2023年8月3日
星期四
责任编辑：刘小波
美术编辑：王　玺
校　　对：谭智方

挽洲岛风情。咏洲 摄

青春渌口的文旅冲动

株洲乡村文旅调研系列报道之二

株洲日报全媒体记者 刘小波 高晓薇

酷暑7月，渌口镇王家洲村。株洲村BA火热开赛，挥汗成雨中流淌着不甘人后的发展渴望。

端午节，昭陵老街。龙舟赛的鼓声在湘江上轰然擂响。两岸冒雨观看的人潮里，涌动着株洲最年轻城区的文旅梦想。

近年来，渌口区在文旅领域动作不断：今年农历正月，元宵节系列活动有声有色；3月，龙门镇首届油菜花节；从4月的渌商大会到风筝邀请赛，还有“和美乡村我来拍”摄影大赛。

此前，五号山谷民宿项目已进驻朱亭古镇，渌口老街的规划已经落笔，昭陵老街的规划也已着墨。

系列动作下来可以看出：青春渌口正勃发着强劲的文旅冲动。作为湖南省最年轻的城区、长株潭都市圈的“南大门”，5年前，渌口撤县设区，全面融城，开启了县域经济向城市经济跨越式发展的新征程。在此过程中，除了制造业发力之外，渌口区在文旅产业上全力经营，试图突破以农业为主的传统经济结构。

关注到该区的文旅动作频频，7月中旬，本社记者对其文旅领域进行了专题调研，并联系相关部门召开了座谈会。

1 基础：渌口文旅资源丰富而分散

全面审视渌口，区域内文旅资源丰富。

论自然风景山水资源，有山林丰茂、石奇、水澈、林茂、潭幽的凤凰山，有风力发电机错落有致分布的蓬源仙，有湘江流域最大的江心岛——挽洲岛，有清澈幽静的龙潭水库、太湖水库，也有矗立于湘江空洲岛上的株洲航电枢纽工程。

论人文风情历史底蕴，有6000多年历史的“磨山文化”遗址，也有舜帝南巡的足迹；汉代伏波将军南征交趾时，曾驻军渌口；杜甫、刘长卿等唐代大诗人曾在湘江之滨留下脍炙人口的诗篇；宋代理学大师朱熹曾在朱亭古镇“结亭讲学”；明清时期，渌口老街因商贸繁荣被称为“小南京”；毛泽东曾亲临渌口考察农民运动，为渌口注入宝贵的红色基因，这片热土后来还走出了杨得志、杨梅生等共和国开国将军。

论民俗传承特色体验，如画乡村有皮影戏、剪纸、制鼓、木雕、漆画等来自民间、代代相传的艺术瑰宝；口感方面，王十万黄辣椒欢辣畅快，南洲忆山茶油醇厚清香，松西子玉米香糯养胃，红美人柑橘甘甜可口；休闲运动方面，龙门花冲星空露营基地、航空滑翔伞基地、长冲汽车越野基地等可以带来充满激情的感官刺激。

但是，这些资源在空间上比较分散，同时在类型上也差异明显。如何打造一条特色鲜明的旅游动线，将其串联起来，形成有效的旅游消费和愉悦的体验，将是一个现实的考验。

2 现状：发展文旅最积极的城区

在株洲市域，渌口区政府发展文旅产业的意识觉醒是较早的。乡镇一级的干部对于发展文旅产业也表现出一种渴望。记者发现，参加座谈会的各个乡镇的宣传委员都是年轻干部，在心态上他们都极为开放，理念视野也极为开阔，特别有活力。

挖掘绿色生态资源，发展乡村旅游，开发体育产业新业态，打造湘江旅游走廊示范线。梳理该区政府层面近年来的文旅策划，记者认为，渌口区可能是株洲发展文旅最积极的城区。

举办文艺轻骑兵创文进社区、首届五人制男子足球比赛、全区广场舞培训班、文旅推荐官选拔、城市形象歌曲创作等活动，都体现了渌口发展文旅的强烈欲望。

同时，对地方文化的整理也在展开。该区去年就着力推进渌口博物馆的历史文化展厅陈列布展。又对朱亭古码头群进行修缮，对伏波庙进行全面维修保护。饮食类非物质文化遗产项目整理也在推进，对蒿子粑粑制作、小花片制作等14个饮食类非遗项目进行资料收集、视频拍摄。

在招商方面，该区也特别注重文旅产业项目的落地：与湖南经世集团签订的“经世·文创部落”项目计划投资3亿元，是近年来该区成功签约的最大文旅项目；朱亭古镇五号山谷民宿项目已经试运营。

在文旅品牌创建方面，博物馆准备申报4A级景区；龙门3A级景区也在建设；重点培养田园人家、百合基地两个乡村旅游点。

该区大力推进体育产业，规划篮球主题公园项目；起草了《株洲市渌口区全民健身实施计划（2022—2025年）》。

在媒体宣传方面，渌口区可谓不遗余力：争取到湖南卫视真人秀《花儿与少年》在龙门镇花冲村露营基地完成了一期“露营季”的实地拍摄。围绕A级景区、乡村旅游点、特色非遗和美食，组织文旅推荐官招募活动，创作图文攻略或短视频作品，在抖音、微信视频号、快手、小红书、B站、携程、美团等平台进行宣传推广。

3 分析：打造特色IP考验智慧

在全国各地争相以文旅作为破圈出圈“利器”的当下，远有淄博的烧烤、贵州的村BA和村超珠玉在前，近有醴陵的炒粉节和天元区的厂BA抢先一步。“青春”渌口应如何胜出？

渌口如何定位自身的文旅产业特色，打造凸显地域文化的城市IP，也需要极高的智慧。

在前面，我们已经大致梳理了渌口区的丰富文旅资源，但在旅游市场严重“内卷”的当下，这些资源禀赋并不突出。当地的山水人文资源，任何一项拿出来都不能匹敌已经成名的风景区和古城古镇，所以，渌口区必须打造一个符合自身气质的城市IP。

渌口区的前身株洲县一直将自身定位于“长株潭后花园”，但这样的定位本身就弱化了其竞争力，在潜意识里就置自身于小弟和配角的地位。多年来，后花园并未能吸引到长株潭的投资者和消费者，没有获得突破性的发展机遇，几乎成了被遗忘的角落。

当下，“青春渌口”的城市定位，则将渌口从“后花园”一举推向“前沿地”，不仅是城市年轻，更要成为株洲聚集青春能量、吸纳青春力量的“先锋队”。

青春代表着希望、梦想、热情、活力、开放、热爱、专注、无畏、奋斗，是推进创新创业的宝贵基因。文旅产业，不仅仅局限于经济收入这一项指标，更重要的是将成为城市印象的重要部分。

今年来，渌口区已举办了湖南省首届风筝邀请赛、2023年全国传统校篮球联赛、市“村BA”选拔赛开幕战、玉米采摘节等一系列赛事、节会等，吸引群众以各种方式参与其中，也让“青春IP”成色更浓。

但综览渌口区打造青春IP的一揽子行动，却仍有连续性不够、特色不足等问题。

青春一词，包罗广泛，既可以是没有年龄、没有职业限制的泛指，也可以是一切敢闯敢拼、富有青春意向行为的代指。正因如此，泛泛而谈的青春，容易落入俗套，没有记忆点，无法一眼识别，需要提炼更具记忆点和传播性的独特之处。

举例来说，今年端午节各地赛龙舟活动不少，但是“出圈”让人有记忆点的是两个城市。一个是广州，互联网平台上一度发酵出“划龙舟需验资”“一条龙舟70房东，身价20亿”“房东赢了龙舟赛会给租客降房租”等延伸话题，热度爆表。另一个是怀化市，该市麻阳县锦和镇石眼潭村龙舟队队员们冒雨上船，在风雨激浪中逆水行舟60里，上演氛围感拉满的水上“行军”，逆流而上的勇气和激情感动沿途村民，视频火爆全网。

这两个案例，都是在寻常事件中提炼出了更具话题性和传播性的要素，因此也更容易形成话题扩散和影响。“青春渌口”的城市定位，也需要进一步提纯，找到“闪光点”。

相比之下，今年昭陵的龙舟赛并未能形成阶段性持久的话题。其实，整个渌口区的龙舟习俗拥有相当长历史，民间的龙舟文化底蕴也想当浓厚，只是怎么好好策划，寻求到突破性的话题，get到广大网民心中的点，还需认真斟酌。

龙潭镇蓬源仙。张正辉 摄

漂沙井村龙舟赛。张豫兴 摄

时光小院。梁国柱 摄

村BA比赛现场。刘捷 摄

建议一 增加体育运动项目 强化青春IP属性

在渌口区的文旅规划思路中，的确也提到了怎么打好水资源这张牌的问题。在记者的访谈中，利用渌江和湘江的水上路线，串联起区内各乡镇的游玩点已成为其基层干部和区外专业人士的共识。

但是，湘江渌口段的点可看、可玩的并不多，挽洲岛目前最大的困境就是缺乏可玩性。昭陵老街和朱亭古镇也缺乏能游的实际内容。故建议增加游玩项目，并延长线路到株洲市区，晚上看湘江夜景，白天体验游船过航电枢纽，沿途打造水上运动项目，如赛艇、冲浪、帆板、滑水、皮划艇、摩托艇等，跟株洲本土的水上冲浪板生产企业联手，打造应用示范基地。我们的老表江西南昌上月就组织了全省各市参加的千人横渡赣江活动。毛主席在畅游长江时就号召人民群众到大风大浪中去锻炼，渌口区完全可以策划举办这一类型的活动。

从青春渌口的IP属性来说，体育运动是最能体现活力的项目。目前该区已有越野车基地、滑翔伞基地，但远远不够。应该有针对性地增设带有强社交属性的运动项目，如自行车、机车基地等。

惊蛰研究所出品的《2023潮流运动消费趋势洞察报告》显示，基于潮流运动因社交内容平台而兴起的传播背景，以90后为代表的社交应用重度用户成为潮流运动的主力人群。而在潮流运动玩家的年龄分布方面，18岁至30岁和31岁至40岁两个年轻段的玩家占比遥遥领先，并且在细分项目上交替登上占比第一的位置。

具体来看，18至30岁年龄段的玩家在飞盘、陆冲、滑板、橄榄球和滑雪这几项运动中的占比均为第一。31岁至40岁年龄段的玩家则在路亚、垂钓、自行车、潜水、攀岩、桨板、冲浪这几项运动中占比第一。

通过观察潮流运动的内容传播规律可以看到，潮流运动对于入门玩家，其社交属性更强于运动属性。而社交价值不仅是潮流运动快速崛起的原因，也将是2023年以及未来更多小众运动实现“破圈”的必要条件。

在潮流运动热度不断增长的过程中，社交平台优质内容的种草效果起到了决定性的作用。今后，平台在潮流运动的推广和传播中的分量也会越来越高。因此，加强与平台和媒体的合作，也是今后文旅发展要修的必选课。

建议二 加强互联网思维 借助民间智慧

今年，藏身于醴陵青云山上的醴陵一中图书馆，以“树林图书馆”的特色在社交平台狠刷了一波存在感。这座图书馆之所以能以独特设计走红，是因为设计者张宏儒就是从醴陵一中走出来的建筑师。带着对城市的了解，和求学时期亲历的情感，他为这座建筑赋予了精妙的设计，既极大保留自然风貌，呈现一份原始和轻松自在，又在设计中巧妙融入城市特色，将醴陵瓷厂的白色废瓷颗粒嵌入地板，仿佛天光云影，化腐朽为神奇。形式化的“外壳”承载不起长久的热爱，只有真正注入了热爱与情感的设计，才能真正打动人心。文旅项目的打造亦是如此。

在打造青春IP的同时，引入民间资本甚至是专业的文旅资本成为必由之路。

不过，在引资入渌的过程中，需更看重“选资入渌”，“外来的和尚”也并不一定好“念经”。资本要求回报，蜂拥而来的全国性品牌及投资者，基本考量是“赚快钱”，而缺少对当地特色的理解和本土文化的结合，在这种背景下打造出来的“大项目”，能否持续地为当地带来文旅注入发展动力，值得斟酌和观察。

事实上，渌口区并不缺乏有创意的人才，也不缺乏热爱渌口愿意奉献的年轻人。参加座谈会的区级和乡镇干部，他们有理想有激情，观念前卫，思维活跃，视野开阔。更重要的是，他们懂渌口，知道怎么去建设家乡。渌口拥有年轻干部队伍这支“青春力量”，是一笔宝贵的财富。目前定居在昭陵老街的资深文旅专家史东雨就向记者表示，他感觉渌口区的公务员队伍服务意识强，响应速度快，有活力有梦想。人事上的年轻化正进一步加速行政上的高效化。年轻干部的敢想敢干，“十字渌口街”等一批体制内年轻人主导的自媒体，已开始在小范围内形成推广传播。

创意加互联网思维也是推进文旅产业强大力量。

史东雨在昭陵老街的网红宅子，吸引了全国范围内的网友前来观看；渌口村的时光小院通过发展庭院经济，推动农旅融合，既培育本土的农特产品牌，又打造网红打卡庭院，形成乡村经济新的增长点。这种不需要政府投入资金的做法，应该在渌口区广泛推广，形成渌口文旅发展的一种模式。在城市五区中，其余四区均有各自鲜明的产业特色，渌口区在农旅融合方面则独具优势，更有发展空间。故在体育彰显“青春”气质之外，乡村旅游创新出圈应成为渌口区的另一张王牌。

最大化网友力量。淄博烧烤成为现象级“全民盛宴”，除了政府迅速反应、市民主动维护等因素，游客自发推介也是一股不容忽视的网络力量。在地方文旅品牌的打造中，也应最大限度吸引、鼓励网友参与，包括摄影爱好者、本土文旅推荐官以及网络平台上热衷于为地方建设提建议的广大网友，充分吸纳他们的好想法并予以实践，也会在互联网平台形成网民自发的二次、三次甚至多次传播。

建议三 创意制胜 速度称王

城市间的品牌竞争已日趋激烈，几乎每天都有新的创意诞生，有新的热点刷屏，而“第一个”往往是被记住的。在传统的文旅规划中，对一地、一事的规划，势必要将方方面面考虑周到，设计完善才可执行，但一套流程下来耗时耗力，待到执行层面，还会出现与变动的现实情况不相匹配的新情况。

就比如该区的多个文旅项目的规划中，渌口老街体量如此之小，到底是保护现状好，还是开发好？需要思量。朱亭古镇和昭陵老街怎么开发？谁先谁后？整体来看，昭陵老街似乎更宜整体规划并先行建设，因为其规模适宜，交通距离更短，整体性更强。

文旅创新，打的就是时间差，抢的就是“第一个”。在这样的氛围下，轻资产投资及运营也是更多资本的选择。因此，按部就班的传统规划、建设实施已不适宜当前发展，而根据本土现实情况发展，以及网络流量及网民意见反馈，边做边改、边做边引的方式，更为妥当。

曾经策划运营多个文旅项目的史东雨更指出，规划也好，策划也好，都需要从实际运营的角度出发，才能使设想可以操作，产生实际效益。

同时，要主动出击打通“障碍点”。流量的暴增具备偶发性和突发性，既要引流就要做好承受流量的基础准备。

当前，渌口文旅还有诸多工作需要走在前头。比如，今年赛龙舟等活动中反映出的道路狭窄导致交通堵塞等基础设施差的问题，村民主动性以及村和村之间合作意识不强的问题，缺乏合理有效的旅游动线规划问题，等等。在建设开发过程中，村民的传统思维、看不到长远发展利益等现象，亦需要逐步改变。

综合文旅专业人士史东雨、渌口宣传系统、文旅系统和人大以及政协相关人士的座谈内容，本社记者整理出渌口文旅的发展方向建议：

在青春渌口的大定位下，大力发展以体育运动为主打的文旅产业，同时做好乡村休闲创意文章。体育赛事项目可以聚集人气，便于网络传播形成流量；乡村休闲主打创意，培育乡村网红打卡点。

体育运动做好“水”的文章，主要落实在水上运动、水上休闲，如皮划艇、浆板、水上摩托、龙舟竞技培训、国家大型龙舟赛事承办等。水上休闲主要是在旅游线路上把城市与乡村结合起来。如株洲南至朱亭旅游轮渡的线路开通，同时开辟豪华游轮旅游线路。策划昭陵内河采莲划船游，打造渌口的“普者黑”。同时结合五号山谷把挽洲岛的水上旅游线路建立起来。

乡村休闲做好“文”的文章。“文”的突破口是在旅游调性定位上，做差异化设计，培育一批网红打卡点。结合“乡村美术馆”的建设，培育“乡村音乐节”“乡村文创市集”“乡村露营节”“乡村摄影节”“乡村采摘节”等次级IP；树立一批以“五号山谷”“昭陵老街”“滑翔伞基地”“蓬源仙”“渌口老街”为代表的网红打卡点。以点带面，全面开花。

把渌口打造成长株潭乃至辐射中部的户外休闲运动圣地，或可成为渌口文旅的“破局”之道。