

工业遗产旅游地文化场景维度设计与价值表达研究

陈波 陈立豪

摘要:目前,我国各大城市正处于“增量规划”向“存量规划”转型的时期,城市中的工业遗产空间从计划经济时代的纯粹生产要素逐步演变为公共文化空间,呈现出强烈的文化消费价值。从演化机制上看,工业遗产旅游地形成了以空间生产为内生动力、场景价值表达为外在表征的逻辑框架。工业遗产旅游地场景具体可分为物理空间、精神空间与社会空间三大维度及其对应的15个子维度。以陶溪川文创街区为例开展实证分析,结果表明,陶溪川文创街区丰富的业态满足了主体多元化的消费需求,创新氛围孕育了当地特色创意经济但其在开发过程中出现了过度绅士化倾向,同时过度商业化导致了文化空间的异化。未来应当从开发利用历史资源、烘托创新表达氛围、鼓励多元主体参与、再造公共空间精神几个方面着手提升工业遗产旅游地规划建设水平,增强工业遗产旅游地场景价值。

关键词:工业遗产旅游地; 文旅融合; 文化场景; 陶溪川文创街区

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2023.02.003

随着我国城市化进程的发展,人们对生活质量提出了更高的要求,城市发展从追求粗放发展转入“内涵式更新”的精耕细作阶段,而城市存量空间的更新问题成为城市发展面临的新挑战。在我国文化旅游融合与产城融合发展的背景下,工业遗产旅游开发作为二、三产业融合发展的产物,为优化城市空间存量、推动产业转型与优化生态环境提供重要契机。本文基于空间生产理论与场景理论,结合工业遗产旅游地的演化特征与主体价值表达,设计了工业遗产旅游地维度指标体系,并采集陶溪川文创街区文化舒适物数据,分析其场景特征与发展面临的问题,以期为日后工业遗产旅游地高质量发展和规划提供理论支持和实证数据。

一、问题提出:文旅融合背景下工业遗产地的活化与更新

工业革命引领着人类社会由农业经济向工业经济转型。在我国经济体制改革前期,经济社会快速发展,土地资源配置也发生了巨大的变化。与此同时,我国的工业化建设也在全国范围内形成了一批具有代表性的产业集群与工业生产单位。20世纪80年代以来,随着改革开放步伐不断迈进,市场理念与产业技术被逐渐引进,以信息技术、生物技术、服务业为代表的新型生产模式兴起并快速发展,加快了我国产业结构的变革,带来了制造业、服务业、交通业、物流业的转型升级。在此背景下,传统工业区呈现出衰落迹象,具体表现为现有的基础建设与劳动力整体素质无法适应新的生产模式要求、土地价值被逐渐淹没以及环境污染问题突出等。

工业遗产旅游地的更新开发营造与丰富社会文化氛围、改善环境、促进产业经济发展相适应。工业遗产旅游是一种以工业遗产为依托的新型旅游方式,主要是通过对工业遗址中机械设备、厂房的保

基金项目: 国家社科基金艺术学重大项目“促进文化和旅游融合政策创新研究”(20ZD01)。

作者简介: 陈波,武汉大学国家文化发展研究院教授,博士生导师,管理学博士(武汉 430072; chenbo78@whu.edu.com);陈立豪,武汉大学国家文化发展研究院博士研究生(武汉 430072; itsleo1016@163.com)。

存和改建,使之具有旅游、娱乐等多种功能属性,让参观者领略到工业文化与文明。工业遗产旅游地(industrial heritage tourism destinations)是文化旅游活动介入工业遗产空间中,围绕着工业生产历史,利用原有厂区内的工业景观和工业建筑,而形成的文化消费与观光旅游目的地。作为一种综合性的文化旅游产品,工业遗产旅游地能够满足消费者文化消费、休闲娱乐、审美怀旧、知识学习等多重价值需求,促进地区经济、社会、文化、生态价值的提升。

国外研究者延续工业考古学与工业遗产保护相关的研究,同时开始向工业遗产旅游开发动力、工业遗产文化与旅游融合、工业遗产旅游开发产生的价值与影响等方面拓展。在工业遗产旅游开发动力方面,Edwards等人从西方后工业时代传统工业产业衰退的背景以及休闲业发展、民众精神需求多元化等方面分析了工业旅游兴起的原因^①。Nel同样从“去工业化”浪潮出发,分析认为公众消费需求与生活方式的转变催生工业旅游市场需求^②。Carlsen等人将大型节事活动视为推动工业遗产空间旅游产业开发与功能转变的重要契机^③。

国内学者主要从工业遗产资源、工业遗产旅游开发模式等层面展开研究。一是工业遗产旅游资源价值的认定,开展工业遗产价值研究有利于缓解工业遗产开发与保护之间的冲突。工业遗产的资源价值、开发与旅游三个维度之间可以采用耦合协调度模型开展整体性评价^④。第二,工业遗产资源空间分布与工业遗产旅游开发之间存在关联,例如东北地区的工业遗产资源主要分布于中部地带,因此工业遗产旅游产品应采用点轴辐射的开发模式连接各大工业城市^⑤。第三,不同类型的工业遗产资源类型决定工业遗产旅游开发的模式方向,根据工业遗产资源特征,我国工业遗产旅游开发模式可以分为专业型、公园型、综合型与特定型^⑥。红色工业遗产资源的改造再利用应当注重其时代性、创新性与人民性,可以采用保护更新、IP赋能与社区参与等开发模式,推进红色工业遗产对中国共产党人精神谱系的传播^⑦。此外,国内学者更多关注创意产业与工业遗产旅游地之间的互动关系,集中探讨了创意产业园区与工业遗产历史要素融合下空间功能的置换与演化^⑧,以及场景特征对文化创意导向下工业用地转型的内在动力机制^⑨。

工业遗产旅游开发活动回应了产业转型升级的要求与人们多元化消费需求,产生了一定的社会经济与文化影响。第一,工业遗产旅游能够推动商业经济活动,吸引企业投资,让旧工业地区重获发展机会^⑩;为产业与城市转型过程中被边缘化的人群提供更多的就业机会,促进社会公平与经济可持续发展^⑪。从更加宏观的视角看,工业遗产旅游与城市其他旅游产品实现空间融合,推动与周边地区、社区的联动发展^⑫。比起重新开发土地,工业遗产空间的旅游开发能够更加高效地提升城市形象

① Edwards J. A., Cotes J. C. L., "Mines and Quarries", *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(2), pp.341-363.

② Nel B. E., "The Village in a Game Park: Local Response to the Demise of Coal Mining in KwaZulu-Natal", *South Africa. Economic Geography*, 2003, 79(1), pp.41-66.

③ Carlsen J., Taylor A., "Mega-Events and Urban Renewal: The Case of the Manchester 2002 Commonwealth Games", *Event Management*, 2003, 8(1), pp.15-22.

④ 章晶晶、卢山、麻欣瑶:《基于旅游开发的工业遗产评价体系与保护利用梯度研究》,《中国园林》2015年第8期。

⑤ 韩福文、许东:《试论东北地区工业遗产的空间特征与旅游开发模式》,《沈阳师范大学学报(社会科学版)》2010年第1期。

⑥ 丁枢:《我国工业旅游发展历程、特点及开发模式》,《财贸经济》2005年第5期。

⑦ 韩晗:《红色工业遗产传播中国共产党人精神谱系的机制与路径》,《华中师范大学学报(人文社会科学版)》2022年第2期。

⑧ 王晶、李浩、王辉:《城市工业遗产保护更新——一种构建创意城市的重要途径》,《国际城市规划》2012年第3期。

⑨ 王韬、朱一中、张倩茹:《场景理论视角下的广州市工业用地更新研究——以文化创意产业园为例》,《现代城市研究》2021年第8期。

⑩ McNulty R. H., "Revitalizing Industrial Cities Through Cultural Tourism", *International Journal of Environmental Studies*, 1985, 25(4), pp.225-228.

⑪ Hall P., "Urban Development and the Future of Tourism", *Tourism Management*, 1987, 8(2), pp.129-130.

⑫ 吴杨、倪欣欣、马仁锋等:《上海工业旅游资源的空间分布与联动特征》,《资源科学》2015年第12期。

并改善环境污染问题^①。第二,工业遗产旅游发展丰富了群众的文化体验。文旅融合背景下,工业遗产旅游地作为历史生产资料与集体记忆的空间载体,凸显了城市特色,能够为游客提供独特的旅游体验,同时为延续城市文化脉络、提升城市文化内涵发挥重要作用^②。值得注意的是,工业遗产和地方的内涵是影响游客真实性获得的重要因素,原真性的弱化会带来主体真实性的消弭^③。

在取得丰富研究成果的同时也存在一些不足和发展空间,具体如下:

第一,从现有研究成果来看,鲜有研究者将文化场景理论引入工业遗产旅游地保护与开发的研究领域。场景理论给出了后工业时代城市转型背景下社会空间文化价值观的传递与表达的解释框架。因此,场景理论对工业遗产旅游地开发设计以及提升旅游地价值具有重要的理论指导作用,值得进一步研究。

第二,在理论工具的运用上,国内相关成果多沿用西方成熟的理论工具与分析框架,可能导致分析思路与我国工业遗产旅游实践不符等结果。未来研究应立足于我国工业遗产旅游地开发实际,对理论工具加以调适,使得分析结论更加具有针对性与可操作性。

本文以工业遗产旅游地的空间生产、文化场景及其价值为指引,研究我国工业遗产旅游地空间形态演化,阐明其成因、基本原理,并通过文化场景理论这一理论工具加以提炼与分析,促进工业遗产空间的文化活力,进而提升整个城市的空间品质。

二、理论引入:城市社会学视野下工业遗产旅游地形态演化

在社会发展变革背景下,20世纪70年代,西方社会理论与社会学发生了一场深刻的思想革命,体现为社会学研究的空间转向,同时将社会主体及其实践作为研究关注的对象。人类在依循生产方式发展的同时对空间展开社会性形塑;同时,社会生活也作为一种物质的空间事件和力量,影响并改变了人类生存的空间^④。列斐伏尔无疑是这次社会研究空间转向运动中最有影响的代表人物之一。

列斐伏尔建立了一个社会本体论的社会学研究框架,其中以空间三元辩证法最为著名。列斐伏尔的空间三元辩证法根植于黑格斯、马克思、尼采哲学的辩证学思维,打破了物质空间与精神空间之间二元割裂的关系,引入了社会空间的概念。空间生产理论的核心观点是将空间生产活动划分为三个相互辩证、相互联系的维度,一方面,三元维度指“空间实践”(spatial practice)、“空间表征”(representations of space)、“表征的空间”(representational space);另一方面,这些空间又是“感知的”(the perceived)、“构想的”(the conceived)、“生活的”(the lived),分别指向空间的自然性、精神性与社会性,由此搭建起“空间—社会—历史”的空间三元辩证法^⑤。

空间三元辩证法理论内涵与场景特征存在某种意义上的勾连。从实践上讲,工业遗产旅游地的改造面临工业遗产空间原有价值重构问题。价值的本质是客体属性与人的主体尺度之间的统一^⑥。工业遗产旅游地价值可以看作是客观存在的工业遗产及文化资本对于主体的价值与效用,其产生于主体与工业遗产空间的关系基础之上。从最初的空间生产生活主体,也就是职工居民的迁出,以及以城市政府、工业企业、开发商、创意人群、社会公众为代表的新的空间主体进场并对空间进行改造与再生产。这些价值主体在不同时期介入空间实践中,带有各自的利益诉求,并以不同的方式影响着空间

① Murray K. S., Rogers D. T., "Groundwater Vulnerability, Brownfield Redevelopment and Land Use Planning", *Journal of Environmental Planning and Management*, 1999, 42(6), pp.801-810.

② 宗祖盼、蔡心怡:《文旅融合介入城市更新的耦合效应》,《社会科学家》2020年第8期。

③ 林涛、胡佳凌:《工业遗产原真性游客感知的调查研究:上海案例》,《人文地理》2013年第4期。

④ 胡潇:《空间的社会逻辑——关于马克思恩格斯空间理论的思考》,《中国社会科学》2013年第1期。

⑤ 亨利·列斐伏尔:《空间的生产》,刘怀玉等译,北京:商务印书馆,2021年,第58—62页。

⑥ 李德顺:《价值论 一种主体性的研究 第3版》,北京:中国人民大学出版社,2020年,第21—29页。

的生产,这就导致了工业遗产空间形态功能的变化、价值理念的变迁、社会运作机制与场景特征的建构。因此,工业遗产旅游地场景可以视为一种社会的、历史的、个体的多种价值元素的复合化产物。

在这一进程中,空间生产主体的价值追求是空间实践过程中的核心要素。不同主体对于不同价值的追求将产生主体间的合作、冲突与博弈,形成不同的工业遗产旅游地空间(社会)关系,进一步驱动工业遗产旅游地空间朝着不同方向演化,形成不同的空间表征形态,外化为差异化的场景特征(图1)。

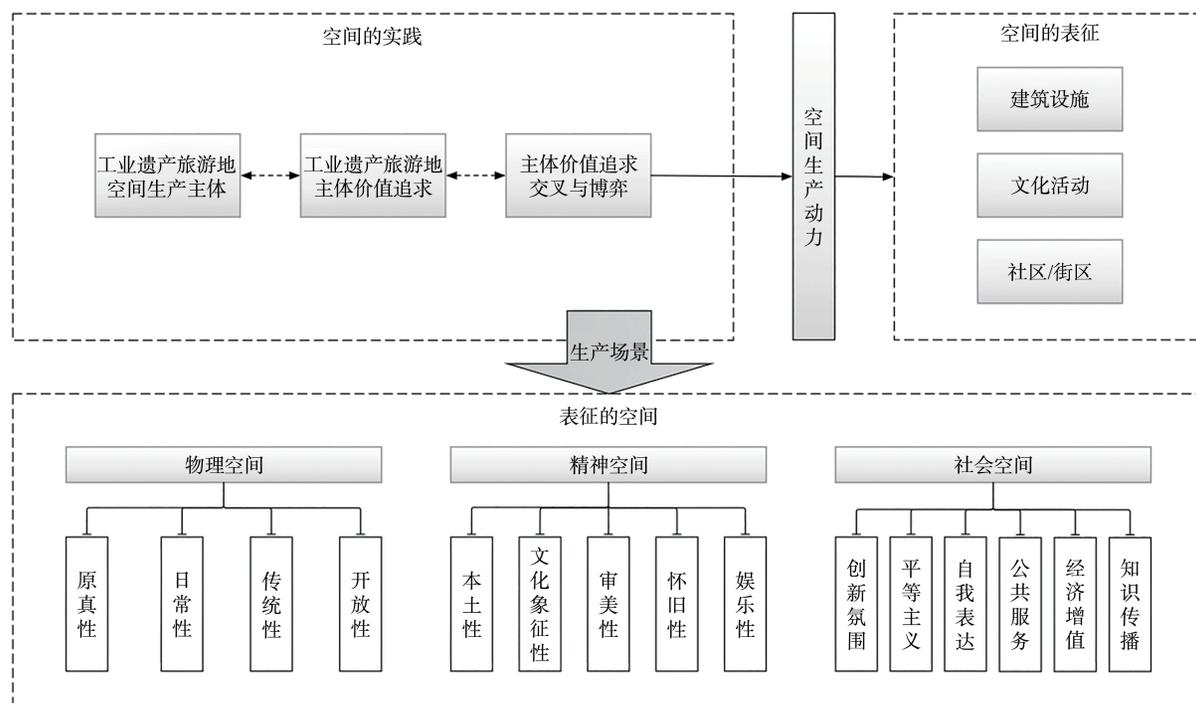


图1 本文理论分析框架
资料来源:作者整理绘制。

三、建构逻辑:基于价值表达的工业遗产旅游地文化场景维度设计

后工业社会下,人们的消费方式与价值观念发生转变,消费需求由“物质满足”向“精神满足”转变。场景理论从消费角度来审视城市空间,将文化价值观元素融入社会学研究视角。场景理论围绕价值意义展开,依托于具体的文化设施进行综合建构,并将社会空间中主体差异化的价值表达与实践活动结果作为差异化的场景表征,并将其中的空间表征凝练为“真实性”(真)、“合法性”(善)、“戏剧性”(美)3个主维度15个次维度的价值取向以进行定量分析,以此作为识别与提升空间价值的理论参考。值得注意的是,场景维度并不是封闭的、一成不变的,而是可以根据实践的需求组合各个要素,形成场景理论的解释力^①。

(一)工业遗产旅游地空间主体场景价值表达与互动关系

从空间生产的角度看,旅游地空间生产是资本、权力和权益等政治经济要素和力量以旅游地空间为介质,重塑旅游地空间并形成社会关系的过程^②。工业遗产旅游地空间可以看作工业遗产旅游地

① Daniel Silver, Terry Nichols Clark, Yanez Navarro, Jesus Clemente, “Scenes: Social Context in an Age of Contingency”, *Social Forces*, 2010, 88(5), pp.2299-2301.

② 郭文、王丽、黄震方:《旅游空间生产及社区居民体验研究——江南水乡周庄古镇案例》,《旅游学刊》2012年第4期。

时空背景中各方主体价值追求与关系共存的一个“空间”。其生产动力机制来源于主体间的博弈与平衡,同时也是社会关系与文化资源相互交织投射的载体。

工业遗产旅游地的场景建构不仅是工业遗产物理空间的更新与改造,同时也蕴含着精神空间与社会空间的重构。工业遗产旅游地空间的更新演化,归根结底来源于主体生产、消费与创作等一系列实践活动。政府、工业企业、开发企业、创意人群、社会公众在不同的时间阶段分别以不同的参与方式作用于工业遗产旅游地空间生产过程。在这个过程中,文化价值观的场景表达变得越来越重要,成为一种结构性力量驱动工业遗产旅游地的更新与发展。从价值论角度出发,工业遗产旅游地文化场景就是主体为满足其需要而通过实践活动改造、生产空间的结果体现。文化场景具体维度反映了工业遗产空间在改造再利用过程中对于主体价值和需求的满足。而这种来自舒适物、主体人群、文化活动的内生性文化场景也将推动工业遗产旅游地空间中蕴含的价值日趋多元化(图2)。

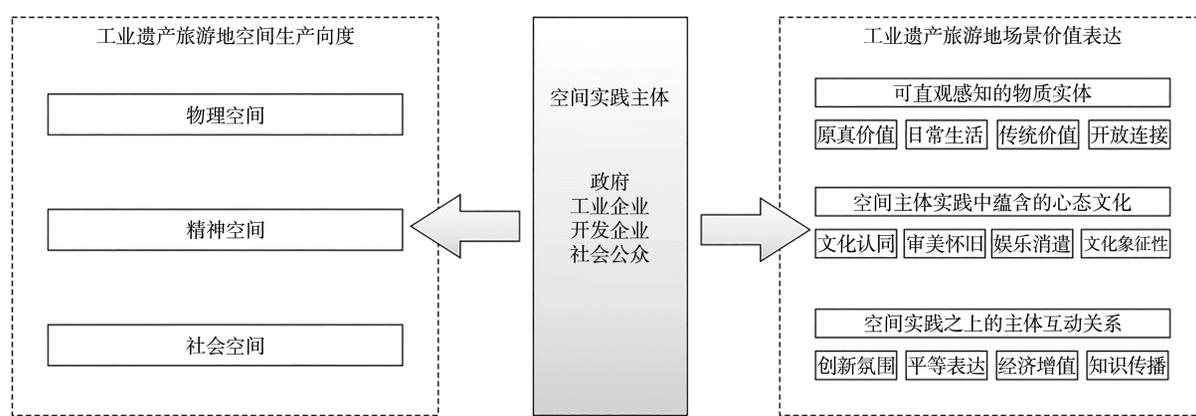


图2 工业遗产旅游地空间生产向度下场景价值表达

资料来源:作者整理绘制。

由此看来,我国工业遗产旅游地文化场景是一种由主体社会实践活动及关系构成的“客体主体化”的产物。因此,本文在工业遗产旅游地空间生产向度下,从整体性入手设计工业遗产旅游地文化场景维度体系,进一步凸显工业遗产旅游地的价值内涵。

(二)场景物理空间维度建构:可直观感知的物质实体

工业遗产旅游地物理空间作为可感知的实体和地理空间,是工业遗产空间文化消费转型开发的基础要素,同时也是文化资本得以循环、生产与再生产的实体载体。

1. 原真性:物理生产资料的保护与修缮。原真性是工业遗产开发利用的基础,也是工业遗产历史价值、社会文化价值的根本所在。工业遗产见证了地区工业文明发展历史,具有开创性的工业企业所形成的工业遗产建筑与文化资源都记录着特定时期的生产、生活活动,与重大历史事件与伟大历史人物相联系,是工业文明的重要载体。工业遗产旅游地物理空间承载了工业化进程中产生的生产工艺、社会文化等重要信息要素,是现代化工业社会集体记忆、历史进程与文化遗产的重要组成部分。当政治、资本力量以及文化旅游活动介入,工业遗产空间将会面临景观变迁、功能转化等,若工业遗产旅游地改造不能传递历史的原真性,其价值就会受到影响。因此,如何使工业遗产旅游地在开发、修缮过程中保持原真的工业风貌成为建构工业遗产旅游地场景物理维度的首要前提。

2. 传统性与日常性:工业景观的空间叙事还原。工业遗产空间中的建筑设备、生产资料产生于特定的时代与历史背景之下。在工业遗产旅游地改造利用过程中,对于物理维度下工业叙事景观的还原,成为工业遗产旅游地场景建构的重要途径之一。不同于文字记载与口头叙述,工业景观的空间叙事以烟囱、厂房、窑炉等一切可以承载并传达丰富传统日常叙事意义的物质媒介作为载体。

工业遗产旅游地中的草木、地理位置、气候等自然叙事文本,既是原先的空间主体与自然环境长期共存、适应改造的结果,同时也与主体的社会实践活动存在内在关联。与之相对,作为一种符号象征的厂房、职工宿舍、办公大楼等公共和个人工业建筑充斥着符号和表意,向外界传递一种人工叙事文本。这些标志性的物理空间是城市的工业记忆,表达了城市工业生产的过去,显示了城市工业单位的日常生活“情感核”与“活动核”^①。工业遗产旅游地空间中的物质要素既是劳动人民智慧创造与辛勤工作的见证,也是工业企业不同发展阶段日常工作生活的缩影。因此,在工业遗产旅游地的改造建设过程中,对于自然叙事文本与人工叙事文本的还原能够赋予空间独特的文化机理,并映射出工业历史人物、事件与集体记忆。

3. 开放性:旧工业空间由“围合”向“开放”转变。随着城市化进程不断推进,原先位于城市边缘的厂区逐渐并入城市版图。但由于其“单位制”生产属性,厂区是一个可以自我运转的“微型社会”,内部独立供给、自我运转的特性使得厂区生产生活与外部联系较弱,员工社群相对固定,工业生产生活区域与城市公共空间之间的边界区隔依然明显。但同时,这种封闭性一定意义上也赋予了工业遗产空间神秘感与独具特色的工业文化景观,具有巨大的开发潜力。在工业遗产旅游地的开发改造过程中,应注意契合公众消遣娱乐与文化消费的需求,打造以人为本的城市化生活空间,为工业遗产空间注入文化消费与文化生产功能,在空间结构与行为模式上融入城市生活。

(三)场景精神空间维度建构:空间主体实践蕴含的心态文化

工业遗产蕴含生产技术、生产工艺,它们的目的与运用过程体现出技术的人性,都是人的本质力量的外化,具有社会属性的性质^②。工业遗产作为连接历史与现代社会的桥梁,具有历史最强劲的韧带^③,需要长期完好保存并加以交流利用。挖掘工业遗产空间精神文化内涵,整理文化记忆,梳理历史生产演变脉络,有利于增进人们对于民族工业发展史的认识。

1. 怀旧性、本土性、文化象征性:文化认同的形成。在我国消费文化转型的驱动下,具有独特性、历史性以及丰富文化记忆资源的工业遗产成为满足主体文化消费中深层精神诉求的重要载体。出于人类认知和记忆的本性,工业遗产旅游地所蕴含的文化记忆资源成为一种能激活主体怀旧情绪的刺激,进而转化成为游览、消费的动机。在文旅消费过程中,主体生活方式与文化身份的认同得以塑造。

工业遗产空间作为城市生产生活记忆的容器,见证了后工业时代人类社会、技术以及生产关系的转型历程。人类实践与意象附着于工业遗产建筑之上,揭示出历史时期的种种记忆与文化象征^④。工业遗产地承载着工业革命发展时期的生产生活场景,生动展现了民族工业生产场景,成为广大社会劳动者社会认同感与归属感的重要基础,在调和本土文化与外来文化的冲突、延续文化记忆、营造主体文化认同方面具有巨大潜力。

工业遗产地的文旅开发利用是对城市文脉与人类工业文明的活化与丰富,体现了城市文化记忆与文化脉络的延续性。同时,工业遗产旅游地空间作为主体与客观环境间互动行为的载体,具体体现为特定的时空环境与文化记忆空间对于主体的心理影响,这种影响放大到社会层面逐渐成为一种新的文化消费取向。工业遗产旅游地空间中的历史积淀与文化象征为人们提供了独特的精神文化体验,满足了现代人在快节奏高压都市生活下的情感需求。人们在工业遗产旅游地的游览、消费体验活动中完成对历史文化记忆的追忆与情感联结。

2. 审美性与娱乐性:工业遗产旅游地空间中的多重精神诉求。从精神诉求层面看,工业遗产旅游

① 亨利·列斐伏尔:《日常生活批判》之第2卷《日常生活社会学基础》,叶齐茂等译,北京:社会科学文献出版社,2018年,第497—499页。

② 张弘政:《从技术的二重性看技术异化的必然性与可控性》,《科学技术与辩证法》2005年第5期。

③ 朱光亚:《历史遗产保护的关键词是“原真性”》,《建筑与文化》2008年第9期。

④ 布赖恩·特纳:《Blackwell社会理论指南》(第2版),李康译,上海:上海人民出版社,2003年,第527页。

地空间的各类消费与生产行为既是一种基于经济利益的交易活动,也是一种象征意义的阐释和个人情绪的表现。第一,在以文旅融合为核心的工业遗产旅游地空间中,审美性是主体生产消费行为中最为直观的精神诉求。工业设备、建筑物以及整体工业景观同时具有独特的工业美学价值,具体体现在规划设计、空间布局、材料质感以及色彩搭配等方面。空间改造过程中独特的建造工艺和规划体现了近现代建筑设计发展水平以及美学价值,加之艺术创作与创意表达,进一步强化了游客的审美体验与消费意愿。第二,以休闲和娱乐为中心的空间消费需求渗透到工业遗产旅游地空间消费的各个方面。在此期间,人们可以参观博物馆、游览艺术展览与创意集市、观赏艺术表演、体验日常生产活动等,在具有独特历史文化氛围的工业遗产旅游地空间消费中实现愉悦、放松等精神需要。目前,我国工业遗产旅游地的各种空间消费活动,都是以各类舒适物、文化活动等形式,将消费者置身于各种新颖奇特的场景和娱乐活动中,以此来满足人们消遣娱乐的精神诉求。同时,一些工业遗产建筑、日常生活场景和生活习惯也在工业遗产旅游地的符号消费过程中逐渐脱离了原来的精神内涵和功能,以新的文化消费符号植入促成工业遗产旅游地空间的功能再生。

(四)场景社会空间维度建构:空间实践之上的主体互动关系

工业遗产旅游地社会空间以人的实践活动为基础,人与人之间相互交往建立起不断深化、扩展的社会关系,与物理空间、精神空间一同组成了工业遗产旅游地空间的总体。其反映了特定空间中的各种复杂社会关系,是一种物理要素、精神要素与文化要素交织生产出的“表征的空间”(图3)。

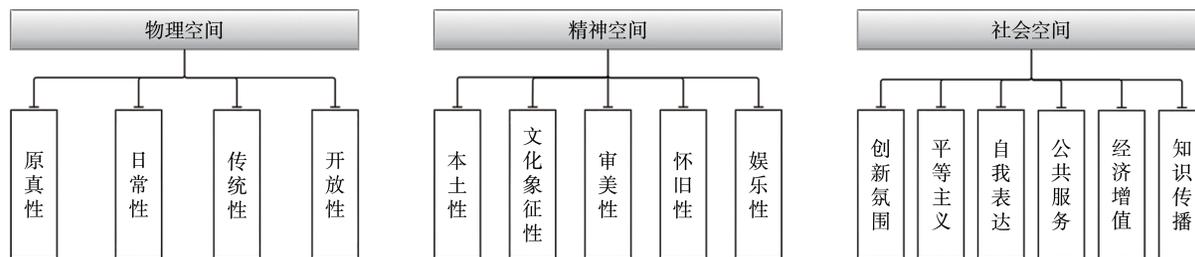


图3 工业遗产旅游地场景维度

资料来源:作者整理绘制。

1. 创新氛围与自我表达:文化创意推动空间可持续发展。现今城市间的竞争业已从产业经济竞争转变成为创新生态氛围之间的竞争,拥有创新要素比较优势的城市往往能吸引更多的生产要素,提升城市能量^①。工业遗产空间闲置初期以其较低的地租以及独具特色的工业景观,成为艺术家创作交流的理想载体。在鼓励创新与自我表达的场景吸引下,工业遗产旅游地空间逐渐演变为创意工作者的集聚性场所。创意人才集聚推动下的空间更新大大丰富了城市工业文脉,也为文化旅游开发注入了活力。随着创意产业规模的扩大及上下游产业群体的介入,创意氛围与自我表达场景与工业遗产旅游地空间更新的联系越来越紧密,创客空间与创意人群聚落逐渐形成。创意人群通过个体商户、文化公司、社会组织以及个体的形式自我组织管理、自行创作表达,整体空间秩序也逐渐从无序走向有序。在此基础上,工业遗产旅游地逐渐形成戏剧化、个性化的场景表达与创新文化氛围,进一步吸引高素质创新人才集聚,推动文脉创新传承,同时实现经济增值,重塑日常生活行为空间格局。

2. 平等主义、知识传播与公共服务:空间生产的正义追求。在工业遗产旅游地社会空间中,平等主义至少体现在以下两个方面:一是在空间权利平等。在工业遗产旅游地空间中,政府、企业、商户等空间生产者,游客、居民等空间使用者和消费者的诉求都应该被平等对待。在政府权力与经济资本两大主导力量之外,工业遗产旅游地空间改造过程中还包含着游客、商户、艺术家、居民、专家学者以及

^① 傅才武:《战略和政策两端发力 推进武汉文化强市建设》,《决策与信息》2022年第1期。

社会组织等不同主体及其多元的诉求。在大规模城镇化的今天,适度维系空间主体价值追求的差异性,防止空间生产中机械性地简单复制^①,对维系空间的正义性具有重要意义。在工业遗产旅游地空间生产与场景建构过程中,应该将空间整体视为一个融合不同主体元素及其社会实践的价值整体,捕捉历史文化资源与集体记忆、日常生活习惯、个性创意表达,并将之与空间主体的差异性、多元化需求相融合。这样才能形成稳定、有凝聚合力的空间秩序,形成可持续发展的内生动力。二是空间参与机会的平等。工业遗产旅游地空间主体间能够自由、平等地参与到空间生产以及治理活动中。例如艺术工作者能够在遵守制度、不破坏空间形态与工业遗产景观的前提下,参与到空间的艺术创作以及创意市集等经济活动中。

空间正义的第二个层面体现在以人为本的价值导向。人作为空间主体,为满足自身需求而对工业遗产旅游地空间展开一系列空间生产与社会实践,建构起工业遗产旅游地的文化价值内涵。因此,工业遗产旅游地空间生产与场景维度生成的实质在于创造出符合人的需要的新型空间形式与空间关系^②。大众旅游阶段,消费者对于旅游服务的需求日趋多样,要求也不断提高。在主体需求向下,工业遗产旅游地为主体提供基础设施、知识教育、安全保障、信息服务等无差别的公共服务。公共服务水平会直接影响主体的体验质量,最终会反馈在空间的体验价值与旅游产品的质量上。

3. 经济增值:工业遗产作为一种文化资本。文化旅游活动介入工业遗产空间,使其逐渐演变为一种可供生产与再生产的文化资本,工业遗产也被赋予了新的价值。一方面,工业遗产作为工业历史的见证,是人们生产智慧与劳动汗水的结晶;另一方面,文化旅游活动促进工业遗产资源的再利用,赋予其文化生产的功能。这有利于改善当地生态、居住环境,提供新的就业机会,带动区位、市场、土地等多方面的经济增值,为区域发展注入活力与动力。

同时,区别于普通创意产业园区,工业遗产旅游地具有文化性、历史性、稀缺性与不可复制性。因此,在工业遗产旅游地的建设过程中,应注意平衡开发与保护之间的关系。既要充分发挥其作为文化资本的潜力,活化利用工业文明、历史记忆等文化资源,同时也要保证工业遗产的原真性、完整性。

四、实证研究:景德镇陶溪川文创街区文化场景特征与优化路径

景德镇自唐朝开始进行瓷业烧制,这座陶瓷手工业城镇发展至今已有一千余年的历史。在长期从事瓷业生产的过程中,景德镇形成了一套植根于农业文明与传统乡土社会的社会关系结构与产业体系。宇宙瓷厂在20世纪70年代曾拥有职工3500人,是我国“十大瓷厂”中生产建设规模最大、区位优势最为明显的生产单位之一^③。原宇宙瓷厂的工业遗产空间为陶溪川文创街区的建设利用提供了独具特色的工业景观空间与丰富的历史文化资源。

第一,作为当地生产规模最大的制瓷企业之一,宇宙瓷厂见证了景德镇“十大瓷厂”生产经营的辉煌历史。厂区内的整体格局包括原料处理、产品设计与烧制、工艺研发、生活配套等区域保存完整。反映了景德镇陶瓷企业发展过程中先进的制瓷技术、完整的生产资料以及历史记忆,具有较强的科学技术意义与教育意义。

第二,宇宙瓷厂作为社会历史文化载体,与一些重大历史事件与伟大人物存在关联。新中国成立初期,景德镇专门成立“国家用瓷制作委员会”,共烧制“建国瓷”七万余件,用于国家庆典、外交等重大场合。“建国瓷”作为具有鲜明时代特色与历史意义的陶瓷艺术作品,向世界展现了我国先进的手工业

① 胡潇:《空间正义的唯物史观叙事——基于马克思恩格斯的思想》,《中国社会科学》2018年第10期。

② 庄友刚:《何谓空间生产?——关于空间生产问题的历史唯物主义分析》,《南京社会科学》2012年第5期。

③ 张杰、贺鼎、刘岩:《景德镇陶瓷工业遗产的保护与城市复兴——以宇宙瓷厂区的保护与更新为例》,《世界建筑》2014年第8期。

技艺与优秀传统文化,产生了积极的社会影响。

陶溪川文创街区于2016年建设完成并投入使用,区域内包含文创商店、研学机构、艺术培训机构、博物馆、广场、美术馆、酒吧、健身房、公寓、星级酒店、餐厅等舒适物。宇宙瓷厂作为街区的核心功能区,总建筑面积18万平方米。陶溪川文创街区2020年被评为国家级文化产业示范园区与江西省工业旅游基地。

(一)陶溪川文创街区的场景舒适物构成

本研究利用高德地图的POI(Point of Interest)开源数据对陶溪川文创街区及其周边范围抓取舒适物。POI是指地理实体的点状信息要素^①,如餐厅、书店、博物馆等,基本覆盖研究区域内所有的设施类型,在遥感测绘、经济地理等学科领域研究中得到广泛运用,具有一定的合理性与可靠性。

获得原始数据后,通过人工清洗、整理,将陶溪川文创街区舒适物划分为餐饮服务、住宿服务、游玩娱乐、购物、服务设施、文化设施6大类37小类,最终获得舒适物数据170条。总体来看,陶溪川文创街区舒适物以服务游客休闲娱乐与购物需求为主,同时设有各类文化设施,满足游客多样化的文化消费需求,见表1。

表1 陶溪川文创街区舒适物分类及数量统计

旅游舒适物 总数量	陶溪川文创街区旅游舒适物细分及数量(个)					
	餐饮服务	住宿服务	游玩/娱乐	购物	服务设施	文化设施
170	42	19	50	38	8	13
陶溪川文创街区旅游舒适物分类						
餐饮服务	本地家常菜、各省特色菜、西餐厅、日本料理、泰国料理、早餐店、快餐店、私房菜馆、面包甜品店、 高端中餐厅、咖啡厅					
住宿服务	客栈/民宿、公寓酒店、豪华酒店、经济型酒店					
游玩娱乐	创意集市、创意广场、工业文化景观、酒吧、健身房、DIY手工坊					
购物	(陶瓷)文创商店、非遗商店、书店、超市/便利店、原创服装店					
服务设施	游客服务中心、公共厕所、公共停车场、创客空间					
文化设施	公益学术机构、工业遗产博物馆、剧院、美术馆、艺术培训机构、研学机构、科研文化机构					

资料来源:数据采集自高德地图,采集时间为2022年1月27日。

(二)陶溪川文创街区文化场景赋分与计算

对旅游舒适物赋分是场景科学的重要环节,本研究运用专家打分法,将定性描述与定量化表达相结合,将舒适物数据转变为场景变量。第一步,根据场景理论的经典范式与研究思路,结合我国工业遗产旅游地的空间生产实践实际,建构工业遗产旅游地场景维度体系,并筛选出陶溪川文创街区旅游舒适物共6大类37小类。

第二步,邀请7位业内专家对舒适物内容及分类进行完善并对各舒适物的15个场景子维度进行两轮独立打分。在第一轮专家打分中,专家对每一种舒适物在15个维度上分别进行独立赋分。分值1、2代表此类舒适物或相关活动排斥该维度,即此空间或空间内的相关活动中的这一维度特征不突出;分值3代表此类舒适物或相关活动在这个维度上是中立的;分值4、5代表此类舒适物或相关活动强化该维度,即此空间或相关活动中的这一维度特征是明显突出的。专家在结束每个空间子维度评分后,还需横纵向综合复核分值,例如,对“本地家常菜”在所有15个子维度的得分进行横向比较,以及对“原真性”子维度下所有37类舒适物进行纵向比较,确认无误后方可进行下一步操作。

^① 薛冰、肖骁、李京忠等:《基于POI大数据的城市零售业空间热点分析——以辽宁省沈阳市为例》,《经济地理》2018年第5期。

在第一轮专家打分结束后,计算得出37类旅游舒适物在15个子维度的平均得分与标准差,就分值意见差异较大的舒适物与专家进行访谈沟通,确保信息的准确性。在此基础上由专家进行二次确认,得到舒适物在各子维度的最终得分,见表2。

表2 陶溪川文创街区文化场景维度得分描述性统计

文化场景维度		文化场景得分描述性统计			
空间维度	子维度	最小值	最大值	平均值	标准差
物理空间	原真性	3.250	3.811	3.573	0.183
	日常性	2.513	3.099	2.837	0.207
	传统性	3.263	3.650	3.485	0.152
	开放性	4.023	4.450	4.265	0.142
精神空间	本土性	3.497	3.910	3.676	0.156
	文化象征性	3.460	4.117	3.851	0.218
	审美性	3.720	4.216	4.018	0.166
	怀旧性	3.301	3.754	3.568	0.141
	娱乐性	4.052	4.516	4.264	0.168
社会空间	创新氛围	3.975	4.309	4.141	0.109
	平等主义	3.712	4.176	3.920	0.146
	自我表达	3.928	4.233	4.087	0.105
	公共服务	3.546	3.962	3.787	0.140
	知识传播	3.683	3.963	3.841	0.091
	经济增值	4.234	4.496	4.349	0.098

第三步,根据专家的打分结果,按照加权平均的方式计算得出陶溪川文创街区在15个文化场景子维度的得分矩阵。据此进一步分析街区的文化场景特征以及各维度的价值表现。具体的计算公式如下:

$$S_{id} = \frac{\sum N_x f_x}{\sum N_x} \quad (1)$$

其中, S_{id} 为*i*地在维度*d*的场景得分, x 为文化舒适物, N_x 为舒适物的数量, f_x 为舒适物在维度*d*的得分。

(三)陶溪川文创街区场景特征分析

1. 丰富业态满足多元消费需求。陶溪川文创街区由原宇宙瓷厂的工业遗产空间改造利用而来,整体上延续了原有厂房建筑以及烟囱的整体工业景观风貌。整体布局上,街区保留了原料处理、制胚、烧制以及彩绘包装区域格局,展现出传统的生产生活空间逻辑。整体上开放性场景特征突出(4.265分),满足了消费者的审美(4.018分)、娱乐(4.264分)与怀旧(3.568分)多元精神需求。具体体现在以下几个方面。

第一,生产与消费功能混合。陶溪川文创街区采用了开放式街区的空间形式,建筑内活跃着陶瓷文创商店、餐饮等店铺以及艺术工作室、研究机构等创意办公形式。这些办公空间与商铺均采取开放形态,为公众与消费者提供公共交往活动空间。

第二,混合化空间功能形式。空间功能上,原先的旧厂房按照空间尺度被赋予了不同的新功能。其中大型厂房被改造成为工业遗产博物馆;中小型厂房被改造成为美术馆、艺术工作室、手工坊以及文创商店、餐饮、住宿等场所。其中,餐饮服务类舒适物共42家,占总数量的24.7%;住宿服务类舒适

物共19家,占总数量的11.2%;游玩娱乐类舒适物共54家,占总量的31.8%;购物类舒适物共38家,占总数量的22.4%。从舒适物分布来看,街区内涵盖了低中高端消费业态,呈现多元化融合的样式,满足游客的多种需求价值,为空间注入创意元素与商业活力。

第三,室内与室外空间融合。在外部公共空间,街区设置了水景、树木等自然景观元素以及景观大道、创意文化广场等人文景观。创意广场可作为创意集市、室外演出与市民公共交往空间。在文化旅游消费的推动下,工业遗产的空间形态和功能发生了巨大变化,从传统的集体生产生活空间转变成为一个以文旅消费为主要功能的创意产业街区。

2. 创意经济激活区域文化活力。在陶溪川文创街区的案例中可以看到,创新氛围下创意人才聚集与创意产业发展与工业遗产空间两者形成了互相建构的生产关系,彰显出较为正向、强烈的创新氛围(4.141分)。陶溪川文创街区内设有邑空间、B&C设计中心、红房子陶瓷工作室等创客空间,为来自世界各地的优秀艺术工作者提供一个创作、交流与展示的平台,打造自我表达(4.087分)与平等主义(3.920分)的场景。其中,邑空间自2016年落地发展至今,已衍生出艺术创作空间、创意集市、直播基地等多种业态。邑空间运营管理公司聘请来自社会面的陶瓷手艺人,为其提供创新创业的平台,公司承担生产材料成本并向创作者支付相应的报酬。同时,邑空间与抖音等平台合作建设电商直播平台,与线下实体店铺销售相结合,2020年各渠道销售总额达10.09亿元。创客空间中的文化创意活动不仅重新塑造了物理空间的形态机理与功能,同时也在日趋多元的创意经济互动与生产活动中,建立起陶溪川文创街区的创意空间与产业网络,生产出新的社会关系。

此外,陶溪川文创街区内各类陶瓷主题的文创商店、周末集市,以及文创研学机构为创意阶层创造了弹性发展空间,塑造了街区的特色经济活动,创意人群的日常生活实践与城市整体产业空间形成互动,从而提升城市区域创意产业经济活力,体现出较强的经济增值场景(4.349分)。

3. 过度绅士化风险消解日常生活空间。陶溪川文创街区案例中,工业遗产空间在市场力与文化消费的推动下完成了空间功能的动态化转型与文旅消费空间的重构。从街区审美性(4.018分)与娱乐性(4.264分)场景特征可以看出,街区多元化消费业态的打造从本质上满足了城市中高产阶层的文化消费需求,并进一步体现为城市空间品质的追求。在街区公共消费空间的打造过程中,不仅仅物理空间得到了更新,同时,原先的生产人群与社会关系也逐渐被新兴的城市消费人群与创意人群所替代。从空间功能上看,宇宙瓷厂空间原先是以单位集体生产、生活居住功能为主,而商业贸易等消费导向较弱。但在陶溪川文创街区的更新利用过程中,原先的社区和职工被迁出,空间的日常生活场景遭到弱化,这直接体现在日常性维度得分(2.837分)上。原有的生产生活空间逐渐被改造成为一个承载历史文脉与审美氛围的消费符号空间。

此外,随着陶溪川文创街区前期改造经营活动的成功,空间设施与环境品质不断提升,后续的增建改造项目接踵而至,导致街区与周边城市区域土地价格不断攀升。目前,以宇宙瓷厂为核心区域的陶溪川文创街区二期改造工程正在建设中,将引入凯悦酒店等高端消费品牌。目前,陶溪川文创街区内开设有高端中餐厅4家、豪华酒店3家,加之部分主打手工制作的精品陶瓷商店,体现出消费定位高端化、精英化趋势。这些消费场所与日常生活消费内容相背离,无形中将一部分普通受众排除在门槛之外,体现出过度绅士化的趋势。

4. 过度商业化导致文化空间异化。在陶溪川文创街区建设规划过程中,规划建设者有意识地保留当地的工业景观,营造具有认同感的工业遗产旅游地精神空间。但舒适物数据与维度得分综合呈现出来的结果与规划初衷产生了一定的背离。具体体现在原真性(3.573分)、传统性(3.485分)、日常性(2.837分)得分相对较低的结果上。以景德镇陶文旅控股集团有限公司为主体的开发企业以推动经济利益最大化的商业化、产业化改造逻辑,推动建设规模化、高端化的文旅消费目的地。在空间产品快速复制过程中,本土化、在地化的文化符号被商业符号所冲淡,文创街区逐渐演变成为经济资本运作与商业消费的容器,进而导致工业遗产旅游地的文化空间“异化”。

陶溪川文创街区在建设发展过程中,引入的各类同质化的餐厅、咖啡厅、快餐店、健身房、酒吧等消费业态依附于改造的工业遗产旅游地空间之中。高强度的商业活动消弭了消费空间与文化空间之间的界限,导致这些商业消费活动与文化体验活动高度混合。一方面,这些弱精神文化特征的亲民消费形式能够更好满足游客的基本消费需求,提高旅游体验;但同时,过度发展的商业活动也侵蚀了工业遗产旅游地的精神文化空间内涵。这一趋势值得政府与开发企业的重视,若不加以遏制,原本具有浓郁地方工业特色与文化象征性的街区空间将可能退化成为追求经济效益最大化的商业消费逻辑空间。

(四)基于场景价值的工业遗产旅游地优化路径

工业遗产旅游地场景在空间主体的实践活动中产生,表征其文化价值观与需求实现的结果。结合景德镇陶溪川文创街区的实践经验与问题,本文提出以下三条工业遗产旅游地优化路径。

1. 依托历史文化资源,打造特色旅游产品。工业遗产地具有鲜明的地方工业文化特征,反映了地域与时代特色。陶溪川文创街区的前身宇宙瓷厂是景德镇地方制瓷文化与集体生产生活的历史缩影,是长江流域手工业经济、社会、文化与精神的映照,真实客观地反映了制瓷科技发展的历史,也是陶瓷文化的标志。同时,工业遗产也反映了该区域在陶瓷生产过程中所形成的人生观、价值观、自然观等观念认知的发展,反映了社会生产与自然生态环境之间的互动关系。因此,工业遗产具有较强的社会历史价值与教育价值,是文化旅游产品开发的重要依托。

首先,对工业遗产资源进行开发利用需要处理好保护与开发之间的关系,注意原真性与传统性的表达。原真性与传统性保护体现在两个方面,一方面是工业遗产资源的整体性保护。工业遗产是生产活动和社会文化现象共同生产的历史产物,它的本质特征是整体的、系统的。工业遗产原真性、传统性的保护既是对建筑结构、生产设备、生产资料实体的保护,也是对集体记忆、生产工艺等非物质文化遗产资源的保留与展示。另一方面,工业遗产原真性、传统性保护具有动态性,它是一个不断发展的过程,开发利用过程中所涉及的各种因素时刻都在发生变化。因此,必须重视保护和利用之间的动态协调,选取合理的开发利用模式,凸显出工业遗产旅游地的历史价值。

其次,打造工业遗产旅游产品的过程中,需要注意产品的文化象征性与知识传播性。工业遗产资源需要被挖掘、转化并通过多样化的文化形式与展示形式呈现给社会公众,才能发挥出工业遗产的历史价值与公共价值。文化象征性与知识传播场景作为中介装置,建立起象征符号系统与游客主体之间的联系,引发个体与集体记忆、科技文化知识认知与共鸣,产生文化认同感与身份归属感。

2. 烘托创新表达氛围,驱动创意经济发展。创新氛围在促进工业遗产旅游地经济价值方面扮演关键角色。第一,创新氛围驱动下的创意表达与创意产业在工业遗产空间改造与功能转换过程中扮演着黏合剂与推动剂的角色,将新旧元素连接在一起,实现空间元素的有效利用,提升空间的审美品质。第二,创意企业与开发企业、政府合力推动工业遗产地及其周边地区产业经济的转型升级,建构可持续发展的创新社会网络,形成新的价值链与产业链,推动城市产业创新发展。

培育工业遗产旅游地创意经济需要从文化环境、政策产业环境、教育资源等多个环节发力。第一,在文化环境上,工业遗产空间本身蕴含丰富的历史文化资源与特色工业文化景观,为创意经济发展提供了丰厚的文化底蕴。工业遗产旅游地创新氛围的营造为创意的发生与产品的生产提供先决条件^①。一个开放的,主张自我表达,追求平等主义价值观的场景,为创业者、艺术家与普通社会大众提供了理想的灵感交流与实现的平台。第二,在产业政策环境方面,创意经济的发展活力离不开城市金融业、商务服务业以及高新技术产业的支撑,因此,创意经济一般都是在基础设施完善、经济金融行业较为发达的城市发迹并扩散开来的。鼓励性政策为产业发展提供了空间场地、配套服务等多方位的支持。此外,创新教育资源也是创意经济产生发展的重要支撑因素。

3. 鼓励多元主体参与,再造本土空间意涵。工业遗产旅游地开发过程涉及政府、工业企业、开发

^① Landry C., *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan Press, 2008, pp.3-11.

企业与社会公众等多个群体,其中在社会群体中,原有的职工及其生活空间与日常生活记忆往往容易被忽略。在陶溪川文创街区的场景得分中,日常性与传统性子维度得分较低,从而导致旅游地的认同价值与历史价值弱化。

工业遗产空间通常由生产空间与职工生活社区两部分组成。在工业遗产旅游地更新过程中,往往针对工厂核心生产区域进行开发,而忽视了工人社区与职工居民。而恰恰是这些职工社区及其日常生活场景体现了中国单位制集体生产的时代特色,反映了制度变革、集体记忆等宝贵的历史文化资源。以陶溪川文创街区为代表的我国许多工业遗产旅游地在改造过程中忽略了日常性场景维度,导致工业文化保留展示成为一种“舞台化真实”^①。园区在规划建设过程中将部分工业文化元素与其原有的文化情境与历史生活场景割裂开来,并通过策划文旅活动或布景等方式在园区空间内展示。最终在市场元素的充斥下造成过度绅士化、过度商业化等问题。

博物馆学界提出的“生态博物馆”概念为工业遗产旅游地改造过程中职工社区生活场景的保留与营造提供理论参考。生态博物馆理念主张保留当地整体的生产生活风貌与空间格局,作为社会文明发展轨迹的展示载体;同时鼓励当地社会主体亲身参与保护、建设与管理工作中。一方面,对于外来参观者而言,生态博物馆为其提供了一个亲身体验当地历史变迁与特色文化的场景;另一方面,当地居民的文化认同感是吸引其参与生态博物馆规划、建设、运营的重要基础。因此,生态博物馆与传统博物馆的区别在于,其核心是地方文化与公众参与结合的形式^②。生态博物馆的设计理念提供了社区参与、地方文化营造等方面的启示。通过加强自我表达、平等主义场景,为各方主体搭建共同交流的决策平台,让本地居民的想法和意见真正融入工业遗产旅游地改造工作中,才能让工业遗产旅游地空间彰显出地方公共空间精神与本土文化价值观。

Research on Dimension Design and Value Expression of Cultural Scene in Industrial Heritage Tourism Destination

Chen Bo Chen Lihao

(National Institute of Cultural Development, Wuhan University, Wuhan 430072, P.R.China)

Abstract: With the deepening of modernization and rapid economic and social development, land resource allocation has undergone tremendous changes. China's major cities are in the transition period from “incremental planning” to “inventory planning”. The industrial heritage space in cities has gradually evolved from a pure factor of production in the planned economy era to a public cultural space, showing a strong cultural consumption value. The development of cultural tourism in industrial heritage areas provides a new development idea for the spatial renewal and industrial activation of industrial brownfields. From the perspective of the evolutionary mechanism, the industrial heritage tourism destination has formed a logical framework with space production as the endogenous driving force and scene value expression as the external representation. The endogenous driving force of the spatial production of industrial heritage tourism destinations comes from the combination, conflict, game, and balance of the value pursuit among the subjects of industrial

① McConnell D., “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings”, *American Journal of Sociology*, 1973, 79(3), pp.589-603.

② 曹磊、王苗:《以社区博物馆为概念之传统街区保存与经营》,《中国园林》2012年第9期。

enterprises, urban governments, development enterprises, and the public, and it is also the carrier of the interwoven projection of social relations and cultural resources. The interpretation framework explains the realistic context of space practice for analyzing and designing the scene dimensions of industrial heritage tourism destinations. Based on the analysis of the dynamic mechanism of spatial renewal of industrial heritage tourism destinations, the logic of cultural scene of localization industrial heritage tourism destinations is established, and 15 sub-dimensions are proposed under the three dimensions of physical space, spiritual space and social space. In physical space, there are sub-dimensions of authenticity, dailiness, traditionality, and openness. Under the spiritual space, there are sub-dimensions of localization, cultural symbolism, aesthetics, nostalgia, and entertainments. Under the social space, there are sub-dimensions of innovation atmosphere, egalitarianism, self-expression, public service, knowledge dissemination, and economic appreciation. The results of the empirical analysis, using Taoxichuan Cultural and Creative District as an example, show that Taoxichuan Cultural and Creative District has the lowest score in the sub-dimension of dailiness and higher scores in the dimensions of openness, aesthetics, entertainment, innovative atmosphere, self-expression, and economic appreciation, with outstanding characteristics. The rich resources of cultural and tourism industry of Taoxichuan Cultural and Creative District meet the diversified consumption needs of the consumer, and the strong creative atmosphere nurtures the local creative economy. At the same time, China's industrial heritage tourism destination represented by Taoxichuan Cultural and Creative District is facing many practical challenges in the development process. On the one hand, although the planners and builders consciously emphasize the preservation and reproduction of the local characteristic landscape and industrial culture, in the actual construction and operation process, the operating enterprises often introduce restaurants, cafes, fast food restaurants, gyms, bars, and other high-intensity commercial activities in consideration of economic interests, which eliminates the boundary between consumer space and cultural space. The connotation of spiritual and cultural space of industrial heritage tourism destination is diluted by the commercialized atmosphere, which weakens the identity value and historical value of industrial heritage tourism destination, and meanwhile, there is a risk trend of gentrification. In the future, we should improve the planning and construction level of the industrial heritage tourism destination and enhance the scene value of the industrial heritage tourism destination from the aspects of developing and utilizing historical resources, setting off an innovative expression atmosphere, encouraging the participation of multiple subjects, and rebuilding the spirit of public space.

Keywords: Industrial heritage tourism destination; Integration of culture and tourism; Cultural scene; Taoxichuan Cultural and Creative District

[责任编辑:郝云飞]