

明镜荡水利风景区“江南文化”品牌路径研究

张 仪¹, 顾 超², 王永红³, 滕兆明¹, 许晨杰¹

(1. 昆山市淀山湖水域综合管理中心, 江苏 苏州 215300; 2. 昆山市水事综合管理中心千灯管理站, 江苏 苏州 215300;
3. 昆山市水事综合管理中心淀山湖管理站, 江苏 苏州 215300)

摘要: 研究从利用水利风景风生态资源、文化载体、宣传优势等多方面优点的角度, 解决“江南文化”展示、转化与推广的问题。提出在“江南文化”品牌建设中, 应将明镜荡水利风景区纳入区域规划当中, 进一步提升城市文化软实力和核心竞争力。

关键词: 水文化; 文化品牌; 水利风景区; 明镜荡

中图分类号: G05 **文献标识码:** B **文章编号:** 1007-7839(2023)

Research on the brand path of “Jiangnan Culture” in Mingjingdang water conservancy scenic spot

ZHANG Yi¹, GU Chao², WANG Yonghong³, TENG Zhaoming¹, XU Chenjie¹

(1. Kunshan Dianshan Lake Water Area Comprehensive Management Center, Suzhou 215300, China;
2. Qiantang Management Station of Kunshan Water Affairs Comprehensive Management Center,
Suzhou 215300, China; 3. Dianshan Lake Management Station of Kunshan Comprehensive
Water Management Center, Suzhou 215300, China)

Abstract: The research aims to solve the problem of display, transformation and promotion of “Jiangnan Culture” from the perspective of utilizing the ecological resources, cultural carriers, publicity advantages and other advantages of the water conservancy scenic spot. In the brand construction of “Jiangnan Culture”, Mingjingdang water conservancy scenic spot should be included in the regional planning to further enhance the soft power and core competitiveness of urban culture.

Key words: water culture; cultural brand; water conservancy scenic spot; Mingjingdang

江南文化以水为核心,其小桥流水、枕河人家为人们所熟知。近年来,苏州致力于江南文化的挖掘与研究,推动建设古今辉映、特质鲜明、影响卓著的世界历史文化名城。在此背景下,水利风景区作为水乡江南的形象演绎,为“江南文化”品牌建设提供了历史、生态、文旅等多方面资源,突出个性化文化符号,以水文化特质塑造“江南文化”品牌。

习近平总书记在党的二十大报告中明确指出:

“明确我国社会主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,并紧紧围绕这个社会主要矛盾推进各项工作,不断丰富和发展人类文明新形态。”近年来,随着国民生活水平的不断提高以及休假制度的日益完善,旅游业已经成为满足国民精神需求的一项重要方式。水利风景区作为传播文化的一个重要平台,与日益增长的旅游需求相契合,合理规划、开发、利用好水利风景区,将会得到很好的文化输出效益。

收稿日期: 2022-06-28

基金项目: 苏州市水利水务科技项目(2019005)

作者简介: 张仪(1995—),男,本科,主要从事水利工程建设管理、水利风景区规划管理及水利史水文化研究工作。E-mail: 824465664@qq.com

1 资源概况

昆山明镜荡国家级水利风景区依托良好的自然资源禀赋和4A级景区锦溪古镇,着力发展水利旅游产业,从而实现水资源、水安全、水环境的统筹治理,丰富水利建设的多元内涵,拓宽水利的社会服务功能^[1]。

1.1 自然生态资源

昆山市明镜荡水利风景区属于河湖型水利风景区,面积约32 km²,内含明镜荡、长白荡、陈墓荡、汪洋湖等4个自然湖泊,水域总面积10.78 km²。景区属太湖平原,河港交叉,小河港湾密布,无数座桥梁阡陌相连成水乡迷宫,形成依水成街,傍水成村,环水成镇的格局。水利风景区内含9个村庄,同时拥有计家墩理想村、朱浜水利文化公园、祝甸村古窑遗址公园、祝甸乡村生态度假基地、沿湖岸线生态湿地公园、环湖生态绿廊等旅游度假景点。

1.2 历史文化资源

景区所处的锦溪古镇已有两千多年历史,素有“人文之乡”美誉,人文胜迹诸多,明清古建筑群独具特色,形成了“三十六座桥,七十二只窑”的民间谚语,造就了中国古砖瓦博物馆、锦溪宣卷艺术馆、锦溪镇杰出人物馆、马若特泥禅坊等十余家各具特色的民间收藏博物馆。宋、元时期形成了著名的“陈墓八景”,清代中期菱塘湾、古莲池中又形成了“莲池八景”。景区内砖窑文化、古镇水乡文化、民俗文化以及圩田农业种植、渔业养殖文化等多元素文化并行,为新时代文化的传承、发展与创新提供了多种思路。

1.3 区域位置优势

昆山明镜荡水利风景区位于中国旅游经济最为活跃的长三角地区,作为苏州乃至江苏对接上海的“前哨”,既可直接承接来自邻近5A级景区周庄和4A级景区锦溪的游客,又邻近上海、杭州等经济发达的区域中心城市,享有上海“商务、生态、休闲、创意”的外溢效果。针对长三角一体化发展和虹桥国际开放枢纽建设等国家战略机遇,昆山又积极推进旅游度假区和锦淀周一体化发展,加快培育文旅产品、文创商品、文化节庆等一批“最江南”文旅品牌,为水文化发展提供平台支撑。

2 发展瓶颈

(1)昆山水工程文化遗产相对较少。昆山地处太湖流域腹地,水系发达,为典型的平原鱼米之乡,但水利控制性工程体量均不大,加之经济开发程度

高,如涵闸等古代水工程遗产留存较少。

(2)水利符号与水文化韵味彰显不够。昆山市文化弘扬中,对水、水利和水历史的介绍相对偏少,较多认识停留在对周庄等水乡古镇的宣传上。应进一步对水利风景区内水文化内涵加以发掘和解读,加大新时代水文化的宣传力度,让水利符号更加鲜明。

(3)水利风景区发展模式局限。景区没有可靠的经济产业链支撑,基础设施维修养护依靠政府投入,导致部分景区游客吸引力不够,缺乏发展活力。应当着力构建具有“江南文化”特质的现代文化产业体系,以产业“造血”带动当地经济,用景区经济推动产业发展,以“经济+文旅”循环双赢赋予景区新型发展活力。

3 打造“江南文化”品牌路径

3.1 挖掘水文化内涵,融合多方面发展

明镜荡国家级水利风景区作为河湖型水利风景区,以水资源、水环境、水生态见长。水作为水文化的重要载体,众多水文化内涵蕴含其中,深挖河道水系内在水文化,融入水文化和当地人文元素。细化水利风景区水文化资源和历史文化资源,围绕名人、名作、名胜等线索,梳理景区内历史名人事迹典故、后代传人、故居旧址名录,兼顾相关的文献、实物、影像资料和技艺、习俗、传说等非物质文化遗产。加强历代水利碑刻的集中搜集,整理有价值的治水信息,对涉水的文学艺术、民间故事、传说民俗等非物质类水文化遗产应进一步大力收集,加强昆山历代治水名贤及其治水方略研究^[2];加强对锦溪古镇风貌的保护,实现古建老宅与水乡人文有机串联,合理利用已有建筑、既有设施和闲置场所,开展文化、科普、教育等活动;突出对砖窑文化、古镇水乡文化、民俗文化以及圩田农业种植和渔业养殖文化等衍生文化的合理开发利用;寻找塘浦圩田灌溉工程遗迹,积极推进其保护更新与修缮利用,恢复和焕发传统水利建筑历史文化价值;突出对湖荡湿地、古城水系、渡口桥涵等水文化资源进行功能挖掘,拓展水乡特色文化功能,发挥江南水乡文化效应,厚植城市的“江南文化”记忆。通过对水文化设施的挖掘,丰富景区展示元素,提升景区品质,扩大景区社会影响,切实提高水利风景区建设管理成效。

保护景区水文化资源、深入挖掘其内涵的同时,将水文化有机融入日常生活中,更好地传播时代内涵与价值观念。围绕景区内21.57 km堤防和35座

水利工程建筑物,依托水乡丰富的自然资源和优秀的历史文化资源,推行“水文化+”融合发展模式,构建水文化特色公共基础设施,提升水文化价值。

(1)加强古镇区与景区之间优势互补。城市是水文化的重要载体之一。自然环境中的山水林田湖是河湖型水利风景区的特点,历史遗迹和人文环境是景区内涵的延伸,资源特色是景区规划的重点。依托锦溪古镇历史文化资源弥补景区水文化遗产相对较少的短板,充分挖掘红色资源,建设水情教育基地、民俗文化教育基地等。凭借景区自然生态资源为历史文化输出搭建平台,拓展古镇区域范围,拓宽古镇业务范围,因地制宜推进健身步道、休闲绿道、亲水平台等建设,为群众提供身边的休闲游憩空间。

(2)增加传统手工艺的文化消费。当今社会,互联网技术极大地推动了文化消费方式的变革,不断重塑着人们的消费习惯、消费方式以及消费渠道。人们在获得物质消费满足的同时,也更加注重消费体验,强调消费的场景、服务品质与精神享受。现代社会一方面剥离了传统手工艺品赖以生存的社会环境,另一方面也为传统手工艺在现代文化消费中的创新性传承提供了更多的途径。明镜荡水利风景区中的古砖瓦制作技艺、水乡木船制造技艺、捕鱼养殖设施等,为文化消费提供了文化记忆的基础。现代社会群体审美追求的多元化、文化消费层次的提升,为传统手工艺的市场化发展提供了契机。市场化是手工艺获得创新性发展的必然选择,是否符合市场价值需求是传统手工艺创新性发展能否成功的关键因素^[3]。依托“水园田居”资源禀赋的“窑”“水”“农耕”特色文化,走进“三十六座桥,七十二只窑”的诞生地,以祝甸砖窑文化馆为节点,构建多元化的消费体系,为文化消费提供多种选择。如砖窑文化:融入定制镌刻、限量主题等元素,形成特有地区文化IP,使砖窑文化获得新型传播媒介;开展传统手工艺品创作教学体验,把手工艺与来自全国各地的游客的设计思路和更为广阔的文化视野相结合,更好地推动砖窑制作手工艺的传承与发展;通过直播、短视频、动漫来增加年轻人群体,培养传统手工艺的新生代消费群体。

(3)推行“水文化+”融合发展模式。以苏州打造“江南文化”品牌为契机,善用“他山之石”,积极学习河湖型水利风景区高质量发展典型案例建设经验和做法。借鉴“南京玄武湖水利风景区”“常州市天目湖景区”“江苏省姜堰市溱湖旅游景区”等优

秀河湖资源的利用经验,开发“水文化+文艺”“水文化+生态”“水文化+乡村振兴”等融合发展模式。以景区内独特的宣卷、阿婆茶、古砖瓦制作技艺等非遗文化定制产品,来保护好、传承好、利用好水文化瑰宝。建设艺术演出舞台,秉持水乡特色,通过昆曲、宣卷,打造一批水文化融合艺术演出节目、轻食餐饮、文化沙龙等的小镇书房、文化驿站,引导当地居民和外地游客了解、传递水文化。鼓励水利风景区通过生态产品认证、生态标识等方式培育具有水利特色的生态产品区域公共品牌,提升水生态产品价值。结合景区9个村庄乡村振兴农房翻建,将文化注入旅游发展,使民宿实现多元化、主题化、差异化发展,引领乡村发展。针对景区地理位置分布不同的特点,围绕水文化主题,打造水乡精品民宿,凸显景区内历史文化和风土人情。

3.2 构建水文化景观,提升水文化自信

地标建筑的基本特征就是人们可以用最简单的形态和最少的笔画来唤起对于它的记忆。苏州最早的地标是有着千年历史的虎丘塔,它不仅经常出现在反映苏州风貌的视频中,1 000多年来,不管是马车还是船只,只要望见虎丘塔便知道已经到了吴地苏州地界。明镜荡水利风景区也需要一张属于它的特殊名片。结合景区水域面积大、水路资源丰富等特点,以“明镜荡里桃花源,水韵画卷醉江南”为定位,充分利用水乡多水交汇的地方特色,将沿线的文化生态旅游资源“连点”“成线”“组网”,推动优势互补、功能共享,促进自然与人文景观的整体塑造,构建水文化景观,传承水乡气质。整合地域内丰富的人文历史资源以及水域资源,突出多水交汇的地方水乡特色,根据昆山水域面积大、河流分布密的特点,建设一批有生命力的地标项目和标志景观。

以文化自信为指导,丰富和创新水文化传播的形式,不断丰富水文化传播的内容。积极开展水文化进社区、进企业、进基层等活动;利用现代数字技术,多渠道宣传,推动水文化发展,讲好水文化故事。

(1)构建地方特色水文化景观。通过展示各种实物载体传播水文化。主要通过水体、水工程、水环境、水展览馆、水博物馆、水文化广场等有形载体来传播水文化^[4]。同时,在景区新建的水利工程中注重水利工程文化性利用,建设生态景观,发掘文化内涵,以水文化扩大水利工程的影响力,把水文化建设与周边道路绿化、亮化以及景观、建筑等相

结合,不断提升文化服务功能。秉承园林风格,结合水利工程特点,联合住建、旅游、宣传等部门,统筹规划,协调发展。通过对区域内旅游资源、基础设施的优化整合,融合古镇文化、水利文化点缀江南水乡文化,构建一批传承锦溪千年文化与治水思想的代表性地方景观。

(2)开展各种水文化活动。开展各类水文化教育、举办水文化论坛、开展水文化课题研究以及开展以水为主题的文艺体育活动等,大力传播水文化。通过这些活动,为水文化提供打破行业、地域壁垒的多种传播渠道。借鉴昆山市水务局主导主办的“水文化艺术节”“海峡两岸(昆山)水环境治理论坛”、坝道工程医院昆山分院等项目,明镜荡水利风景区复制其成功经验,以景区自身为背景,开展各类活动。将风景区纳入周边区镇旅游路线,将传统媒体与新媒体结合,拓宽受众群体,采取“点、线、面”相结合的方法,用一个地方景观点串一条多彩文化路线、绘一幅特色江南水乡画面,形成一套创意翻新的宣传模式。水务部门牵头将水文化教育纳入院校日常教学当中,组织编写相关的水文化教材,培养水文化教育的师资力量,针对不同对象,分层次、有重点地开展水文化教育。积极与苏州大学、苏州科技大学、常熟理工学院、西郊利物浦大学、昆山杜克大学等高校联合开展常态化水情教育、吴地文化教育,培育文化“造血干细胞”,深植水文化种子在青少年沃土中,传承水乡文化基因。

(3)研究、发展水文化产业。水文化产业可以定义为:为满足人们的精神生活,为社会提供水文化产品和服务的产业,一般以水文化创意、水景观、水旅游服务、水利工程的形态出现,以江河湖泊等自然景观、运河等水工程为主线,以水文化为特征,以旅游、美食、文艺演出和影视媒体为载体的复合性产业^[5]。传统的水文化产业依靠山水林田湖等自然资源,配合大型水利工程,开发旅游产业,创造经济效益。但堤、闸、泵、坝具有很强的同质性,对于以其为主的水利风景区很容易产生审美疲劳。明镜荡风景区应当从地域资源入手,开发主题公园、打造创业产业园,以水文化为核心,通过水文化科普、观光、休闲、娱乐等项目,创造人文与自然山水景观相互交融的休闲空间,打造能满足游客各种需求的综合水利风景区。

3.3 紧抓数字发展机遇,推动文旅产业转型

一直以来,传统的旅游业发展模式由于受限于时间、空间等因素,不能将信息快速准确地传递给

游客,也无法精准地掌握到市场信息,而数字技术能有效解决这一难题。随着城市化的不断发展和新冠疫情对旅游业的冲击,景区内传统的模式难以适应新时代需求,数字技术迎合了消费需求变化的客观要求。以VR旅游项目为例,游客可以先在VR里试试再决定要不要亲临景点,如果游客到达景区参观,VR则应该帮助游客在浏览景区的过程中更加直观便捷地获取信息。VR技术的主要功能定位并不是以精致的一比一还原场景,让使用者“云游”景区替代旅行需求,而是用第一人称视角体验展示景区魅力,激发线下旅行活力。景区直播、景区短视频、虚拟现实景区、数字博物馆等依靠数字技术产生的新文旅业态不断涌现,盘活了传统文化旅游资源,成为数字文旅产业发展的新动能^[6]。将昆曲、锦溪宣卷等传统艺术数字化,加大文化经典的“云”上交流,使用高清镜头捕捉手势、眼神等方面的细微表演细节,让观众能打破空间限制,比现场更真实地了解文化魅力,扩展艺术的传播范围,扩大受众群体。元宇宙理念催生的景区数字藏品通过线上交易场景,与年轻人产生链接、互动,形成一种全新的数字消费业态,彰显景区的个性。随着人们生活品质的提高、产业的升级、旅游消费的改变,数字藏品(NFT)为以“义乌小商品”为主的传统旅游商品盈利模式提供了一个新选择。

数字化是推动传统文旅产业转型升级的重要手段,国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》明确提出“培养全民数字消费意识和习惯”。水利风景区产业升级要求在供给侧和需求侧同时优化结构,多措并举。

(1)完善数字化基础设施建设。推动物联网、大数据、云计算、区块链、人工智能、数字孪生等现代信息技术在景区服务中的应用,促进景区服务线上线下融合,及时发布水利风景区环境质量和服务内容等信息,主推高度智能化的无接触服务方式,例如酒店智能预订、机器人服务,景区无人商店、扫码入园,从硬件环境和载体入手上升为软性服务及生活方式,用智能化便捷服务推动景区发展。

(2)遴选开发优质资源。挖掘水利风景区优势资源和水生态产品价值,拓展水利风景区市场融资途径,吸引社会资本参与水利风景区建设与管理。景区内9个村庄为文旅产业充分利用自然生态环境、农村物质文化遗产、农村非物质文化遗产等旅游资源提供了基础。建立由政府主导,部门监管,政府投资、社会融资、招商引资的“多渠道、全方位”

的景区建设投融资体制。以景区内“计家墩理想村”乡村振兴为样板,倡导乡村集体资产的整合和开发再利用,实现“乡村的新型产业化”。

(3)打造特色数字旅游项目。借鉴“环球影城”“迪士尼乐园”的成功经验和做法,用数字技术做出极致的景区场景,结合现代科技+文化IP打造互动式文化展览馆、沉浸式水域岸线、全息式水乡主题餐厅。加强对特色数字旅游项目的宣传,通过传统媒体与现代媒体多渠道推广,让旅游项目吸引游客体验后形成良好的口碑,再通过游客与游客之间传播,形成一种消费、再消费的良好性循环。

4 结 语

水利风景区拥有丰富的水资源、生态资源、文化资源等,它既是水利人对治水、护水、节水理念的浓缩,也是对水乡江南历史人文的凝练。当前,乡村振兴、生态文明建设、长三角一体化等一系列重大国家战略,为水利风景区发展和打响“江南文化”品牌创造了有利条件。

(上接第60页)

1倍的转频,叶片表面动应力幅值随着流量的减小而增大,小流量工况下的动应力幅值达到大流量工况下的5倍,机组长期在小流量区运行,转轮叶片易发生疲劳断裂。研究还揭示了轴流泵流动诱导噪声声场分布规律、辐射特性规律,阐述水力振动诱发的压力脉动变化与噪声变化的关系。机组声场分布呈现明显的偶极子特性,结构本身振动源头的噪声表现最为强烈。流量的增大会加快声压幅值衰减速率,小流量工况噪声最显著,随着频率的增大,噪声声压幅值也在减小^[4]。

5 对策措施

秦淮新河泵站原设计运行主要是灌溉期引水,长江侧最低运行水位3.65 m,调水改善水环境常态化运行以来,冬春季长江侧低潮位基本在2.5 m左右,致使泵站长期偏离设计工况运行,叶片汽蚀振动严重,装置效率低下,检修频繁。为适应现状工况,解决安全隐患,秦淮新河泵站拟移址新建,原泵站改造为水闸。泵站目前仍常态化运行,每年运行时长超过250 d。在改扩建工程实施前,为保证安全运行,需改善运行工况并开展精准调度研究,统筹防汛与生态供水的关系。

同时,在日益密切的区域交流和疫情后旅游需求反弹的背景下,“江南文化”品牌输出有了一个优质平台。在未来发展规划中,应将水利风景区建设与“江南文化”品牌建设相关联,探索二者的共性,谋求水文化与“江南文化”中的同向发展,基于水利风景区为载体,打响“江南文化”品牌建设。

参考文献:

- [1] 张茜,滕兆明. 昆山明镜荡自然河湖型水利风景区建设与管理模式探讨[J]. 水生态学杂志, 2015, 36(6): 93-96.
- [2] 徐玉良. 昆山水文化内涵及城市水文化品牌建设浅析[J]. 中国水利, 2021(3): 59-61.
- [3] 黄朝斌,顾琛. 文化唤醒与需求再造:文化消费视域下传统手工艺的传承[J]. 学习与实践, 2022(7): 126-132.
- [4] 张妮. 关于做好水文化宣传报道提高文化自信的思考[J]. 传播力研究, 2018, 2(8): 17.
- [5] 李丹,王如高,陈杰. 水文化产业发展的路径选择[J]. 水利经济, 2015, 33(6): 30-33.
- [6] 张玉蓉,蔡雨坤. 数字文旅产业高质量发展的契机、挑战与对策研究[J]. 出版广角, 2022(7): 53-57.

同时,还要强化运行安全管理,在枢纽改扩建工程实施前,做好现闸站工程维修养护和日常管理,狠抓精细化管理,确保工程安全运行。非汛期运行时,将水泵叶片角度调至-6°。抽引工况运行时,当长江水位低于2.5 m或最大扬程超过4.5 m时,泵站应停止运行。根据水泵叶片(根部加厚)全部更换后运行情况的统计分析,水位差在5 m以内,叶片角度在-7°左右长江低潮时,负载接近满载,随着长江水位升高,负载逐渐减轻,故仍能运行。由于长江水位的周期变化规律,运行时应随时掌握水位变化和机组负荷情况,同时机组接近满载时需增加巡视频次,检查机组电流、噪声、汽蚀、振动、进出水道和工作门运行情况,确保泵站安全运行。

参考文献:

- [1] 杨树淮. 大型卧式轴流泵水导轴承的研究[J]. 排灌机械, 2003(1): 15-17.
- [2] 黄振富,张纯栋. 秦淮新河抽水站叶片折断分析[J]. 江苏水利, 2011(5): 40-41.
- [3] 王磊,姜志成. 秦淮新河泵站机组倒转问题浅析[J]. 科技信息, 2013(4): 439-440.
- [4] 吴东磊,郑源,等. 轴伸贯流泵多工况下的压力脉动特性[J]. 排灌机械工程学报, 2021(3): 244-250.