境下, “夜经济”应运而生。据中国旅游研究院旅游经济文化和旅游部重点实验室张佳仪表示, 夜间旅游作为满足人们对美好生活的向往、拉动旅游消费、推动供给侧改革和丰富深度文化体验的重要途径, 夜间旅游参与度高, 消费旺, 旅游需求日益多元, 夜游消费潜力巨大^[1]。然而, 城市文化内涵挖掘不足, 导致许多景区特色不够鲜明, 简单的延长营业时间无法带来长久的经济效益。本文以西安大唐不夜城为例, 在文旅融合背景下, 夜经济的成功经验与启示, 为进一步推动我国其他地区旅游夜经济发展提供借鉴。

一 大唐不夜城夜经济发展策略

大唐不夜城位于西安曲江新区, 毗邻大雁塔, 大唐芙蓉园, 其以大唐文化为核心灵魂, 融入商业、休闲、旅游、体验、观赏等多种元素, 集中体现了西安的城市、旅游、文化的价值。2019年, 景区接待市民同比增长302.3%。营业收入达112.4亿, 同比增长74%^[2]。据《2019年阿里巴巴步行街经济报告》显示大唐不夜城成为中国夜间最受欢迎的步行街。2020年国庆中秋期间, 西安成为全国第二旅游目的地, 曲江新区共接待游客415万人次, 旅游收入21亿元。大唐不夜城已成为西安的城市名片和旅游夜经济的重要组成部分, 其观光休闲、文化体验、旅游演艺、特色餐饮、购物娱乐五位一体差异化特色多元化产业发展模式, 实现了大型城市旅游综合体和文化产业新地标。

(一) “文化+建筑景观”, 塑造大唐形象

大唐不夜城以唐文化为建造背景, 以唐元素为基调, 包含四大广场, 四大文化场所, 五大文化雕塑

组团^[3], 分功能定制的城市级商业中心。以贞观纪念碑为例, 其由李世民骑马像及周围的附属雕塑组成, 既采用了大唐时期的雕塑元素, 又融合了西方纪念碑的雕塑手法, 李世民及其坐骑由青铜铸成, 整组雕塑以精湛的艺术手法和恢弘的气势反映了大唐帝国的繁荣盛况和李世文的文治武功。每一组雕塑群都在展现大唐在政治、文化、经济的璀璨与繁华^[4]。2018年下半年, 在地域文化与地方特点的指导下, 大唐不夜城步行街对接国际商业街水平, 对街区进行全面改造升级, 实现景区风格一体化, 街道景致协调化, 服务设施细节化。

(二) “文化+多元演绎”, 营造大唐氛围

作为“全国首批示范步行街”, 景区在丰富的历史文化资源基础上, 融入了多元的夜间旅游产品: 音乐喷泉, 灯光秀, 唐文化演艺及特色体验类活动。据统计, 目前该街区共有11个演出舞台, 7组行为艺术表演, 每两个月会进行一次更换。特别是在2019年全市推出夜游嘉年华系列活动以来, 形成了以“景区灯光秀全覆盖, 夜游观赏为主, 促进消费升级”的旅游发展模式。从西安文旅之声公布的最新“大唐不夜城演出时间表”来看, 从夜间7点到11点的表演共计29个, 涉及地点包括北广场, 雕塑群, 开元广场, 大剧院音乐厅等, 可以说, 大唐不夜城真正做到了全方位立体化的文化演艺覆盖。

(三) “文化+灯光渲染”, 助力夜经济发展

整个景区灯光设计构思来源于唐三彩, 以黄、褐、绿为主。步行街上两排高高的街灯华丽复古, 灯杆顶部带有灯光和花纹的扇形标牌向三面分开, 造型匠心独具。开元广场上设立了8根LED灯蟠龙柱, 东西两侧各有4柱, 与8数相合, 意为四面八方、四通八达。整个景区结合灯光、喷泉、音乐等效果, 以沉浸式体验为目的, 为游客带来宏大的视觉体验, 突

出夜间文化旅游主题,打造了一个具有当地人文特色的网红景点与城市名片。

(四) 政企合作, 景区管理优化升级

为打破传统的分散管理方式,形成以市场为导向的经营模式,大唐不夜城景区由全国首个国家级文化产业示范区曲江新区统一规划和运营,同时被纳入的还有11家“中国老字号”企业,这一跨领域、跨行业的资源整合推动文化产业和旅游产业的良性融合与快速发展。在疫情影响下,曲江新区出台多项扶持政策,全面助力文旅企业良性发展。在夜间旅游发展的同时,景区商铺延长了营业时间,夜间文艺演艺形式不断增多,夜间艺术景观照明也会持续到夜间12点。同时,大唐不夜城全面引入“智慧化”概念,利用物联网、移动互联网、人工智能以及大数据等建成了可视化的运营管理平台,通过线上小程序、公众号和线下的智慧咨询亭、智慧便利店等基础设施建设多渠道结合为游客提供订购、导览讲解等多种高效服务。

(五) 网络营销借势发力

作为当下热门的互联网内容传播方式,短视频、微博、公众号等媒体具有传播速度快、内容多元化、涉及人群广、传播成本低等特点。大唐不夜城背靠强大的历史文化资源,盛唐的景观设计,多元的文化演艺项目,璀璨的灯光设计等成为了独一无二的创作内容,用户以此为内容创作的源泉,形成不可复制的文化IP,为景区带来可视化的游客流量。在传播主体方面,政企用户的全方位多层次联合,据西安市宣传部公布数据显示,“西安年·最中国”的相关话题在微博阅读量超过11.2亿人次^[5]。在政府的支持下与景区的宣传下,广大用户的创作灵感与激情被调动起来,据《2019年抖音数据报告》显示:“不倒翁小姐姐”相关视频播放量超23亿次。在全民参与景区宣传的模式下,景区成为了真正的网红景区,多方联动共同打响了西安文化旅游名片。

二 文旅融合背景下大唐不夜城夜经济发展的经验

首先,中国地大物博,每一个地区都有着其不同的文化特色,很多城市虽然已经开展了“夜经济”但却并没有将当地文化特色融入其中,造成产品形式单一,产业供给不足的问题。在塑造文化IP方面,西安以“大唐文化”为中心,从景区规划、景区雕塑群、商业建筑、灯光音效等多个方面共同营造大唐盛世,让游客在夜间出游的同时,身临其境的感受到盛唐文化^[6],从而进一步促进其文娱消费。

其次,城市夜间旅游仅仅只停留在灯光游层面,单一的夜间灯光秀,不仅造成了资源浪费,还带来了光污染的问题。夜间旅游是发展文旅融合下的新鲜产物,是从门票经济向文化旅游的转变。景区如何研发新的旅游产品,形成自身特色的文化旅游产业链已成为各大景区乃至城市急需解决的问题。在大唐不夜城景区内,夜间旅游产品形式多样化:观光夜游步行街,特色旅游演艺项目,各类剧场演出,主题节庆活动等,各类活动相互融合,相辅相成,共同打造“夜经济”聚集区,形成了完备的文化旅游体系。

最后,由于我国旅游夜经济的发展还处于不成熟的阶段,居民对于夜间消费认识仍然存在不足。因此更应该以政府为主导,利用多媒体造势。一方面,政府需要认识到发展夜经济对于城市发展的必要性与重要性,通过组织一系列大型活动,文艺演出,商业会展等增加旅游目的地的知名度与美誉度,通过政策支持促进夜间旅游,引导游客夜间消费;另一方面,在网络媒体高速发展的今天,其营销力量必须被重视。多样化联合营销,从内容选取,到文案视频制作,再到多渠道联合宣传,深层次多角度打造旅游目的地的品牌形象。

三 结语

在城市夜间旅游发展中,各地都需要结合地方特色,从地域文化出发,挖掘城市发展潜力,拓展文化产业链供给,政府主导,运用网络多媒体联合营销,避免同质化、表面化、单一化问题,促进旅游夜经济良性发展,助推文旅融合,完善旅游产业优化升级。

[参考文献]

- [1] 张佳仪. 夜间旅游市场数据报告 2019[EB/OL]. https://www.sohu.com/a/301539016_120056312, 2019-03-15.
- [2] 腾讯网. 大唐不夜城——西安,最中国![EB/OL]. <https://new.qq.com/rain/a/20201113A01DAH00>, 2020-11-13.
- [3] 阿里研究院. 2019年阿里巴巴步行街经济报告[EB/OL]. <http://www.199it.com/archives/994588.html>, 2012-11-15.
- [4] 王嘉楠. 西安曲江: 打造世界级的商业步行街[N]. 国家商报, 2019-11-05.
- [5] 郭艳敏. 基于地域文化的商业步行街景观设计探讨——以西安大唐不夜城商业步行街为例[J]. 现代园艺, 2016, (5): 90-91.
- [6] 雷肖霄, 李亚楠. 大唐不夜城: 多样化消费繁荣夜间经济[J]. 金融世界, 2019, (8): 68-69.