

基于古典诗词的西安文旅名城 IP 打造创新研究

张媛¹, 张意薇²

¹ 西安培华学院人文与国际教育学院, 陕西西安, 中国

² 海南工商职业学院马克思主义学院, 海南海口, 中国

【摘要】本文立足于文旅融合与城市品牌建设背景, 探讨古典诗词在西安城市 IP 塑造中的文化价值与创新路径。通过对西安城市 IP 发展现状的梳理, 分析其在文化辨识度、内容同质化及传播力方面的挑战, 进而从集体记忆理论出发, 揭示古典诗词在增强城市认同、提升文化影响力和软实力方面的重要作用。研究进一步提出以汉赋、唐诗、宋词为脉络的跨时代文化融合路径, 构建涵盖历史再现、诗意符号与市井生活的情境化城市 IP 表达体系。研究表明, 古典诗词不仅是激活西安历史文化资源的有效载体, 也为城市文旅品牌注入深厚人文内涵, 推动传统文化的创造性转化与创新发展。

【关键词】 文旅融合; 古典诗词; 历史文化; 城市 IP 打造

【基金项目】 2025 年度西安市社会科学规划基金项目“文旅融合视域下古典诗词赋能西安文化名城 IP 打造研究”(编号: 25LW122); 西安培华学院 2025 年度校级科研项目“基于唐诗宋词语境的西安历史街区建设及文化传承路径研究”(编号: PHKT2552)

1. 引言

2020 年 9 月 22 日, 教育文化卫生体育领域专家代表座谈会中提出: “要坚持以文塑旅、以旅彰文, 推动文化和旅游融合发展, 让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”, 这为文化和旅游高质量发展指明了方向, 文旅融合成为国家推动文化传承与产业升级的重要战略。西安(古长安)作为一座拥有悠久历史和丰富文化遗产的城市, 近年来在文化旅游领域取得了显著成就。西安通过文旅融合的方式, 将历史文化资源转化为具有现代审美的国潮产品, 如大唐不夜城的文创花车、不倒翁小姐姐手办等, 成功打造了多个具有辨识度的文化 IP。同时, 西安还依托兵马俑、大雁塔、西安城墙等世界级文化遗产, 构建了“千年古都”的核心品牌形象。通过依靠传统文化复苏与旅游产业融合, 西安不仅成功吸引了大量国内外游客, 还促进了当地经济和文化的共同发展。国内学者对此进行了多维度研究: 郑亚灵、职茵等聚焦城市 IP 的构建路径[1], 强调历史元素与现代体验的结合[2]; 张娟娟则从旅游经济角度分析西安文旅发展的潜力与挑战[3]。国外研究中, 德国学者扬·阿斯曼的“文化记忆”理论为历史文化赋能城市 IP 提供了理论支撑, 他认为文化记忆的传承能增强社会认同感, 城市形象的塑造需依托本土文化符号的深度挖掘[4]。

2. 西安城市 IP 现状分析

城市 IP (City Intellectual Property), 即城市知识产权或城市文化符号, 是指通过挖掘和提炼一个城市独特的历史文化、地域风貌、产业特色、精神气质等元素, 形成具有辨识度、传播力和商业价值的文化品牌。城市 IP 不仅是城市形象的具象表达, 也是推动文旅融合、促进消费升级和提升城市软实力的重要载体。

近年来, 国家高度重视文化产业与城市品牌建设, 强调要深入挖掘中华优秀传统文化资源, 推动创造性转化与创新性发展。在此背景下, 城市 IP 作为文化赋能城市发展的重要路径, 正受到广泛关注与实践探索。西安作为十三朝古都, 拥有深厚的历史文化底蕴和丰富的文化旅游资源, 是城市 IP 建设的典型代表。当前, 西安已初步构建以“唐文化”为核心的 IP 体系, 如大唐不夜城、长安十二时辰主题街区、“盛唐密盒”等项目, 成功将历史元素与现代体验相结合, 形成了现象级文化传播案例。这些 IP 不仅提升了西安在全国的知名度, 也为文旅融合注入了新活力。

然而, 西安城市 IP 的发展仍面临一些挑战: 一是内容同质化倾向初现, 部分项目过度依赖视觉冲击而缺乏深度文化内涵; 二是产业链延伸不足, 衍生品开发和数字 IP 建设尚不完善; 三是国际化传播能力有待加强,

尚未形成具有世界影响力的文化 IP 品牌。总体来看，西安城市 IP 正处于从“流量驱动”向“内容驱动”转型的关键阶段。未来应进一步整合历史文化资源，强化内容，提升创意，推动科技赋能与跨界融合，打造更具思想深度和市场价值的城市文化 IP 体系，助力西安建设国家级文化和旅游融合发展示范城市。

3. 古典诗词在西安城市 IP 打造中的作用

中华民族自古以来便将“读万卷书”与“行万里路”相结合，诗旅融合的传统源远流长。古人通过诗歌记录山川风物、抒发家国情怀，留下了大量描绘长安（今西安）的不朽篇章。这些诗词不仅是文学艺术的瑰宝，更是承载民族情感、凝聚文化认同的重要载体。近年来，随着文旅融合战略的深入推进，“跟着诗词游中国”的新型旅游模式不断兴起，推动了中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展。在此背景下，将古典诗词融入西安城市 IP 建设，不仅有助于激活在新时代语境下西安的历史文化资源、赋予其新的生命力，更能提升西安城市品牌形象、打造具有辨识度的城市文化 IP[5]。

3.1 丰富文化记忆，深化城市认同

根据德国文化记忆理论学者扬·阿斯曼（Jan Assmann）提出的“集体记忆”（Collective Memory）理论，一个民族的文化认同感来源于对其历史经验、价值观念和象征符号的共同记忆。这种记忆不仅存在于书面文献中，也体现在空间、仪式、语言、艺术等多种文化形式之中。

在西安这座千年古都，古典诗词正是连接过去与现在、个体与群体之间文化记忆的重要纽带[6]。从汉赋到唐诗再到宋词，历代文人墨客在长安留下的诗句，构成了这座城市独特的精神图谱。西安（古长安），作为中华文明的重要发祥地，从周秦汉唐到近现代，始终是中国政治、经济与文化的中心之一，其历史底蕴深厚，文化资源丰富，为古典诗词的活化提供了独特土壤。古典诗词作为中华文化的瑰宝，不仅记录了长安的地理风貌与人文精神，更成为城市文化记忆的重要载体[7]。经不完全统计，历代诗词歌赋中明确提及“长安”字眼的，共计 13417 处（搜韵网数据）。西安因此拥有了曲江、灞桥等地理符号，周公、李白等人物精神符号，构成了独属于西安的“诗意基因”。这些诗句不仅是文学作品，更是城市文化记忆的具象

表达。这种基于文化记忆的情感联结，为西安城市 IP 注入了深厚的历史底蕴和精神内涵，使其更具温度与生命力，可以激发市民与游客对西安历史文化的深层共鸣，增强他们对城市的认同感与归属感。

3.2 提升西安文化城市品牌影响力

在文旅融合的大趋势下，古典诗词正逐渐成为塑造西安城市品牌形象的重要切入点。

首先，古典诗词为西安提供了独特的文化标识。如“灞桥柳色”、“曲水流觞”、“雁塔题名”等意象，早已成为长安文化的代表性符号。将这些意象融入城市景观设计、节庆活动策划、文创产品开发等环节，能够有效提升西安文化旅游的品牌辨识度和传播力；[8]其次，古典诗词以其高度凝练的语言、深邃的思想和广泛的文化认同基础，成为西安提升文化软实力的重要资源。西安的城市形象与诗词文化深度绑定，可以在全球文化交流中形成具有中国特色、陕西风格、西安气派的文化话语体系。许多描写长安的诗句跨越时空，至今仍被世界各地华人传诵，让更多国际友人了解西安、认识中国，提升城市的国际知名度与美誉度。

综上所述，古典诗词在西安城市 IP 建设中发挥着不可替代的作用。它既是城市文化记忆的载体，又是文旅融合的新引擎，更是提升城市文化软实力的重要手段。未来应进一步挖掘诗词资源，强化创意表达，推动科技赋能，构建“诗旅融合”的高质量发展格局，助力西安打造世界级文化名城和中华文化对外传播高地。

4. 西安文化名城 IP 打造路径——跨时代文化融合：从汉赋到宋词的全景呈现

汉赋、唐诗、宋词中都有大量描绘长安（今西安）的篇章，古典诗词以“润物细无声”的方式浸润人们的心田，为了更好地展示西安作为千年古都的历史变迁，可以尝试将汉赋、唐诗、宋词中的长安进行全景式的呈现，打造一个跨越时空的文化 IP。

4.1 汉赋中的长安：恢弘大气的历史再现

汉赋作为大赋体裁的代表，以恢弘的笔触记录了长安的壮丽。西汉文学家司马相如在著名的辞赋《上林赋》中写到“荡荡乎八川分流，相背而异态”，描写了汉代长安最大的皇家园林“上林苑”的巨丽之美，带世人领略汉代长安十大而壮丽的风韵；班固《两都赋 西都赋》中描述了长安“披三条之广路，立十二之通门”，街道宽敞，城门众多，显

示出城市的宏大规模和交通的便利。此外，文中还提到“长安街衢洞达，闾阎且千，九市开场，货别隧分”，描绘了街道纵横交错，市坊众多，商业繁荣的景象。

汉赋中对长安的描写，往往充满了对皇城的赞美和对盛世的歌颂。可以利用汉赋的特点，打造具有历史厚重感的文化项目。以汉赋为蓝本，打造一个“汉赋长安”主题公园或街区。通过实景演出、互动体验等方式，再现汉代长安的繁华景象。例如，可以参考司马相如的《上林赋》，重现汉武帝时期的皇家园林——上林苑，感受历史上恢弘大气的长安印象。

4.2. 唐诗中的长安：繁华盛世的文化符号

唐代是中国诗歌的黄金时代，许多著名的诗人如李白、杜甫、王维等都曾在长安生活，并留下了大量关于这座城市的诗篇。唐代诗文作品中明确提及到“长安”的有 5500 处（搜韵网数据）。

李白的《上皇西巡南京歌十首·其四》“地转锦江成渭水，天回玉垒作长安”，运用夸张与想象的手法，描绘了君王出行的盛大场面，渲染出场面的盛大与华美，展现了盛世的繁华与国家的强盛。杜甫《秋兴八首》其七：“昆明池水汉时功，武帝旌旗在眼中。织女机丝虚月夜，石鲸鳞甲动秋风。”其八：“昆吾御宿自逶迤，紫阁峰阴入渼陂。香稻啄余鸂鶒粒，碧梧栖老凤凰枝。”两首诗通过追忆往昔帝都昆明池情景、在长安畅游渼陂之情境，描绘了盛唐国力之强盛、景物壮丽和出产富饶之情景。

唐诗中的长安不仅是地理上的城市，更是文化与精神的象征。可以将唐诗与西安的城市 IP 结合起来，依据古典诗词设计旅游线路，增强游客的文化体验感。比如，在大唐不夜城等景点设置“唐诗漫步”路线，游客沉浸式跟随李白、杜甫的脚步，聆听诗词，了解历史故事或人物传奇，全方位体验繁华的唐长安气象，而不仅仅是依赖于视觉上的“大唐盛世”，从而赋予西安城市 IP 独特的历史文化意蕴。

4.3 宋词中的长安：市井生活的诗意交融

宋代虽政治重心东移，但文人对长安的情感依存未减。在宋代，长安已经成为一种文化象征，其中宋代诗词中提及“长安”共计有 2196 处（搜韵网数据）。宋词中常常描绘市井生活，如北宋张先《鹊桥仙》：“星桥火树，长安一夜，开遍红莲万蕊。绮罗能

借月中春，风露细、天清似水。”诗人通过描绘星桥、火树和红莲盛开的景象，描绘了长安城一个浪漫的夜晚场景，表现了春天的美好和繁荣。再如南宋诗人陆游《一壶歌》：“长安市上醉春风，乱插繁花满帽红。”以“长安”古都为背景，展现了繁华市井中春意盎然的景象。可以借鉴宋词意境，在西安打造一些反映宋代市井生活的街区或景点，如仿古集市、茶馆、酒肆等，再现当时的生活场景，展现宋代长安的文化氛围[9]。

虚拟现实（VR）与增强现实（AR）技术为古典诗词的传播提供了新路径。可借助数字技术在西安的主要景区或文化街区，打造一条数字化“长安文化长廊”，依次展示汉赋、唐诗、宋词中描绘的长安风貌，让游客能够在虚拟空间中游览不同朝代的长安，在虚拟与现实的交融中感受长安的历史魅力，感受诗词中的历史文化氛围[10]。通过将汉赋、唐诗、宋词中的长安元素融入城市 IP 建设，西安不仅可以打造出独具特色的文化品牌，还能进一步提升城市的文化软实力。这不仅有助于吸引更多游客前来体验，也能激发市民对本土文化的自豪感和认同感。未来，西安可以通过不断创新和发展，成为一座充满诗意与文化底蕴的世界级文化名城。

5. 结论

西安作为一座拥有丰富历史文化资源的城市，以汉赋、唐诗、宋词为代表的中国古典文学，是塑造西安历史文化名城 IP 的灵魂，是西安的重要文化符号。这些古典诗词意象的活化及 IP 化运作，不仅能助力文化传承与交流、深化城市文化记忆，更能推动文旅产业的创新发展，避免西安的城市 IP 建设走向内容同质化。从古典诗词切入，通过进一步整合古典诗词资源，深度挖掘、创新表达、多元化发展，构建“诗一景一人”三位一体的文化 IP 体系，打造出独具西安特色的文化城市品牌，树立起一个充满活力、富有创造力的文化城市形象，提升城市的知名度和吸引力，让西安这一历史文化名城保持独特性和多样性，成为具有鲜明地域特色和强大市场吸引力的文旅地标 IP。

参考文献

- [1]郑亚灵.文化记忆理论观照下西安城市 IP 建构的不足及应对策略[J].新西部, 2024 (12): 115-118.
- [2]职茵.让“诗词里的长安”成为亮丽的文化

- IP——康震期待西安打造“唐诗文化工程”
[N].西安新闻网, 2024-09-18.
- [3]张娟娟.文化 IP 对西安旅游目的地形象的影响研究[D].西安:西北大学, 2022.
- [4][德]扬·阿斯曼.文化记忆[M].北京:北京大学出版社, 2015.
- [5]赵生让等.文旅融合背景下西北地方文献建设研究[J].农业图书情报学报.2021, 33(08): 24-31.
- [6]康震.古诗词在今天为何热度依旧[J].中国民族博, 2022(11): 42-43.
- [7]徐剑.城市人文经济以文化为支点推动城市高质量发展[J].人民论坛·学术前沿, 2024(04): 56-62.
- [8]贺海飞, 范艳秋, 张凯等.古都西安非物质文化遗产与旅游融合发展的思考与探索[J].三门峡职业技术学院学报, 2024, 23(02): 8-14.
- [9]安婷, 张安琪.“文旅+会展”赋能文化旅游产业高质量发展——以“西安年·最中国”春节系列活动为例[J].陕西开放大学学报, 2024, 26(02): 68-70+96.
- [10]丁永刚.西安构建“世界历史文化名城”的战略思考[J].理论导刊, 2005(07): 51-54.