

□□ 农民日报·中国农村记者 韩啸 李锐

今年4月11日,历经10余个“封闭管控”的日夜,江西省婺源终于迎来了“解封”时刻。人们当晚燃起烟花,沉寂许久的“全域3A级景区”又恢复了往日生气。江西唯一的全国甲级民宿、婺源厚塘庄园的创始人李见华在“朋友圈”激动地写道:“久违的烟火,过年也不过如此,婺源人民用最古老、最诚信的方式,送走瘟神、庆祝平安……”

常态化疫情防控给快速发展的婺源旅游带来了挑战。记者从县委宣传部了解到,2021年,当地出台了《婺源县助企纾困促进文旅产业健康发展暂行办法》等一系列政策措施,为文旅产业复苏助力,全年接待游客2003.4万人次,综合收入194亿元,已达到2019年历史最高点的82%和79%,与2020年相比反弹强劲。

从1998年李坑村口简易的停车场开始,婺源,这个养在深闺的偏远古镇开始了向“中国最美乡村”的数次跨越。2019年9月,县政府斥资4.11亿元完成对婺源旅游股份有限公司的股权回购,江湾、思溪延村、卧龙谷等14个重点景区不仅回归政府掌握,也标志着历经“放手民营”“组建集团”等阶段性跨越后,全县旅游业通过“股权回购”彻底拧成“一股绳”,呈现门票经济向产业经济、资源竞争向文化竞争、观光旅游向休闲度假旅游的整体提升。

婺源乡村旅游经历了哪些波折与探索?古村落的挖掘保护与旅游业发展关系如何?以“篁岭晒秋”“古宅民宿”“梦里老家”等为代表的“婺源新IP”蕴含了怎样的发展理念?现代旅游业究竟如何重构乡村?请来自江西婺源的调查。

“先锋游客”发现“中国最美乡村”

婺源位于江西省东北部,与皖、浙两省交界,公元740年便已设县,是古徽州“一府六邑”之一,“茶乡”与“书乡”的历史源远流长。重庆大学城乡遗产保护专业张菁博士对婺源境内诸多村落的发展变迁做过细致研究,指出李坑、汪口、江湾等村均可追溯至千年以前,各由其“土姓”聚居而成,多为躲避中原战乱而形成的移民型村落,在明清徽商兴盛期间达到鼎盛。

“古徽州普遍人多地少,在不利农桑的土地条件下,婺源人‘以贾代耕’,形成了商业资本支撑土地资本的宗族居住模式,‘聚族而居’‘山水秀丽’‘文风昌盛’是这里的特点。”张菁说。

这也为日后“家家是风景,风景在人家”的旅游业崛起埋下伏笔。20世纪70年代末起,全国各地的探险者、摄影师、文化学者等“先锋游客”陆续涌向婺源,《闪闪的星星》《聊斋》等影视剧也相继到婺源取景。其中较有代表性的是全国政协委员、香港著名摄影师陈复礼。1981年春,他在婺源走村串巷、访幽寻古,行摄驻留旬日,在江岭古村拍摄的作品《天上人间》荣获国际摄影金奖;后来在南昌举办的个人摄影展上,陈复礼提笔写下“婺源——中国最美的乡村”,不仅让雾气氤氲的油菜花海、粉墙黛瓦的徽派古建惊艳亮相,也在一代婺源人心底泛起了波澜——这个“山阻而弗车,水激而弗舟”的偏远古镇,终于开始了新的历史叙事。

而被陈复礼“发现”的江岭则成了油菜花景观的代表。每年3月初到4月上旬,在海拔千米的江岭可以看到连片的花海从山顶铺散至山谷,高低错落的梯田如链似带,古树、河流、梯田、农舍、农作物的精致布局,将人与自然的亲近和谐完美展现。

“面积大、地势陡、级数多、海拔高的江岭,是中国四大花海之一。”婺源旅游股份公司党委书记王晖饶有兴致地说,2019年10月,这里的油菜花首次在秋季绽放,景区也实现了“春游梯田花海、夏观水墨梯田,秋赏漫山红叶、冬尝年味民俗”的“去季节化”转变。

“营销宣传、创意活动、文创周边‘三驾马车’的驱动是江岭走红的法宝,其中广大游客们在摄影、短视频、写生等私域流量的红利是关键。”王晖介绍,“在强大IP的推动下,景区内两个村庄逐渐拓展为民宿集群,既有老百姓自主经营,也有婺源旅游股份租赁村里闲置房屋打造,景区通过‘去门票化’经营策略,带动民宿业的发展和当地农副产品销售,实现农耕文化的深度体验和传播。”

而放眼全县,这朵被婺源人“玩到极致”的油菜花种植面积已超过12万亩,2019年盛花期接待游客520.6万人次,综合收入达到42.7亿元,创下历年最高。

在与江岭相隔40公里的秋口镇李坑村,则是一派“小桥流水人家”的徽乡情境。在此写生的江西师大研究生李晔亮表达了对这里的痴迷:“书里的古徽州就是这里吧,高低错落的明清古建很有层次感,适合创作,原生态的生活场景都留下来了,给人‘沉浸式’体验。”

“目前全国700余所高校已与李坑建立合作,每年接待写生游客达5万余人,写生经济每年带来综合收入逾5000万元。”李坑村党支部书记李义泉告诉记者。

站在村子中央,除了徽派风格的粉墙黑瓦、翘角飞檐,还有蜿蜒的河溪贯穿全村,数十座石、木、砖桥联通两岸,与马头墙、青石门、牌楼等共同诉说历史。而在此外表之下,则是古徽州“十户之村,无废诵读”的精神脉络。李义泉介绍,李氏族人仅“传世典籍”就留下了29部,有据可考的文武官员、巨商富贾多达百余人。无论是“大夫第”“申明亭”“文昌阁”,还是散落各处的书院、私塾和学堂,都将古徽州重文兴教的书香气质彰显至之。

据统计,从唐代起婺源共出“进士”552人,历史遗迹更是遍布山野,28个中国传统村落、8个中国历史文化名村、4100余幢古建呈罗棋布,这里不仅是徽派建筑的“大观园”,也孕育了徽剧、傩舞、徽派“三雕”以及歙砚、婺源绿茶等一批国家非物质文化遗产。

当旅游业邂逅乡村

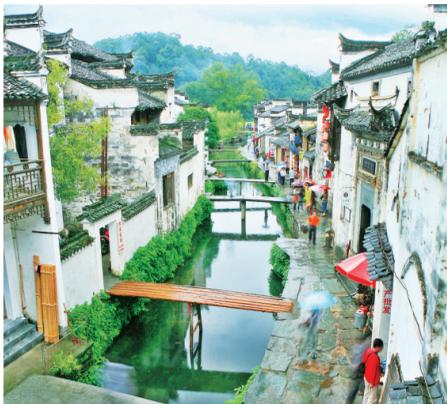
波折与重构



2014年,“篁岭晒秋”成功入选“中国最美符号”。

婺源县农业农村局供图

二十多年前,江西婺源开始从一个偏僻县城向“天下谁人不识君”的旅游重镇跨越,旅游业的迅猛发展将油菜花海、徽派文化、非遗民宿等元素呈现于世,同时过度商业化、传统破坏、利益纷争等问题也浮出水面。伴随乡村旅游的波折与前行,县域经济的发展与重构悄然实现。

全国甲级民宿——婺源厚塘庄园里的“农事体验”。
刘芳 摄

“李坑之乱”变“李坑之治”。婺源县农业农村局供图

旅游业的“返乡之旅”和两次跨越

20世纪90年代以前,这些村落一直“大隐隐于市”,而随着游客们的到访,它们纷纷站在了旅游业的风口。李坑村里年长的村民告诉记者,1998年以前,外来参观基本都是免费的,私家老宅都可以免费游览参观、取景拍摄;后来晓起、江湾、汪口等村口则陆续搭起了小棚开始向游客收取门票。李义泉回忆:“1998年,李坑村就有一个小小的停车场,村委会组织村民们搭个栏杆就开始收门票,从最初的2块,涨到后来的5块、10块。”

但零散的业态显然无法满足汹涌的旅游浪潮。上饶市委宣传部工作人员肖维介绍,2001年婺源旅游迎来第一个重要节点,“中国最美乡村”的知名度在互联网上迅速扩散,游客量激增。为提高服务能力,解决资金问题,县里鼓励、引导民间资本参与旅游开发,一时间涌现出包括李坑、彩虹桥在内的景点20多个。县政府提供的数据显示,2001年到2007年全县游客数量从24.7万人次激增至340万人,旅游收入从5000万元增至6亿元。

这是婺源旅游从粗放的自发经营到民营资本规模化介入的第一次跨越。

为打造婺源旅游的整体形象,2007年,县里引导江西三清山旅游集团入驻婺源,将汪口、思溪延村、百柱宗祠等14个精品景区收购整合,按照一个集团、一张门票、一大品牌的思路组建婺源旅游股份有限公司,对全县旅游资源进行整合。

这是婺源旅游规模化、资本化的第二次跨越。随之而来的就是景区规模、游客人数、旅游收入的进一步提升,并在2011年前后江湾景区申报“国家5A级景区”时达到顶峰。此时的婺源也与安徽宏村、西递等最早形成了区域性互相促进的耕读文化、田园风光、古代村落集聚的片区,并与周边黄山、庐山、三清山、千岛湖等景区形成良性互补,成为区位优势明显的旅游重镇。

“从最初的‘被发现’到旅游业的两次跨越,一个个传统村落开始向旅游目的地发生转变。”江西师范

大学历史文化与旅游学院副教授曾丽和她的团队,长期关注婺源旅游的发展变迁。在曾丽看来,村民们的商业启蒙、民间资本的介入,规模化的景区建设和政府的规划引导,与游客们在主观上对乡村旅游的向往和体验,共同推动了婺源的重构,“让婺源小桥流水人家、油菜花田、徽派古建等独一无二的‘地方性特征’被挖掘出来,承载了人们心中的‘祥和’‘意境’或‘韵味’,满足了特定时代背景下人们对怀旧、乡愁、故土的向往。”

全国旅游标准化技术委员会主任孙若风认为,乡村山水是乡愁的载体,乡村生态是国人精神原乡的基点,回归这样的现场有回家般的温暖,而发展乡村旅游其实就是将乡土文化中的人文精神召唤到旅游前沿。

“乡村旅游既是游客的返乡之旅,也是旅游业自身的返乡之旅。”孙若风说。

商业开发中的迷途与反思

然而伴随着产业规模急剧扩大,婺源旅游业的“返乡之旅”走得并不平坦。

“旅游经营与当地村民日常生活密切相关,一些村民擅自景区乱搭乱建、乱摆乱放,破坏了旅游环境的整体和谐。”李义泉说。2017年,省级历史文化名村和国家4A级景区李坑在复评中面临“双摘牌”风险。

“游客们到婺源除了对中国最美乡村、油菜花海向往,吃、住、行等日常生活层面的诉求同样重要。”在曾丽看来,“乡愁、怀旧、文化历史带来的是精神层面的‘高峰体验’,而卫生、方便、整洁、安全等就是生活层面的‘日常体验’,二者缺一不可。”

曾丽科研团队成员之一、中山大学博士高权对2002—2021年期间去哪儿网、艺龙网等平台“驴友们的”留言进行梳理,其中对李坑的“吐槽”不在少数,包括“古老老屋中时不时会冒出几幢水泥房;环境卫生搞得不好,很多地方洗拖把,小孩小便在溪水里;大夫第等景点都是村民在自己管理,堆放了很多杂物……”

张菁博士也对2007年到2015年间李坑街上

的景观变化进行逐年对比分析,她发现商业客栈、餐馆、店铺一度成为游览线路上的主要景观,不属于徽州民居风格的历史元素被随意拼贴在临街建筑上,每家每户都在溪上架起小桥,并加宽驳岸供自家经营,导致作为核心景观的水道变窄。

“村里主要游览线路是两条沿溪岸的街道,一些商业化活动都集中在这里,村民外迁、房屋破败,新建房屋又层层叠建,原本宗族聚居的乡土氛围破坏明显;而原来的生活交往中心如戏台、河道等则让位于主要游览线。”张菁说。

李坑景区的首位承包人叶如煌,曾有多年乡镇基层工作经验,他告诉记者:“2001年门票收入还不到10万元,第二年就涨到了100多万元,利益面前村民们几度‘撕毁’协议。景区的利益分配方式也一变再变,从最开始承包商为村民交‘农业税’,到后来的定额分成,再到门票19%、21%的分成,每次都伴随着囤积景区、关闭整顿的发生;而村子里乱搭乱建、违章经营的情况也未能根除。”这些因素都成为2017年李坑“摘牌”的原因。

“古村落游刚起步时规划和管理跟不上,村民们渴望通过旅游来快速改变生活的愿望没有得到满足。”婺源县文广新旅局一位工作人员表示,“村民的利润来源本质上还是地租,将没成本的自家宅基地等生活资料,变为住宿、餐饮等可以赚取利润的生产资料,这就导致大量自建、违建经营性房屋的出现。”

李坑村一位村民的说法也印证了这一点,“自家搭个小楼经营茶楼,搞个饭店,2010年以前收入5万—6万元是没问题的,2010年以后更多,仅靠景区门票分成和种地还是不够生活,如果不靠旅游搞点经营,还是要出去打工。”

江湾则是另一番境地。为评选5A级景区,2011年前后,景区迎来多次改建扩建,7000万元新建了徽派牌坊、鼓吹堂、百年邮局、商贸区等12个重点项目,垃圾箱、公共信息图形符号等进行了标准化提升,景区面积也扩充至10平方公里。2013年1月,江湾被授予国家5A级旅游景区。

张菁表示,改建后的江湾景区与村民新村、江湾镇区相邻,呈现景区、住区、镇区的明显区分,其中西北部为游览区,东南部为村民居住区,七星园、百工坊里的特色技艺展示偏离了古村落游主题,表演性质过重;传统民宅虽保存较好,但由于原住民都已外

迁至新村,失去原本的活力。

“高强度新建开发使江湾景区呈舞台化特征,通过重新安排的空间场景对景观进行筛选和设计,像一场精心安排的传统村落‘主题表演’。”张菁说。

这也直接或间接导致2019年江湾景区被江西省文旅厅严重警告,原因包括旅游景区管理服务水平尚待提高、文化特色不明显、商业气息过于浓重等。这也推动江湾景区通过差异化发展,从传统村落游向“特色民俗小镇”的旅游综合体转型。

2017年11月,县委、县政府再次对李坑村进行长达4个月的关闭整顿,共投入1亿多元进行集中整治,包括河流整治与污水处理、游步道环线、游客中心、旅游公厕、李坑古村古建恢复等。

“村子里通过了极具特色的村民村规22条,包括养生河管理、门前‘三包’、规范建房等事无巨细的内容。”李义泉说,“比如把垃圾倒入河中罚款1000元,拒付者直接从每年2340元的分成中扣除。”记者也看到,每家每户都把“家训”挂来自我约束,村史馆、法治文化广场、德法讲堂等甚至成了新的景点,困扰多年的“李坑之乱”终于成了“李坑之治”。

“游客具身体验”推动新业态探索

2022年初,江西省“两会”期间,省人大代表、婺源县委书记徐树斌提交了一份大力支持篁岭创建5A级景区工作的建议,并恳请江西省委、省政府指导篁岭文旅股份有限公司上市,争取2022年通过IPO,以填补江西没有上市旅游企业的空白。

作为李坑、江岭等之后婺源“第三代”旅游产品,篁岭能成功走到资本市场门口并非偶然。这个位于江湾镇栗木坑村东南7公里、石耳山脉环抱的古村落,迄今已有500多年历史。2014年9月29日,刷屏各大媒体的“500斤辣椒拼国旗迎国庆”场景,标志新的农俗景观IP——“篁岭晒秋”的横空出世,连同100多栋随弯就坡的徽派民居、瞭目远眺的万亩梯田,共同勾勒出“最美中国符号”。

然而,天然坡度20°—42°、局部达到42°—50°的篁岭绝非“天生浪漫”。曾任村主任、现景区管理者之一的村民曹钊松说,篁岭可用建设用地极少,“晒秋”本是“地无三尺平”的无奈之举;雨季还会有滑坡、崩塌等地质灾害,再加上交通不便、饮水困难、农田荒芜,县里曾数次鼓励村民搬迁,2009年常住村民已从最初的186户、600多人锐减至70余户、320人,篁岭已徘徊在消亡边缘。

在投资篁岭之前,本地人吴向阳已有鸳鸯湖、卧龙谷等多个景点的成功经验,他认为“如果不将原古村落产权问题,未来开发过程中就会‘拆古建盖新房’,导致古村落资源破坏甚至消失。”

2009年,吴向阳与两位投资人共同成立婺源篁岭文旅股份有限公司,依托小产权房办证试点和整村搬迁相关政策,投入1200万元在山下交通便利的公路旁建设68栋徽派小院和24套公寓,让整村320人搬进了户均面积达200平方米的“新居”。村民们将原有宅基地使用权置换为安置房使用权,从而与原宅基地再无权属关系;接着公司通过“招拍挂”获得全村3.3万平方米建设用地使用权,由此做到产权清晰、边界清楚,彻底盘活了濒临消失的沉睡资源。

吴向阳介绍,公司不仅将120栋原址民居按照原有徽派风格修缮改造,也对散落各处、缺乏维护的40多栋古建筑实施易地搬迁保护,在资产所有权不变的前提下进行“活化寄养”。“改造和风貌复兴工程共投资3个多亿元,投资强度高达每平方米建设用地1万元,使篁岭超越江湾镇、李坑村,成为全县古建密度最大的村落。”

“古村的原生性还得靠本地村民,不仅要恢复古建,更要有原生态的生活方式,炊烟、浣衣、把酒桑麻、鸡鸣狗吠……”吴向阳坚信,像“晒秋”这样的日常农事活动应体现“真实性”,不是为晒而晒的道具式展示。因此景区邀请当地人返乡复晒晒秋、重开油纸伞坊、聘请老工匠传授“徽州三雕”,集结了一批村民和非物质文化遗产传承者,将傩舞、龙灯、黄梅戏、徽剧等散落的“民间风情故事片断”整合起来;部分篁岭村民还受邀返乡居住,以呈现“古民居活态博物馆”。

同时,公司也通过“生态入股”的方式,将村落的“水口林、古树”等生态资源纳入股本,村民的果园、梯田等资源要素进行流转,每年每人可分得450元“资源费”,户均2100余元,村民们在景区从事“晒秋”“景观维护”等工作还有2000—3000元/月的工资;而梯田流转则按国家规定的400斤稻谷/亩/年,当地最有名的“篁岭花海”,就是公司从周边600余户村民租赁了数千亩梯田打造而成。

“经过原生化的‘发现阶段’,大规模、高强度的‘标准化’建设阶段,以篁岭为代表的新IP创造性解决了土地产权、与民分利和古村落保护等问题,促进了游客们‘高峰体验’和‘日常体验’的统一。”曾丽认为,游客们最初“发现婺源”,赋予其新的特征是一个“地方化”的过程;而商业化的开发浪潮在一定程度上消解了这种表征,即“去地方化”;而最终还是要要在旅游开发和传统的传承保护中找到平衡,实现“再地方化”。这就是宏观历史维度上旅游业对一个县域的重塑。

记者发现,这种影响轨迹也体现在婺源的“古宅民宿”及“婺源乡宿”品牌打造中。“从最初对古宅进行简单的修复、保护和经营,逐渐发展到对硬件进行全面升级、对服务流程进行相应规范来提升游客感受。”婺源县民宿协会会长刘芳说,“做古宅类民宿没有情怀不行,光有情怀也不行,设计、修缮和运维等费用远比现代风格昂贵。这样才能让游客有‘外面五百年、里面五星级’的感受。”

婺源县文广新旅局副局长陶开伟介绍,自2011年第一家古宅型民宿九思堂开业以来,婺源民宿已超过900家,开发出以“九思堂”为代表的古宅度假型、以“厚塘庄园”为代表的徽文化体验型和以“花田溪”为代表的乡间野趣型等。目前,到婺源体验民宿的游客人均停留2.5天,日均消费1300元,带动2万余人就业。