

“新语境”下的文旅融合新亮点

□ 本报记者 张玫

在统筹推进疫情防控和经济社会发展的新形势下,刚刚过去的五一假期里,人们被疫情抑制的旅游消费需求得到初步释放,对“诗与远方”的向往依然在生长。突如其来的新冠肺炎疫情深刻影响到文旅产业发展环境、大众消费心理及消费行为,在文旅消费“新语境”下,如何通过文旅融合促进消费扩容提质?记者从各地丰富多样的文旅活动中捕捉若干镜头,聚焦几个亮点,请业界人士加以点评,并为文旅深度融合建言献策。



邢子琦 绘

亮点一：在阳光下演奏的交响乐团

景区策划了40场精彩演出,全力助推市内景区旅游升温。

观点

○生活化的“文化场景”和旅游“真实性”,让旅游的文化体验有了偶遇感。

○艺术与旅游的融合,可以激发游客与目的地和景区之间的精神共鸣,在游客心目中留下更加生动、活泼、立体、多元的目的地和景区形象。

○在从“室内”向“室外”的消费场景转换中,文艺创作实现了再生产。

武汉大学国家文化发展研究院文化规划中心主任钟晟:宁波和长沙的演艺院团走出传统的室内舞台,走到阳光下、走进景区里,特别具有标志性的意义。宁波交响乐团在古城街头为游客带来了一场自由的即兴演出,演员和观众都十分尽兴,我们可以认为

这创造了一种真正意义上生活化的“文化场景”和旅游“真实性”。由于旅游活动的商品化和流程化,旅游者的体验活动往往是被精心设计和安排的,感受到的是舞台上的“真实性”。宁波的这种文旅深度融合形式,让旅游的文化体验有了偶遇感,感受到的是当地居民真实的生活状态。这让我想起在欧洲的很多城市,机场里的即兴钢琴演奏、菜场里的小型乐队演出,这些并不是被设计、包装的旅游项目,但给游客带来的是更加真实浓郁的地方文化氛围。因而,“阳光下演奏的交响乐团”是个非常有启发性价值的尝试,文旅融合并不是形式上的融合,而是要将文化和旅游融入“在地性”的生活当中,创造更多具有更真实体验感的“文化场景”。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云:当前,旅游消费需求正由浅层次的看过、到

过问深层次的洞察、体验和精神共鸣转变。艺术与旅游的融合,一方面,丰富了景区的内容提供,使景区文化能够以更加生动、立体、多维的方式进行展示,增强了景区的吸引力;另一方面,进一步拓展了艺术的创作源泉,让艺术的内容和展示形式不断创新,赋予了艺术新的生命力和活力。两者的融合,可以帮助游客从艺术角度深度了解目的地城市和旅游景区,透过音乐、戏剧、歌舞等艺术形式,更加全面地认知目的地和景区,同时也能丰富并提升游客的精神享受,激发游客与目的地和景区之间的精神共鸣,在游客心目中留下更加生动、活泼、立体、多元的目的地和景区形象。

中科院地理科学与资源研究所博士研究生、河南省文化和旅游厅资源开发处张飞:在这场为期5天的“大考”中,文旅行业推出了景区门票预约、游客接待量限定等举措,确保市场

平稳有序。在这个不寻常的五一假期,文旅融合也涌现了不少新亮点。大体来看,这些亮点本质上是消费场景转换中的文化再生现象。这种场景的转换,既包括传统文化消费场景向旅游活动场所的渗透,也包括传统旅游消费场景向文化活动现场的延伸。正是在这样的渗透与延伸过程中,文化和旅游实现了更高层次的融合,催生了各种文化再生产现象,成为当前国内消费市场的一抹亮色。在从“室内”向“室外”的消费场景转换中,文艺创作实现了再生产。无论是宁波古县城里的交响管乐表演,还是长沙橘子洲景区的休闲音乐会,实质上都是在新冠肺炎疫情的倒逼下,文艺作品消费场景从“室内”向“室外”的转换。从成效来看,文艺与景区的结合,既拓展了文艺作品的受众空间,也丰富了旅游景区的产品业态,是文旅融合的新尝试。

亮点二：“行走的图书”为游客带来书香

可。读者也可以将自己的书放入漂流亭充实书库,实现图书与知识的共享。

观点

○让游客与市民共享目的地城市的公共文化空间,可以增进游客与目的地城市和旅游景区之间的情感关联,让游客的旅游行程更有深度、更具质感。

○在从“城区”向“景区”的消费场景转换中,公共文化实现了再生产。

○把图书馆“搬”到景区,是将“景点观光”升级为“景区文化生活”的一种重要方式,建议在更多旅游服务场

所设置专门的阅读空间。

吴丽云:当旅游越来越成为一种生活方式,旅游与大众生活的融合也在不断深化。图书与景区的融合,既能够让游客与市民共享目的地城市的公共文化空间,增进游客对目的地城市的了解,也能够通过图书的漂流,让游客在旅游中通过阅览目的地城市的相关书籍,对景区和目的地城市的历史、文化、自然、制度等有更加深入的了解,增进游客与目的地城市和旅游景区之间的情感关联,让游客的旅游行程更有深度、更具质感。

张飞:在从“城区”向“景区”的消

费场景转换中,公共文化实现了再生产。今年五一假期,河南省图书馆将分馆开到了伏羲山景区的民宿里,重庆涪陵区图书馆在美人红洒小镇开展了“行走的图书”系列活动,都成为引人注目的事件。这些年来,博物馆、美术馆、图书馆等公共文化场所越来越受到游客追捧,成为城市旅游的新名片。当前受疫情影响,图书馆等仍处于未开放状态的城区公共文化空间,正在将其公共文化服务功能向城郊或乡村的旅游景区输出,这在促进公共文化服务均等化的同时,也将进一步提升旅游目的地地的文化内涵和消费品质。

钟晟:重庆涪陵区把图书馆“搬”

到景区,开拓了公共文化事业和旅游融合的新思路和新空间。随着文旅融合的深度发展,旅游活动早已不是“走马观花”式的景点旅游,而是在风景里欣赏、感悟、社交、体验。实现这个过程转化的关键,是在旅游景区中提供更加丰富的文化内涵和文化产品,让旅游者在景区中慢下来、停下来、住下来。重庆涪陵区把图书馆“搬”到景区的探索实践,是通过文旅融合将“景点观光”升级为“景区文化生活”的一种重要方式,建议进一步在景区设置专门的图书馆,或者在游客中心、酒店、民宿、餐厅等旅游服务场所设置专门的阅读空间,并进行全国推广。

亮点三：游戏地图+神都探案吸引年轻客群

费场景转换中,文化遗产实现了再生产。长期以来,游客在文化遗产旅游中对真实性的追求从未停步。与之相悖的是,传统的文化遗产旅游始终将游客当作纯粹的“台下的观众”,将文化遗产仅仅当作观赏的对象。这往往会导致游客在文化遗产旅游中的体验不佳,难以真正走进文化遗产。在文旅融合的时代,通过新科技和新文创,能够提升游客在文化遗产旅游中的代入感,使得游客从“台下”走到“台上”,成为文化遗产活化的参与者之一。五一期间丽江古城上线的《我的世界·丽江古城》游戏地图、洛邑古城推出的“神都探案”文旅项目等,都是借助科技和文创手段为游客营造沉浸式旅游体验的有益尝试。这种经由新科技和新文创手段实现的文化旅游消费场景从“台下”向“台上”的转换,在疫情防控时代文化旅游打破路径依赖、实现转型发展的重要方向。

吴丽云:中青年人是旅游消费的绝对主体,他们更愿意通过参与、体验的形式深度了解旅游目的地和旅游景区。无论是丽江的游戏地图,还是洛邑古城的神都探案,都是借助文化创意将主体与旅游深度融合并衍生出参与、体验性旅游产品的案例。游客对目的地和旅游景区的感知,以目的地文化资源外化为可体验的旅游活动的形式出现,游客经由身体行动而引发的主动探知精神以及在参与过程中形成的对目的地文化背景、文化资源的深度感知,是文化体验性旅游活动的最大魅力所在。借助文化创意实现文

旅的深度融合,不仅可以提升游客的旅游体验质量,加深游客对旅游目的地和旅游景区的文化共鸣,对于活化旅游目的地地文化资源也具有积极的促进作用。

钟晟:新冠肺炎疫情带来的生活方式的改变进一步催化了旅游业与数字文化产业的深度融合发展。近年来蓬勃发展的数字文化产业具有很强的虚拟体验性、娱乐性和参与性,拥有数量庞大的用户群体,尤其是年轻一代的粉丝群体。旅游业与数字文化产业的深度融合,将旅游场景虚拟化植入电竞游戏中,通过线上虚拟旅游和线下实景旅游的相互促进,可以大幅度提升旅游目的地和景区的传播度、增强旅游的体验性和客户黏性。例如,日本依托高度发达的动漫游戏产业,将旅游景点、地标、场景等植入动漫游戏之中,大量粉丝群体甚至结成社群,前往真实的景点、地标、场景开展线下的“圣地巡礼”体验活动,进一步促进了实地旅游的互动性和体验性。因此,开发《我的世界·丽江古城》游戏地图是将旅游业与数字文化产业充分融合的重要举措,非常有必要进一步深化和推广。

云南师范大学旅游产业研究院副院长李庆雷:旅游活动是典型的场景消费,游客追求的是差异化的原生场景(如阳朔遇龙河田园风光、迪庆梅里雪山)与消费场景(如夜游雁荡山、大理洱海游船上的“三道茶”)。不同的场景给游客带来不同的五感体验,为旅游地创造不同的附加值。同样的旅游吸引物、同一个旅游地可以呈现出

风格迥异的场景,如白天与夜晚、观光与娱乐、原真与时尚、过去与未来、线上与线下、生活气息与文艺范儿等。在需求个性化、体验深度化、产品创意化的时代,旅游地应该开发不同的消费场景,提供多样的“打开方式”,展示自身的“多元性格”,为游客塑造沉浸式的体验,提高二次消费收入与游客回头率,促进消费扩容提质。五一期间,丽江古城打造的《我的世界》游戏地图和洛邑古城推出的“神都探案”真人秀就是国内近来涌现出的创设新场景、提供新玩法、激发新需求、塑造新体验的典型案例。

丽江古城是世界文化遗产地,这一属性决定了它无法通过大拆大建和常规项目建设来实现推陈出新,只能另辟蹊径以更好地吸引新一代旅游者。近年来,丽江古城启动了智慧小镇建设,探索“互联网+文化+旅游”的内涵式创新发展道路。此次与网易传媒合作推出的《我的世界·丽江古城》游戏地图,利用的依然是古城格局与传统民居这一“老资源”,但通过科技手段呈现出了“新面目”。更重要的是,它从新旅游者的消费习惯出发,充分发挥玩家的创造性,通过娱乐与探索的视角,提供了深度认识丽江古城遗产价值的新方式。这一数字文创产品赋予“古城”以“新意”,让老景区有了新玩法,使古城可以实地游亦可以“云”上游。

神都探案局沉浸式角色扮演类剧本游戏,则以唐代东都洛阳城、神探狄仁杰等传统文化资源与IP为基础,运用全息投影等现代科技,让玩家瞬间

穿越到唐代的洛阳城内,通过自己的观察、分析,发掘故事线索,完成“探案”任务。为了适应不同客群的偏好,项目还提供了中式、欧式、日式、民国、港风等六大应用场景,并已谋划在各地开设加盟店。洛邑古城推出的“神都探案局·如影悬衡”真人秀可以说是游戏的线下场景体验,让消费者通过扮演神探的角色,走进剧本的故事场景,通过自己的经验、情感和智慧,来探索未知的结局,获得不一样的浸入式体验。与传统的“走马观花”“蜻蜓点水”式的观光旅游相比,这种场景式体验无疑更加深刻,更加个性化,更加符合旅游市场需求的发展趋势。

当然,利用旅游地原有场景非常容易,几乎没有任何成本和风险,每位游客、业主和管理者都能无师自通。相较之下,创设新场景不仅需要新理念、新技术,还需要付出额外的成本,对创意、科技与跨界型人才的依赖度很高。从未来发展趋势看,这是任何旅游地都无法回避的必修课,同时这也会创新二次消费项目、延长游客停留时间、丰富盈利渠道起到积极的促进作用。旅游地管理方应强化搭建平台、开放经营、跨界整合、合作创新的观念,推进游戏、动漫、网络文学等与旅游的融合发展,通过文化创意、科技运用、网络传播来探索创设不同的旅游消费场景、生产适宜网络环境的数字旅游产品,面向新一代消费者提供不同的“打开方式”,让旅游地成为魅力无穷的“千面观音”,为旅游者和“云”旅游者提供沉浸式深度体验。

变壁画为动画 “数字敦煌”很精彩

□ 本报记者 张玫

受新冠肺炎疫情影响,莫高窟从1月24日起暂停开放。敦煌研究院推出的“云游敦煌”等线上文旅服务产品,使敦煌、莫高窟从未远离人们的视线,富有创意的数字文旅产品不断激发着人们探访敦煌的意愿。五一假期,“云游敦煌”让不能亲临莫高窟的年轻人过了一把“云”游瘾。

“我去年3月去敦煌旅游,感觉特别好,尤其是莫高窟,令人震撼。五一前得知莫高窟还不能开放,觉得有些遗憾,但这是疫情防控非常时期的非常之举,也是为了公众的健康和安全。宅家抗疫的日子,朋友之间会推荐线上资源,我关注并向朋友们推荐了不少与敦煌有关的公众号。希望疫情早日结束,更多游客可以到敦煌实地感受莫高窟的魅力,有了在线上了解到的知识再去实地探访,会有收获。”80后西安游客小杨对敦煌情有独钟。

“我小时候就特别喜欢《九色鹿》的故事。在‘敦煌动画剧’系列里看到《神鹿与告密者》,真是很惊喜。让人开心的是,还可以选择动画剧中的一个或多个角色进行配音,也可以邀请亲朋好友分饰不同角色,合作完成故事配音。我很喜欢配音,试了试挺有趣的,还推荐给了朋友。”95后北京女孩小周说。

记者打开“云游敦煌”小程序,进入“敦煌动画剧”,点开《神鹿与告密者》,听到的是来自敦煌研究院院长赵声良的配音。记者选择为九色鹿配音,共计27秒钟的4句话,看似简单,第一次录起来却还是有点难度。录完可以预览,不满意可以重新录制,满意了可以生成海报分享给朋友。

据报道,敦煌研究院联合腾讯推出的“云游敦煌”小程序上线两个月,浏览量累计突破1200万人次。“云游敦煌”小程序是敦煌壁画数字化的科技探索,而把敦煌经典壁画转化成生动活泼的动画,为敦煌文化的数字内容创新做出了重要探索,通过观众可以参与的动画剧这种“新文创”,进一步拉近了敦煌文化与公众尤其是与青少年群体的距离。

目前上线的敦煌动画剧有《神鹿与告密者》《太子出海寻珠记》《谁才是乐队C位》《仁医救鱼》《五百强盗的罪与罚》五集,每集不超过5分钟。《神鹿与告密者》源于莫高窟第257窟的“九色鹿”、《太子出海寻珠记》出自莫高窟第296窟的“善事太子”、《谁才是乐队C位》取材于莫高窟第112窟的经典“反弹琵琶”、《五百强盗的罪与罚》讲的是莫高窟第285窟的“得眼林”五百强盗成佛的典故。创作团队为了致敬英勇战“疫”的白衣天使,想制作一个歌颂医者仁心的作品,敦煌研究院的老师推荐了壁画里“流水医生”的故事,于是有了动画剧《仁医救鱼》。

据了解,敦煌研究院与腾讯于2017年达成战略合作,双方启动了“数字丝路”计划,通过文物的保护和传播、文化价值的挖掘和梳理、文化IP的演绎和活化三个层面,打造敦煌数字文保解决方案。此次双方共同打造敦煌动画剧,是将敦煌文化IP融入年轻人喜欢的动漫、影视等流行文化形态中,结合公益、游戏、音乐、动漫等数字创意方式,创造性地转化敦煌文化,推动其传承与弘扬。

“由敦煌动画剧,我开始探秘‘云游敦煌’的各个板块,关注和敦煌有关的公众号,就像发现了一个巨大的宝藏。现在的‘字在敦煌’‘人间日历’、之前的‘敦煌壁纸’‘敦煌岁时节令’都很有意思。在‘敦煌说’看到《金玉珠翠:壁画里的美丽人生》这篇推文,觉得好棒,分享给了学服装设计的好朋友。我们都希望将来能到莫高窟亲眼看一看。”小周说。

李渔戏剧小镇一期开园

本报讯(项秉刚)位于浙江兰溪市永昌街道夏李村的李渔戏剧小镇一期五一前夕开园,成为“闲情偶寄、诗意图兰溪”乡村旅游文化节的重头戏。

夏李村是著名文学家、戏剧家李渔的故乡。去年9月,作为乡村振兴示范村项目,兰溪深挖李渔文化资源,全力打造以夏李村为中心的李渔戏剧小镇,推动该小镇成为乡村旅游胜地。李渔戏剧小镇中,鹤归楼、且停亭、李渔坝、笠翁对韵小道等景点错落有致,李渔文化元素随处可见。除李渔戏剧小镇一期开园之外,兰溪乡村文化旅游文化节推出了霞客山水诗路之旅、富春山居秀水之旅等4条乡村旅游精品线路以及10多项特色文旅活动。