

英國巴斯文化遺產觀光發展

陳永忻

巴斯（Bath），位於埃文河谷（River Avon）底端，為英國唯一有天然溫泉的地方，其英文“Bath”原來就為「沐浴」之意，羅馬占領英國間在此地建立溫泉浴場，讓士兵療傷、洗澡，巴斯便逐漸發展成英國的溫泉城市。斯圖亞特王朝時期，巴斯在喬治王統治時代（1714-1830）有了更多發展，因為觀光客的湧入，要求更多提供泡溫泉和住宿的旅館，街道和廣場上開始出現許多新建築，用金米色的巴斯岩建成的喬治王時代石造建築一直保存到今日。巴斯市在1987年獲得聯合國教科文組織認證的世界遺產，¹為巴斯帶來更多觀光商機和旅遊人潮。

巴斯的都市意象一直是建立於充滿歷史文藝氣息的老城市，不但是被認可的世界遺產，英國知名文學家珍·奧斯汀（Jane Austen）曾在此居住過一段時間，也寫下精采的小說，這同樣也形成巴斯的觀光資源，許多觀光客更是慕名前來參觀作家的故居，加上保存良好的歷史建築，也是許多英國古裝劇拍攝的首選地。

有鑑於此，隸屬於巴斯與東北賽默特議會（Bath & North East Somerset Council）的巴斯觀光局在觀光的推廣上也特別針對歷史和遺產這兩項去做形象的塑造和推廣，在網站上提供相關的景點介紹和路線規畫，讓觀光客能夠選擇想去的類型，試圖滿足各類觀光客的需求。近年來，由於資訊取得容易，觀光客在做目的地選擇時也會受到影響，對於巴斯而言，既有的古老城市意象

對觀光客而言已不再足夠，若無法突出其城市的特色，則在競爭激烈的國際觀光市場中則會失去其優勢。在“*A Destination Marketing Strategy for Bath & North East Somerset: 2012-2014*”²中提出未來巴斯必須同時維持其歷史遺跡的吸引力外，還要開發現代文化藝術的資源，積極舉辦各項節慶活動，且使用多種媒體工具或社群網站替巴斯多方宣傳，打造巴斯成為一個具有歷史氣息的當代藝文之都。巴斯觀光局希望在2014年讓國內和海外觀光客都增加12%，增加過夜旅客（overnights visitors），希望能從2010年的1.05億觀光人數成長至2014年的目標人數1.18億。³

Bath Tourism Plus為一替巴斯及其鄰近地區負責規畫目的地行銷策略公司（Destination Marketing Strategy），於2003年成立，最早是由巴斯及東北賽默特議會成立以目的地行銷為主的“旅遊及會議局”（Tourism & Conference Bureau），但在十月，因體認到觀光其不停改變的需求以及支持本地旅遊業的重要性，於是轉為私人公司營運，由董事會負責管理，改名為Bath Tourism Plus。⁴與巴斯觀光局合作並偕同推廣贊助各項觀光計畫。同時，也和巴斯商業改進部門（Bath Business Improvement District）合作多項計畫，主要是推展巴斯的商業活動，例如像“Shopping in Bath”、“The Public Event Panel”或是開發巴斯觀光介紹的手機APP程式等計畫，希望持續促進巴斯的商業活動並更加便利巴斯的觀光環境。

巴斯的文化遺產

1. 巴斯羅馬浴場（Roman Bath）

巴斯最熱門的景點，無非就是受到完整保存和維護的羅馬浴場。現在的羅馬浴場加上19世紀加蓋的建築，成為羅馬浴場博物館，利用浴場遺跡和遺產的陳列展覽讓觀光客了解這座遺跡的歷史，從大浴池（Great Bath）到珍藏古羅馬時代遺留下來的雕刻、壁畫、錢幣、浴場和神廟模型等，觀光客透過個人租借語音導覽的方式，手持導覽機隨著規畫好的路線前進，博物館展覽的部分除了模型展示，也有利用投影技術來重現當年浴場的風貌。

巴斯羅馬浴場近年來為持續吸引觀光客的迴流，也開始定期舉辦不同主題的節慶活動，例如像「夜間博物館」（Museum at the Night）的系列活動，透過夜晚營運拉長展出時間，舉辦各式各樣的活動，希望能吸引更多平日時間無法來參觀的民眾，在活動規劃和設計上也與羅馬遺跡做出連結，像是古代樂器的演奏會，由專家現場解說古羅馬時期和中世紀時期的樂器，並有小型音樂會給參觀民眾欣賞；在2011年由巴斯大學舉辦的Illuminate Bath Festival吸引上千人前往，透過燈光投射在浴場上帶來另一種現代與過去交融的奇特氛圍。⁵而對博物館的部分，館方也開始增加不同的導覽方式，用較多元活潑的方式來介紹其豐富的館藏。角色扮演為近年很流行的一種詮釋方法，讓館方員工穿上古羅馬時期的服裝，在大浴

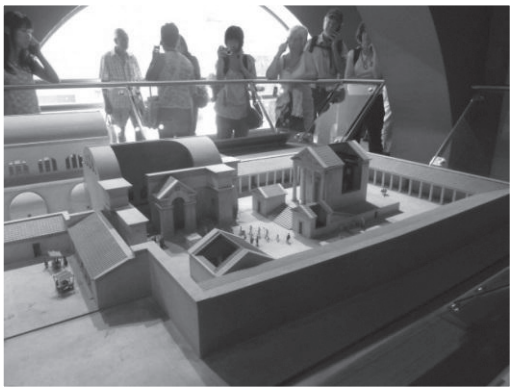
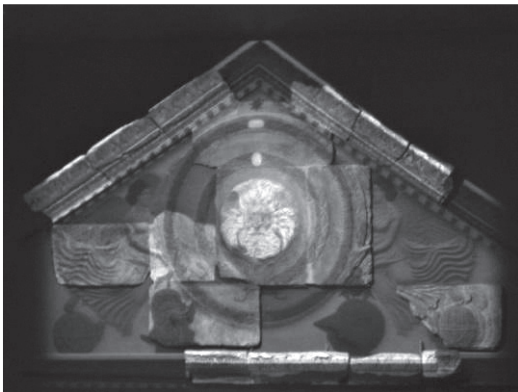


圖1：巴斯羅馬浴場

圖2：館方人員藉由角色扮演介紹遺跡

池附近走動，碰到有任何問題的觀光客都能給予立即解答，藉由親身與觀光客互動的方式來提升體驗的品質；並且開放在導覽結束時讓觀光客可以試喝巴斯的溫泉水，達到時空錯置的效果。

2. 巴斯修道院 (Bath Abbey)

巴斯修道院在西元973年時因為第一個征服英格蘭全境的愛德加國王 (King Edgar) 在此加冕而開始為人所知，1449年，甫上任的巴斯新主教奧立佛金 (Oliver King) 夢見從梯子上下攀爬進入天堂的天使，讓他獲得啟發，於是重新改建修道院，也就是後來知名的「天使的階梯」壁飾，隨後由於亨利八世在1539年解散修道院後，巴斯修道院淪為廢墟將近200年之久，直到1830年代，當地建築師喬治·馬奈斯 (George Manners) 改建新的尖塔和飛伏壁，並設立許多新座位，最後由喬治·吉伯特·史考特爵士 (Sir George Gilbert Scott) 為巴斯修道院最大改變，1864-1874年期間，重新翻修教堂內部成維多利亞時期的風格，



圖3：語音導覽與《Tower Tour》

並在教堂中殿的部分，用石風扇型的拱形屋頂技術取代原本老舊的木製天花板，才成為今日的模樣。

巴斯修道院基本上是宗教機構，提供的活動除了普通的禮拜和彌撒等，對於喜歡宗教歷史建築的觀光客，除了可以免費從網站上下載語音導覽參觀修道院，也有特別設計的付費活動。

“Tower Tour” 是由解說員帶領參團的觀光客，從正殿的部分介紹開始，一路帶領觀光客爬上212層階梯直通塔頂，一覽巴斯的都市風光，所有觀光收益和捐獻都會拿來當作修道院維護的經費和幫助弱勢團體的基金。

不僅如此，巴斯修道院近年來甚至變成許多當代藝術家作品的展覽場所，每年都會在巴斯舉行的“Think Different” 藝術展在巴斯修道院展出作品，包含攝影、影片、創意書寫和聲音等創作，這些藝術家都是由巴斯街友之家 (Bath Homelessness House) 協助的街友，希望能透過展覽驚豔社會大眾，加強對街友的關懷意識，且贊助單位還有知名的雜誌 “The Big Issue”，⁶ 來引發巴斯居民、國內或國際觀光客的興趣而聞名前來支持當地慈善團體。同時，巴斯修道院也藉此機會舉辦公益活動，吸引企業贊助，試圖幫助街友們尋找工作機會。在今年，巴斯修道院邀請許多國際知名的當代藝術家在巴斯修道院內設立《奧德賽》(Odyssey) 展覽，例如像英國知名的藝術家達米安·赫斯特 (Damien Hirst) 的作品 “Saint Bartholomew”，主題符合修道院關懷人本的精神，強調生命的歷程及可能性，且巴斯修道院也藉此鼓勵當地藝術家參與展覽計畫，與其他藝術家交流；此外，巴斯修道院的古老氣息與當代充滿突破性的藝術作品結合，並邀請藝術家談論對其作品的想法，成功吸引許多人潮，也成為另類的觀光活動。



圖4：《奧德賽》展覽

資料來源：巴斯修道院官網

3. 時尚博物館（Fashion Museum）

原本只是巴斯集會堂的時尚博物館，前身其實是18世紀貴族仕紳的社交場所，現在只保存高挑的大廳和水晶燈，並沒有太多用途，外觀也並不顯眼，且由於巴斯為世界遺產，也無法對被保護的歷史建築做出任何改變。1963年，Doris Langley Moore捐出她個人收藏品開始，巴斯及東北賽默特議會決定將這裡打造成一個展出衣服歷史的博物館，至今的收藏品約30000餘件，展出的衣服為600多件，配合昔日為上流社會仕女們競穿華服鬥艷的場景，發展為全英國宮廷服飾展出最多的博物館。

觀光客在官網上可以直接下載免費的語音導覽，且最近與羅馬浴場聯合販售套票的活動，以折扣來吸引觀光客造訪。除了基本的櫥窗展覽外，時尚博物館鼓勵民眾參與換衣服（Dressing Up Activities）的活動，民眾可以試穿各種不同年代的服飾甚至是馬甲，體驗當時的氛圍，且服裝會不定期更換，以免造成衣物破損及一成不便的



圖5：巴斯時尚博物館與換衣體驗活動

形象。結合時尚的素材，每年都有不同國內外品牌的服飾展覽，例如像2008年瑪麗蓮夢露（Marilyn Monore）的服裝展三個星期就吸引超過16000人，也提升該年造訪人數，⁷2011年配合英國皇室婚禮推出的婚紗展覽也很受歡迎，並在2011年創下最高人次造訪的紀錄。⁸

時尚博物館也提供教育課程，許多研究服裝或藝術的學生和有興趣的民眾都踴躍修習課程，並與巴斯大學的服裝設計系合作，讓學生參與課程，學生的作品也有發表的平台。與其他博物館也有積極的館藏交流，像是與倫敦的維多利亞與亞伯特美術館（Victoria & Albert Museum），赫爾辛基的設計美術館（Design Museum）和巴黎的凡爾賽宮（Palace of Versailles）等。

二、結語

結合上述地放採取的策略，根據VisitEngland的統計和各景點年度報告的數據來看他們獲得的成果。

表 1：歷年觀光人數

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
RB	841,687	830,663	839,994	881,575	918,955	979,075
BA	305,000	331,559	307,658	330,298	335,348	394,387
FM	92,938	90,103	92,079	90,859	124,655	132,780

資料來源：Heritage Service Annual Review; VisitEngland

表2：巴斯羅馬浴場及時尚博物館收益（單位：一千英鎊）

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
RB & FM	£ 9,635	£ 10,132	£ 10,378	£ 11,003	£ 12,071	£ 12,948

資料來源：Heritage Service Annual Review

從表5的資料看來，這三個景點對巴斯的觀光帶來十分正面的效益，巴斯以歷史文化遺產為出發點，建立起其歷史之都的形象，進而往其他方面持續發展，羅馬浴場結合定期節慶和新型態的解說模式來讓文化遺產不再只是枯燥的歷史；巴斯修道院跳脫以往宗教的嚴肅，舉辦現代藝術展覽來幫助社會弱勢族群；時尚博物館在可改變的範圍內是利用原本的遺產，轉化為觀光資源，逐漸建立其特色。

綜觀而言，巴斯在發展觀光上不遺餘力，也非常注重觀光客的回饋。當地居民也對於巴斯推展觀光產業呈現正面的支持態度，但伴隨觀光發展所帶來的問題，居民也希望政府能夠做出有效的改善。在物質面上，巴斯是個小城市，能夠再利用的空間和資源十分有限，例如交通壅塞，居民找不到停車位，垃圾量增多等，有待巴斯市思考對策。⁹而在觀光活動規畫方面，定期舉辦不同

的節慶活動本是讓景點的形象有所改變，但節慶本身究竟成功吸引多少人、創造多少經濟價值仍有待商榷，若不斷設計各種活動，卻忘記與自身特色相連結，則節慶本身與當地無太大關聯，觀光客的體驗也相對大打折扣，造成「節慶倦怠」（Festival Fatigue）¹⁰，如果巴斯未來仍選擇積極開發各項節慶活動的策略，就必須仔細衡量這個問題。

今年巴斯羅馬浴場被VisitEngland提名為2013卓越獎（Excellence 2013）候選人，經過好幾輪票選最終獲得金賞的殊榮，¹¹相信這將是一個讓巴斯再創高峰的動力，巴斯及東北塞默特省議會也不斷對提高巴斯的觀光發展預算，對產業界和觀光客做調查，希望在未來能永續結合文化歷史的吸引力，提升巴斯的知名度，打造巴斯的品牌特色。

（本文作者畢業於淡江大學歐洲研究所）

註釋：

1. City of Bath, UNESCO world heritage site, <http://whc.unesco.org/en/list/428>
2. A Destination Marketing Strategy for Bath & North East Somerset : 2012-2014, p.2
3. Ibid, p.4
4. Bath Tourism Plus, company history, <http://visitbath.co.uk/members/about-us/company-history>
5. Heritage Service Annual Review 2011-2012, p.4
6. 1991年創立於英國倫敦的雜誌，免費提供街友或弱勢族群販售，幫助其維生，目前在英國、日本、澳洲等十個國家皆有發行。
7. Heritage Service Annual Review 2008-2009, p.2
8. Heritage Service Annual Review 2011-2012, p.5
9. A.J Haley, Tim Snaith,, Graham Miller, The social impact of Tourism, A case study of Bath, University of Surrey,2004, p.35
10. 劉以德譯，Greg Richards & Robert Palmer著，《文化節慶管理》，桂魯有限公司，頁224
11. Golden Award for Roman Bath, http://www.romanbaths.co.uk/whats_on/press_releases/press_releases_2013/gold_award_for_roman_baths.aspx