

巴黎左岸与故宫以东：文商旅深度融合的打开方式

李雪敏

(北京市东城区文化和旅游局，北京 东城 100022)

摘要：现代大都市越来越多地以方位名词来作为文化坐标，形成了一批具有代表性的文旅新名片，如巴黎左岸、伦敦南岸。它们均将发展方向定位在以咖啡馆、书店、画廊、音乐厅、美术馆、博物馆、综合艺术中心等文商旅融合的产品体系上，并因此成为城市功能转型的文化新地标。在北京核心区“降低密度，提升质量”要求下，东城区推出“故宫以东”区域文化旅游品牌，重新梳理文化资源脉络，驱动产业和消费升级。

关键词：巴黎左岸；故宫以东；文商旅融合

中图分类号：F59 文献标识码：A 文章编号：1673-4513(2019)-05-001-04

DOI:10.16132/j.cnki.cn11-5388/z.2019.05.002

在城市发展中，文化是灵魂，商业是基础，旅游是载体。北京丰富的历史文化遗产是一张金名片，加强文化中心建设不仅是“四个中心”功能建设的重要部分，而且可以引导文化、商业、旅游（简称“文商旅”）三大产业实现融合创新和跨界增值，使之成为推动北京城市发展新的重要增长极，具有至关重要的意义。

一、在城市气质塑造中突出集约型文化呈现

巴黎被塞纳河一分为二：南岸为左，北岸为右。左岸与右岸，不仅只是地理坐标，更多的是背后的文化指向。乘船由塞纳河顺流而下，船首右侧展现的就是巴黎右岸风光，遍布各种巴黎地标：凯旋门、卢浮宫、协和广场、香榭丽舍大道；左岸则汇聚了埃菲尔铁塔、先贤祠、奥赛美术馆、罗丹博物馆，更是以双叟、花神、丁香园咖啡馆和莎士比亚书店，成为巴黎文化底蕴的代名词，海明威坐过的长椅，毕加索发

过呆的窗口，萨特写作过的灯下……，每个角落都充盈着巴黎与生俱来的文艺气息、无处不在的人文熏染。

公元14世纪，左岸除了一些零星的居民外，主要建了三所大学：索邦大学、三语大学、四国学院。因当时学院的师生必须学会拉丁语，并用拉丁语写作交谈，该区域也称拉丁区，这是左岸最早的区。在17世纪，左岸成了从巴黎去凡尔赛宫的必经之路，进入飞快发展的黄金时期，社会名流纷纷来此建造公馆，逐渐形成了以知识界为主流的社区，与右岸的王宫府邸、商业大街组成的权力和经济中心形成了鲜明的对照。

300多年以来，左岸一直是作家、诗人和知识分子的家园。今天的左岸，在区划上具体包括：第5区、第6区、第7区、第13区、第14区和第15区。巴黎最著名的旅游景点和社区都位于此，古老的鹅卵石街道、充满活力的乐蓬马歇百货和迷人的露天市场吸引着四面八方的游客。与此同时，鲜为人知的鹤鹑山丘社区以

收稿日期：2019年05月01日

作者简介：李雪敏（1963-），女，北京人，经济师，兼北京第二外国语学院旅游管理学院旅游管理专业硕士（MTA）与工商管理专业硕士（MBA）产业导师、北京联合大学旅游学院业界导师、国际奖励旅游管理者协会（Site）中国分会理事等。现任北京市东城区文化和旅游局党组书记、局长。

安静的后街、华丽的艺术装饰建筑、丰富多彩的街头艺术为特色，洋溢着现代气息。

奥赛美术馆以时钟窗著称，这些窗户最初是便于通勤者掌握时间。如今，游客可以透过此窗欣赏巴黎全景。对艺术收藏和历史记忆的近距离触摸使其成为法国最受欢迎的文化遗址之一。

曾令许多艺术家和思想家驻足的百年酒店卢滕西亚于2018年重新开业，紧邻社区书店和典雅的法式咖啡馆，迅速成为文艺界和政界人士的聚集地。法国建筑师威尔莫特表示，我们尊重它的根源和个性，修复并揭开了一段历史，为这片街区注入新的活力，游客会从中发现兼收并蓄的新意。左岸的居民们对其回归兴奋不已，他们在酒店餐厅、紧邻的咖啡馆和社区书店纷纷聚首，而游客们则流连于拉斯帕尔大道、蒙赫集市，在瓦伦街罗丹博物馆外的长椅上沉思片刻，享受舒适的时光，体验巴黎特有的生活方式。抑或是前往夜祷剧院，但这里所有的音乐剧都是法国本地的。

二、在文商旅融合中传播富有内涵的城市形象

随着右岸商业业态趋于饱和，人们开始把视线转移到左岸。这一变迁和进化让左岸焕发了活力和创造性，画廊、薄饼店、面包房、精品街、咖啡馆等不断涌现。政府在拉斯帕伊大道、格雷纳尔路和巴克路之间开辟出新的通道，再现了巴黎拱廊街的传统，强调艺术品味、美食享受、迷你森林、运动健身等多重定位，既保持了城市的真实感觉，又让人情不自禁地去探寻许多新的东西。

法国政府把极其敏感的文化自尊表现在社会交往、商业贸易和日常生活中。在全球化时代，坚定不移地保护本民族文化。从戴高乐机场的指示牌到香榭丽舍大道的路牌，从大小美术馆的说明书到公共厕所的标记都只使用单独的本国语言。这一做法已被欧盟国家中的大多数成员国接受并效仿。无论是商业院线还是艺术院线，放映的还是法语本土电影，自信每年一度的戛纳电影节令奥斯卡奖望尘莫及。

法国从官方到民间，都十分珍视本民族语

言文化的纯度。即使在繁华商业街区，法国文化部门也严格规定了商业霓虹灯和广告牌的尺寸，壮观、典雅、华贵的巴黎古城景观没有因现代商业文明的增长而改变。循着塞纳河的流光，依然可以追溯兰波、马拉美、波特莱尔的诗句中往昔的影踪。

三、“故宫以东”是区域优质文商旅资源的进化

“故宫以东”是在文旅大融合背景下，区文旅局在整体文旅品牌构建和目的地形象打造方面的积极探索和新鲜尝试，是东城区在区域文旅品牌宣传上的代名词。东城区356处不可移动文物占据了全北京市文物总数的1/3，包含以故宫、天坛、雍和宫、孔庙国子监等为代表的文化遗产；以前门、王府井、南锣鼓巷、五道营、南新仓等为代表的文化商务休闲街区；以人艺剧场、红剧场、长安大戏院、天乐园等为代表的文化演艺场馆；以胡同、四合院、老字号、传统工艺为代表的民俗文化体验项目；以国博、北京城市规划馆、杜莎夫人蜡像馆等为代表的博物馆群落。

“故宫以东”的历史文化遗产中共有356处是不可移动文物，占据了全北京市文物总数的1/3，包含着以故宫、天坛、雍和宫、孔庙国子监等为代表的文化遗产，无论是皇家建筑，还是名人故居、胡同宅院、商铺字号，都是深入了解古都历史、老北京风俗必不可少的去处；“故宫以东”有活力：前门、王府井、南锣鼓巷、五道营、南新仓等文化商务休闲街区，人艺剧场、红剧场、长安大戏院、天乐园等文化演艺场馆，还有那簋街和胡同里云集的大小Livehouse音乐现场里的城市烟火气，都无不彰显着时尚的城市脉动。“故宫以东”有腔调：这里有看得到故宫的酒店和餐厅，有汇集艺术展览和拍卖的嘉德艺术中心，有言几又、三联韬奋、隆福寺、美术馆，让人在不经意间就触碰到文化的魅力；“故宫以东”也有生活：胡同里的车铃声、买手店的潮流风尚，各种声音交响出北京精神的跃动音符，体现出“古都文化”的底蕴和“古今交融”的特质。这里既重视传统，又不惧新潮，独

有的雅致生活方式与巴黎左岸不谋而合。

四、对标巴黎左岸：古都北京不一样的打开方式

“故宫以东”是东城区文化和旅游局在“四个中心”定位下再出发，充分结合现代人们消费需求和社交网络传播特质，在宣传资源和拉动消费的同时，以文兴旅，以旅彰文，落脚于商，使文、商、旅资源变成可看、可听、可走、可体验、可回味的生活方式，让世界感受历史文化与现代时尚之间的微妙平衡，体验到政府对公共服务的建设与打磨，进而了解东城、读懂北京。

（一）突出文化现代解读，构建“故宫以东”产品体系

“故宫以东”于2018年底推出第一季系列主题产品包，包括“寻迹”、“跃动”、“腔调”、“骑迹”4大系列，“囊括了以历史文化资源为核心的“我家住在紫禁城”、以中轴线及周边消费资源为主体的“漫步中轴线”、以亲子市场为目标人群的“小鬼当家”、以盘点区域夜经济消费资源为内容的“夜行动物”等22个主题，供旅行社、旅游网站就多个主题资源包进行菜单式选择和自由组合，生成符合不同人群的文化旅游体验线路。

（二）“时间设计师”带您48小时深度发现“故宫以东”

2019年初，“故宫以东”与打造精品生活方式的平台寺库联手，推出“时间设计师”的概念，即不同领域的专家在48小时一个周末的时间里带领游客深度感受古都文化旅游魅力，“在智化寺带你用乐高粒了解古建”、“在故宫制造时间定格回忆录”、“在天坛来一场‘天’字游戏”等30余个“故宫以东”系列旅游线路及产品顺利上线，真正实现了品牌落地，形成了一批具有国际品质的特色产品。

（三）联手国际化平台让非遗找到现代生活契合点

“故宫以东”与Airbnb爱彼迎平台合作打

造“体验匠心”非物质文化遗产旅游示范项目，遴选及培训区内10项非遗体验项目，进行旅游体验化包装，形成了文化内涵丰富、互动性强的“非遗”旅游新产品面向全球销售及展示，发掘非遗项目的文化价值和市场价值，实现非遗文化活化利用。

（四）“文化主理人”烹制“地道京式文化艺术大餐”

联手凯撒旅游，结合其“文化行旅”课程项目，研发出了多条主题文化体验产品。每一条主题线路中都设置了“文化主理人”角色，他们由“非遗”代表性传承人、文化专家学者、深谙京味儿文化的北京“土著”等组成，根据各自专长，为不同产品做深度且生动的讲述，让游客获得更深层次的精神享受。“京味儿食足”的“文化主理人”不仅分享老北京吃食里的讲究，还将带客人亲自参与烤鸭的挂炉制作、做一份儿源自乾隆三年的烧麦“京腔京韵”的“文化主理人”陪大家走进人艺戏剧博物馆，以京味儿剧目为主线，揭开蕴含其中的北京人生活方式和生活态度“情满四合院”的“文化主理人”则将带游客走进地道的北京四合院，讲述老北京曾经的生活智慧、重温那些消逝的胡同印记。

（五）精品研学产品让梦想从“故宫以东”启航

与中青旅研学事业部共同研发“故宫以东”文化主题研学旅行课程，与区内红色旅游、亲子旅行等资源深度合作，以中小学生综合社会实践、研学旅行、游学客户、亲子客户为主要目标客户群，开发该系列体系下的校内外活动学习类旅游产品，该产品将于10月正式推出。

（六）从“故宫以东”下午茶品味时尚都市生活方式

东城区文旅局联手包括金茂万丽、王府井希尔顿、王府半岛酒店、丽晶酒店、东苑戏楼、古城老院及王府中环内多家餐厅在内的13家五星级酒店及品牌餐饮，共同推出“故宫以东”

下午茶。“传国宝玺”、“翠玉白菜”、“琉璃如意”、甚至是王府大宅门前的石狮子，都神奇地出现在了各商家的茶点中，客人可以坐在四合院餐厅中品茶，亦可在能看到故宫或景山的酒店中度过悠闲的午后时光。东城区文旅局通过合作大流量自媒体头条文章统一发布活动信息，同步发放酒店及餐厅的下午茶优惠折扣，让“故宫以东”充分结合现代人们消费需求和社交网络传播特质，在宣传资源和拉动消费的同时，积极促进东城区文、商、旅的深度融合。“故宫以东”下午茶系列 13 家企业产品合集。

(七) “故宫以东”艺术品交易文化旅游季 建立文商旅多方资源的超链接

借嘉德春拍之机，5 月 25 日至 6 月 9 日期间，东城区文旅局联手中国嘉德举办了“故宫以东”艺术品交易文化旅游季。活动发挥政府引导作用和驻区文化企业优势，创新政企合作模式，精心打造了以嘉德为原点的“5 分钟文化艺术圈”，看展览、听讲座、品咖啡、忆历史、读文学、赏戏剧等等，轻松体验“一站式”高品质文艺生活，包括王府中環、金宝汇、华

尔道夫、励骏酒店、金茂万丽、大董、天乐园创新京剧体验等在内的 37 家商业综合体、高端酒店、品牌餐饮、文化机构均深度参与，多个文化体验项目和商业消费活动围绕“故宫以东·艺术臻享”主题逐一展开，以此延长艺术品交易活动消费链条，提升商业综合效能和区域文化体验度。

参考文献：

- [1] Decrypting Paris: All About the “Rive Gauche” (Left Bank) [R], TripSavv, June 26, 2019.
- [2] Paris’s Left Bank boom [R], Atlas, November, 2018.
- [3] History of the Musée d’Orsay: From Parisian Train Station to World-Class Art Museum [J], My Modern Met, February 3, 2019.
- [4] The Spirit of The Left Bank [R], Portfolio, April 17, 2019.
- [5] Paris Rive Gauche: Emerging New Neighbourhood in the French Capital [J], SkyriseCities, February 9, 2016
- [6] The Left Bank of Paris Has Never Felt More Right [N], New York Post, January 29, 2019.
- [7] Hotel Review: This Paris Hotel is the Grandest Place to Stay on the Left the Independent Bank, May 24, 2019.

The Left Bank of Paris and the East of the Forbidden City: Deep Integration of Culture, Business and Tourism

LI Xuemin

(Beijing Dongcheng District Culture and Tourism Bureau ,
Dongcheng District , Beijing 100022 , China)

Abstract: In modern metropolises, more and more orientation nouns are used as cultural landmarks, forming a group of representative culture and travel destinations, such as the left bank of Paris and the south bank of London. They all position their development in a comprehensive system integrating culture, business and tourism, which centered on cafes, bookstores, galleries, concert halls, art galleries, museums and comprehensive art centers, forming a new cultural landmark for urban functional transformation. Under the requirement of “reducing density and improving quality” of Beijing, Dongcheng District launched the regional cultural tourism brand “The East of the Forbidden City”, reorganizing the cultural resources and driving the upgrade of industry and consumption.

Keywords: the left bank of Paris; the east of the Forbidden City; integration of culture, business and tourism

(责任编辑: 汤文仙)