



■ 金 烽/文

6月里,行走西湖边,荷花已露尖尖角。

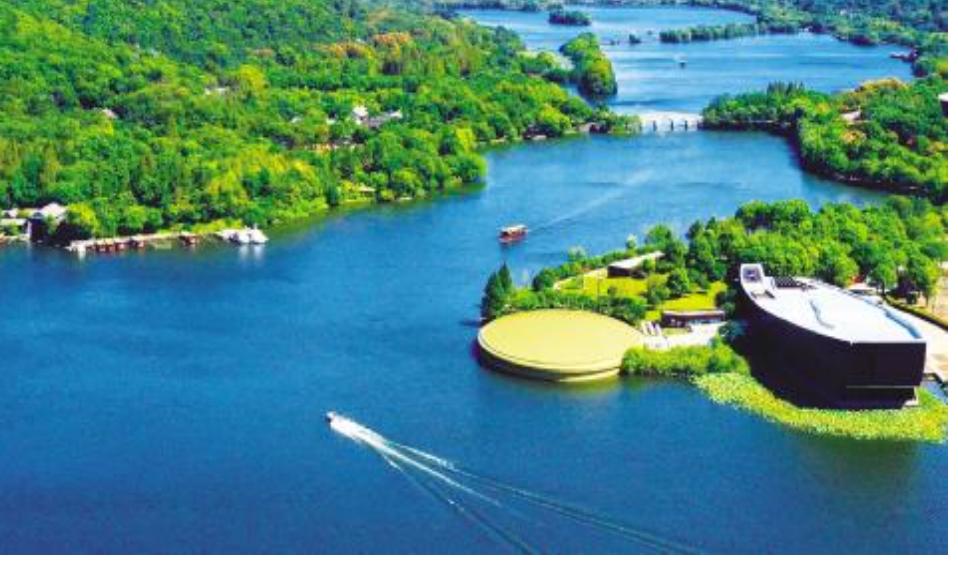
而距离20公里外的湘湖,也已迎来最美花海季。

在萧山湘湖保护与开发迎来20周年之际,在杭州的西湖边,在芒种日的一个早上,我们相约聊起了西湖研究西湖园林风景的顶级专家张建庭,说西湖,聊湘湖。

说其对西湖一草一木、一砖一瓦了然于胸,对湖山日月,没身不忘,是一点不为过的。“这里脚下有些石头起码有800年的历史,这就是西湖,天下名湖,5A级风景名胜区。”张建庭无限感叹地说。

2003年起,萧山实施圆梦湘湖、还湖于民的重大决策。2006至2016年,湘湖一期、二期、三期相继建成,“一湖秀水,两岸美景”呈现。

史料称,西湖与湘湖系“姐妹湖”。在大多数萧山人心中,西湖是大家闺秀,湘湖则是乡野村姑。萧山湘湖从建湖、成湖、复湖,从保护与开发,从历史文化的传承,从一个湖到一座城,历经近二十年。湘湖会迎来一个怎样的明天?我们试着从张建庭的口中、眼中,由西湖来解读湘湖,这或许是另一个的视角。

01  
旅游自我造血

●西湖博物馆 徐青青/摄

亿元。可见,摆脱“门票依赖”的根本之道,在于打造旅游“产业链”,促进二次、三次消费。

杭州西湖免门票带来的二次、三次消费现象,值得湘湖学习。旅游的核心说白了就是留住、吃得了。湘湖的宾馆、餐饮这块整体发展得不错,有了一定的规模和体量。接下来,立足特色做出湘湖的品牌是最大的选项,让人来了还想来,看了还想看,吃了还想吃。

景区有大众特性,二次、三次消费也是分层级的,湘湖旅游配套设施应注重层级和梯次。湘湖走的是整体拆迁的路子,这过程中老虎洞村的一个自然村被整体拆迁保留下来,保留有湘湖原住民特色,保留了湘湖的人气,这个要好好规划和利用,像杭州的武林村、梅家坞一样打造,成为大众消费休闲的好去处,成为湘湖最接地气的旅游特色地。

从未来的发展空间看,如果把西湖、西溪湿地和湘湖进行一个比较,湘湖,可以算是三者之中所受限制最少、最有条件能够大踏步前进的一个。这就是湘湖的后发优势,一方面要不断提高知名度、美誉度,另一方面,则要努力进行“自我造血”,成为整个湘湖经济发展的重要引擎。

如何“自我造血”?发展旅游业是一条路子。湘湖有优美的自然景观,更有跨湖桥文化这样厚重的历史底蕴,两者的结合,可以说是发展旅游业的致胜法宝。做好湘湖历史文化与自然环境融合的文章,让湘湖与跨湖桥文化紧紧“抱成一团”,发挥出最大的能量,湘湖未来可期。

在这方面,杭州曾进行过大胆的尝试,也做过“第一个吃螃蟹”的人。

2002年10月,杭州围绕西湖做了一个惊人而大胆的决定,24小时免费开放跨湖公园。

湘湖景区成为国内第一个不收门票的5A级景区。

这个举措,让湘湖迅速打出了知名度,有了市场的“大卖点”。但,如此高层级的起步,与西湖为伴,让湘湖也倍感压力,湘湖如何与西湖错位发展?湘湖如何避免在西湖的光影下黯然失色?

湘湖具有一定的公共属性,国内景区大多选择“门票经济”模式运营,而游客往往“用脚投票”,有时门票高了,一定程度上将游客挡在门外。这是一个矛盾点,如何化解,没有标准答案。

湘湖对杭州、湘湖对萧山的贡献,就在于实现可持续的发展上。

天下名西湖及后来做出名声的西溪湿地,还有湘湖,都是以湖面做文章的。立足于现在,湘湖或是最有想象空间的,因为束缚的空间小,有后发的优势。

湖的功能是什么?以前是灌溉,当下重点开发

02  
讲好人文故事

每天早上,在杭州的朋友圈会定向收到“西湖的风景照”,照片上有咏颂的诗词及文史典故介绍,很受欢迎。有人说,因为爱上一个人,所以爱上一座城;因为爱上一座城,所以爱上一个人。西湖在人们的心中是天下的名湖,从西湖延伸到湘湖,湘湖怎样才能做到像西湖那样,让人来了还想来,看了还想看?

西湖是一个故事。西湖古往今来的人有故事,西湖的山山水水有故事,这或是西湖的赋能和西湖的内涵。

在西湖边上的植物园,矗立着一块彩色大屏,大屏上有中国改革开放总设计师邓小平与西湖的画册,上面留有邓小平的一段话:上有天堂,下有苏杭,杭州是个好地方,要把西湖保护好、建设好。

很多第一次到杭州旅游的人都会到这里留个影。站在西湖的断桥上,游人就会联想到白娘子

与许仙的爱情故事。在苏堤,会记起写有“水光潋滟晴方好,山色空蒙雨亦奇。欲把西湖比西子,淡妆浓抹总相宜。”名篇的大文豪苏东坡。

诸如此类,这些年来,西湖在保护与开放的路上,一直在讲故事,特别是挖掘文化类的故事,赋予时代的元素。

行走西湖边,途径西湖一个知名的景点“花港观鱼”,林徽因纪念牌就坐落在这里,这是一座高1.82米、宽1.25米纯白铜艺的铜牌,纪念牌是一堵墙,墙上的文物画像和记述文字全部镂空。一座灵动的碑,透过湖光水色,映出林徽因的倩影和美妙文字。周围铺设的是仿古的青砖,与湖光山色相映成趣。

林徽因纪念牌由杭州市政府和清华大学建筑学院共同建造,是西湖新近打造的景观作品之一。在光影怡人中,在层层生动的色彩中,诉说着那段岁月中一位现代女性的故事。这里,成为杭州西湖新的网红打卡点。为什么?因为注入了新的人物和

新的故事元素。这就是西湖的生命力。

联想到湘湖也一样。着力打造有吸引力的湘湖文化,从一定意义上讲就是湘湖“香火”的延续和再生,不仅能吸引眼球,更能吸引双脚。

湘湖的人文是很厚重的。北宋萧山令杨时筑湖,明朝南京吏部尚书魏骥告老还乡请命复湖,造湖,护湖,就是湘湖的故事。湘湖有8000年的跨湖桥文化,将浙江的文明史提前了1000年,这个更值得大讲特讲。

湘湖地处吴越文化的交汇处,有越王城山古迹,这里是越王勾践当年屯兵之地,流传着有美女退敌的故事,这些串联起来就是湘湖最丰富的文化精华。所以说,湘湖和西湖一样,是历史文化名湖,我们都有自信,要将湘湖的故事讲给天下人听。

西湖名头很大了,但依然天在吆喝,在朋友圈,早上会收到一张早安的西湖风景照,推介一处景点,在景点照上打上一小段文字,有诗词歌咏的,有文史介绍的,大家都在相互转发,这是这座城市打心眼里对西湖的一种钟爱和认可,西湖成为城市的印记。

节假日,很多人发送问候微信,用到杭州西湖、西溪湿地的照片很多,但看到湘湖的照片较少。湘湖很美,不乏美景照,从这个细节上也可以看出,湘湖对外的知名度还有很大的提升空间。

当今社会,各行各业都开始讲“文化”,可见,文化是重要的软实力,对于湘湖来说,要提升其知名度,对其内涵要进一步挖掘、整理、包装,使之成为一种文化,把它“推出去”,让它“响起来”,是当前应该要花大力气做的事。

善于把事物“文化化”,打造有吸引力的文化,这是湘湖努力的方向。在文化的具体呈现方式上,要多动脑筋。比如对于一个历史点位的打造,不光光是简单地竖一块碑,立一座牌坊,更要展现

其中的内涵,讲好其中的故事,利用多种媒介平台宣传好,通过开拓文创产品等丰富路径推介好,要善于用“诗情画意”的手法,把人吸引过来,不仅要吸引眼球,更要吸引双脚,让人来了还想来,看了还想看,而不是一眼而过,就此而已。

03  
贵在精神气质

●西湖鸟瞰 徐青青/摄

因此充满向外拓展的愿望,所以这里出思想,有很多新的想法,要变革自己,越文化更多的是革命性的文化,吴文化更多的是改良的文化。因而,越文化的思想家包括荀子、沈祖永,还有古代的王阳明、浙东学派等,向整个中原文化里正统的东西发起挑战。

从这个层面看,越文化具有变革特质,这或许是萧山的气质,湘湖的气质,常青的,充满魅力和活力的。

从一个湖到一座城,由文化塑造一个城市的精气神,这是一项系统工程,或十年,或二十年,需要久久为功,一代接着一代,就像湘湖保护与开发一样,历经数十年,终于实现萧山人“圆梦湘湖,还湖于民”世纪梦。

这或许就是湘湖灿烂的明天。更美好,为萧山人民带来更美好的未来。

在杭州,在萧山,在钱塘江两岸,一起唱响“西湖记”,会带来一个怎样的惊奇?萧山和湘湖都是时代的答卷人,这个是肯定的。

湘湖是越文化的代表,西湖是吴文化的代表。吴文化跟越文化确实有很大的不一样。杭州的西湖是非常和谐、典雅的,她就像吴文化的特征,含蓄、婉约、收放自如、收放有序。

越文化的特点是开拓进取、刚健务实、勤思善变,思变性很强。从它的地域来看,生活空间窄小,



●湘湖先照禅寺 马祯俊/摄

跨湖桥文化,中国十大考古发现之一,这是湘