

挖掘北海旅游文化内涵 塑造旅游城市新形象

作者：谢莉红

旅游文化是人类社会在旅游实践活动中所创造的物质财富和精神财富的总和。旅游文化涉及面很广，几乎囊括社会文化、自然生态文化的所有方面。旅游文化品位，是指旅游产品中文化因素的含量。高品位的文化不仅丰富了旅游内容，而且是旅游的灵魂，是旅游业可持续发展的重要因素。近年来，旅游市场的竞争已逐步演化为旅游文化的较量，各旅游胜地视旅游文化为发展旅游业的战略资源和竞争资本，竞相打出文化品牌，从而使旅游文化呈现出迅速发展的势头。

广西北海处于山之口、地之角、海之门，纳百川成海，含总江而为浦，是古代“海上丝绸之路”的始发港，古今文化、中西文化在这里融合，山地文化与海洋文化、中原文化与岭南文化在这里交汇，使北海的文化兼收并蓄，内涵深厚。目前，北海旅游文化的建设尚处于起步阶段，从总体上看旅游产品的文化品位还不高，旅游资源蕴含的文化内涵没有完全凸现出来。2001年，我市提出“十五”期间文化发展的战略目标，是把北海建成具有鲜明特征的海洋文化名城。根据这一战略目标，北海的旅游文化建设应本着提高旅游产品的文化品位，挖掘北海城市独特的人文价值这一原则，从其亚热带滨海资源条件、民俗风情、历史传统、文化背景等诸多方面的差异出发，从宏观到微观等各个层面去寻求个性，提升北海旅游的档次。

一、突出海洋文化特色

（一）建设具有鲜明南珠特色的海洋文化

北海盛产珍珠，自2000多年前的汉朝以来，南中国海域出产珍珠的八大珠池就有六个在北海所辖地区，古有“珠还合浦”典故。北海所产珍珠世称“南珠”，素有“西珠不如东珠，东珠不如南珠”的美誉。南珠是北海地域文化的特色，是对海洋文化的具体化。应在著名的南珠产地北海白龙珍珠古城遗址，恢复、修建相关设施，将古珍珠池建成珍珠养殖观赏基地，增设游客参与性和娱乐性项目，体现育珠、养珠、采珠、制珠、赏珠的南珠文化神韵，再现当年珍珠盛世风采，构建珍珠文化旅游主体景区。充分发挥南珠这一连贯历史、当今及未来的文化资源优势，努力把具有鲜明南珠特征的海洋文化，建设成为影响广泛、品位较高、主导北海旅游文化发展的龙头品牌。

（二）加大海洋旅游资源景区的文化含量

北海海洋旅游资源景区主要包括北海银滩、涠洲岛、山口红树林、北海海洋文化公园（项目）等。绵延 20 多公里的北海银滩以其“滩长平、沙白细、水温净、浪柔软、无鲨鱼”而被誉为“天下第一滩”，1992 年被国务院列为国家级旅游度假区。目前银滩旅游仅停留在海滨浴场阶段，游客的消费主要是游泳或海水浴，旅游产品单一。去年“五一”旅游黄金周，银滩公园与前年同期相比，游客减少了三分之一，为 7 万人次。今后应在银滩建设海洋运动中心、文化娱乐广场等设施，增加体育、文艺及参与性强的多种活动，增强对游客的吸引力，延长游客在银滩的逗留期。为了给北海银滩确立一个具有前瞻性、独特性、文化性的旅游发展主题与理念，北海市已通过国际公开招标方式，广泛征集银滩未来的建设蓝图，从入选的几套规划方案看，都非常注重体现阳光、海水、沙滩三要素构成的亚热带滨海地域文化，应在选定方案后严格按照规划要求高起点、高标准、分阶段开展生态环境综合整治和旅游文化设施建设。

北海涠洲岛是中国最大的火山岛，岛上火山景观、海蚀景观、植被景观、沙滩景观、人文景观丰富奇特，形成了海洋文化立体而多层面的海洋资源载体，具有典型的亚热带海岛风貌，是人们了解大自然、探索奥秘的不可多得的景区。目前，新推出的火山探险游项目倍受游客青睐，新开发的潜水观光活动可使游客观赏海底珊瑚等海洋动、植物资源。为使游客对来涠洲岛旅游有更深刻的认识，应将有关火山岛的形成、岛上植被的特点等知识编成科普画册或制成 VCD 光盘，以便游客了解更多科普知识。岛上当地特色鲜明的三婆庙常年香火旺盛，已有 150 多年历史的天主教堂在岛上有着数千教民，这两地现已形成独特的中西宗教旅游景点。可搜集整理有关当地传统宗教文化及天主教文化方面的历史资料，向游客介绍。当年清朝政府派兵封堵岛上海盗洞的历史事件惊险刺激，引人入胜，可在洞口外立碑说明。总之，应将涠洲岛旅游资源的文化内涵充分展现出来，使涠洲岛成为以“开眼界、长知识、探奥秘”为特色的旅游胜地。

海底森林即红树林是生长于沿海滩涂的胎生植物。北海山口红树林景区，1990 年 9 月被国务院批准为国家级生态自然保护区，2001 年联合国教科文组织将其列为世界生物保护区。应在保护的前提下尽快开发红树林海洋生态旅游资源，使北海市旅游产品由单一型向多元复合型转变。随着合山高速公路的贯通，山口红树林海洋生态文化观光旅游将日益便利。

选址于北海市郊冠头岭下的北海海洋文化公园，是集文化性、历史性、知识性、参与性、娱乐性、商业性于一体，具有浓郁海洋文化特色的大型主题公园。该项目经广西壮族自治区批准立项，被国家旅游局列为中国旅游业优先发展项目之一，应尽快开展招商活动，早日启动该项目。

二、加快开发体现北海历史和文化特色的旅游资源

(一)注重挖掘文物古迹的旅游价值

文物古迹是文化的积淀和文明形象的体现。北海历史悠久，早在秦汉时期，就是中国海上丝绸之路的始发港之一。北海拥有国家级文物大士阁、合浦古汉墓遗址 2 处及西洋建筑 15 处；自治区级文物白龙珍珠城遗址、海角亭、东坡亭等 12 处，拥有地市级文物 94 处。特别是合浦古汉墓群方圆 64 公里，有东西汉墓约 5000 座。近年发掘清理古墓 400 多座，出土文物近万件，其中部分精品曾赴日本、挪威展出。人文荟萃的合浦廉州城始建于宋天祐年间，至今已有近千年历史，应在廉州城尽早规划开发汉城公园、东坡公园、海角亭公园、东山寺、孔庙等人文旅游资源。去年国庆期间开馆的北海海上丝绸之路艺术馆，展出了许多古代海上丝绸之路散落于民间的艺术精品，以此为史料说明合浦是中国南方古代海上丝绸之路的出海口。合浦作为“海上丝绸之路”的起点、曾为中国与世界文化交流作出了不可磨灭的功绩，应在合浦开辟古代“海上丝绸之路”始发港旅游景点，为北海海洋文化的发展提供一个深远的历史背景。

1876 年北海被辟为“通商口岸”后，形成大量西洋建筑群景观，其中北海市现存的英国领事馆、法国领事馆、德国领事馆、德国森宝洋行、北海海关大楼、涠洲天主教堂等 15 座具有典型欧洲建筑风格的“西洋建筑群”，已于 2001 年 7 月被国务院确定为第五批全国重点文物保护单位。这些至今还保存完好的西洋建筑，是北海近代文明的见证，是研究广西乃至中国近现代史、海关史、港口史、邮政史、对外贸易史的重要实物资料。对这些建筑应原样修复，选择部分可对外开放的建筑兴办专题博物馆，形成特色景点。

北海丰富的文物古迹是重要的旅游资源，对文物古迹等历史文化遗产的研究、开发和利用，应纳入全市旅游发展总体规划中，旅游开发中要处理好开发与保护文物资源的关系，实施保护性开发战略，将文物古迹博大精深的文化底蕴、北海历史的渊源完美地展示出来。

(二)展现百年老街珠海路、中山路历史风貌

别具一格的建筑最能体现地域文化的特征，也是吸引游客的重要旅游资源。始建于上世纪初的北海市珠海路、中山路“南洋风”骑楼风貌，是融西洋建筑的精华与传统岭南建筑结构为一体的城市街景，蕴含了古老的地方传统与殖民地时期的城市建设历史，成为北海极富个性的人文旅游景观资源。这两条路的维修改造应保持原有的建筑风格和形式，保护街区的历史价值，发挥旧商业街市的商业文化价值。如可在这两条路设置老式茶楼、粤剧会堂等，其建筑形式及经营服务尽量保持原有的风格，再现传统历史文化，让游客

领略南国海派休闲文化。另外，这两条街地处海滨，应形成连结外沙岛和海滨公园（水族馆）的黄金旅游线路。

三、深入挖掘独特的民间习俗和城市文化风情

随着旅游业的发展，人们的旅游需求不仅仅局限于自然风光和人造景点，旅游资源的开发和利用必须不断向纵深发展，独特的民俗风情、地域文化旅游，就成为深层次发展旅游的重要方面。中华民族五千年文明古国源远流长的历史、光辉灿烂的文化，蕴育了南国北海独特的风俗人情、文化艺术、饮食习惯等丰富的海派文化风情。

北海渔民的一个分支“蛋家”就是独具北海特色的。据史书记载“蛋家”作为“以舟楫为家，捕鱼为业”的水上人家，其形成于秦汉时期，由于地理和职业条件，他们在性格、语言、服饰和婚嫁住行等方面，都有许多与陆地居民不同的传统习俗。可以开发“蛋家”风情游项目，让游客乘船赶海、拉网捕鱼，体验“蛋家”生活；或让游客参与“蛋家”民间风俗活动，感受“蛋家”民俗文化。

北海外沙岛座落在市区北面，面积不足 1 平方公里，四面环水，其海鲜饮食排档是北海饮食文化的代表，已有不少海鲜排档在装饰、装修中注重引入渔家风俗，增加“海”的韵味。食客坐在海鲜排档一边品尝海鲜美食，一边可观海上落日，舟楫往来穿梭，构成一幅极富诗情画意的海滨风情图。另外，还应在外沙岛建设一些旅游文化设施和销售具有渔家文化及滨海特色的旅游商品，使游客在享受到浓浓的海洋饮食文化的同时，亦深深地感受到北海风格迥异的地域文化风情。

北海北部湾广场北侧古榕树，盘根错节、浓荫蔽日，引得过往行人驻足观望，是广场的一大景观。这棵百年大树是 1984 年北海被国务院定为全国首批 14 个沿海对外开放城市之后，为美化北海，表达全市人民建设新北海的强烈愿望，北海市委、市政府决定将这棵古榕从它处移至象征北海开放的城市“客厅”——北部湾广场，当年移树之时，盛况空前。移植古榕是北海城市文化、环保建设中值得纪念的事情。有人建议给这棵北海市树之王——古榕，注入文化内涵、冠以美名并悬挂牌匾，简书其非凡来历，使之成为反映北海改革开放风貌的旅游景点。

前不久，有识之士积极牵手北海旅游与文化“联姻”，推出北海视窗博览馆，它将成为我国第一家城市博览馆，该馆拟采用声光、电及多媒体、全息成像等现代化手段，全面反映北海人文、地理、历史、现状及

未来。

总之，不论是传统的民间习俗，还是现代城市文化风情，都是旅游文化资源的重要组成部分，均应深入挖掘整理，充分展现出来。

四、通过举办节会活动扩大对外文化交流，树立北海旅游文化形象

新世纪北海旅游业应从传统的经营理念向现代的、符合市场潮流的经营理念 and 手段转变，构建一整套旅游市场营销战略。

通过举办节会活动扩大对外文化交流是加大旅游市场对外开放，互通信息、取长补短，促进发展的有效途径和方式。闻名于世的哈尔滨国际冰雪节已发展成为融文化、旅游、经贸等多项活动为一体的综合性活动，是哈尔滨冰雪旅游文化的龙头品牌。南宁国际民歌艺术节已成为南宁的文化品牌，为南宁市增添了巨大的无形资产，吸引了众多的国内外客商前来旅游、投资。北海应发挥毗邻港澳、面向东南亚的地域优势和丰富的文化资源优势，采取政府与民间相结合等多种形式，开展对外文化交流。一些对外文化交流活动，应由旅游部门与文化部门共同举办，增强合力和影响力。要以文化为媒，通过举办节庆会展等活动加大对外宣传力度，更好地达到“让世界了解北海，让北海走向世界”的目标，要通过办好北海国际珍珠节，使之成为北海市对外经贸、旅游及文化交流的重要窗口，成为北海南珠文化的龙头品牌。

综上所述，北海应以能体现海洋文化特征的“南珠”文化为导向，开发、梳理、优化、整合有北海特色的旅游文化资源，建立丰富的旅游文化产品体系。认真研究北海旅游文化的内涵与外延、现实意义与历史价值，从而对北海旅游文化发展目标作出准确定位，构造自己独特的品牌文化核心理念和厚重的人文精神。如果说去历史文化名城北京旅游感受最深的是皇家文化，那么到亚热带滨海城市北海旅游应领略到温馨、浪漫的海洋文化韵味，使游客在北海时时处处都能体会到一种以海洋文化为主的多元文化融合而成的浓厚文化氛围，真真切切地领略到中国优秀旅游城市北海确实名不虚传。使北海由卖阳光、沙滩、海水等旅游资源向卖地域文化转变，逐步改变北海旅游知名度不高、旅客不多，人均消费不高的现状。以文化塑造北海旅游城市新形象，提高北海旅游的知名度，吸引更多的中外游客来北海旅游。