

时评

让文化遗产在新时代焕发新活力

文化和旅游行业要深入贯彻落实习近平总书记在山西考察时的重要讲话精神,以融合、创新为引领,促进文化遗产有效保护和合理利用,实现在保护中发展,在发展中保护,让优秀传统文化在新的历史时期焕发出全新活力,为世界各国人民提供重要的精神文化滋养

□ 特约评论员 吴丽云

5月11日,习近平总书记在山西考察时强调,历史文化遗产是不可再生、不可替代的宝贵资源,要始终把保护放在第一位。发展旅游要以保护为前提,不能过度商业化,让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程。习近平总书记的重要指示,对各地加强文化遗产保护和利用、促进各国各地区不同文明交流互鉴具有重要意义。

中国在五千年历史长河中留下了丰富多彩的文化遗产,这些文化遗产既是中华民族不断发展壮大的重要载体,也是中华民族增强文化自信的重要依托。文化遗产在发展中,必须妥善处理好保护与利用的关系。党的十九大报告指出,“加强文物保护利用和文化遗产保护传承。”文化和旅游领域要加大融合和创新力度,推进遗产保护、文化传播、文化交流、文化旅游等各项事业高质量发展。

要以科技创新促进文化遗产的多维保护。保护是文化遗产发展的前提和生命线,有效的保护才能使文化遗产可持续传承和弘扬。要充分利用各

种科技创新成果,将最新科技应用于遗产保护中,以实现最优的遗产保护效果。在传统修复技术之外,可将光谱技术、显微技术、3D打印、计算机技术等新技术手段应用于文物保护与修复中,全面提升文物保护和修复水平。充分利用三维激光扫描技术、数字技术等,加快对已有文物的数字化储存和展示,让更多文物以数字形式永久保存并为公众永续利用。

目前,国内众多文物保护单位在探索利用新技术手段实现对文化遗产的有效保护方面取得了显著成效。云冈石窟利用数字技术建立起了文物的“数字档案”,并通过线上全景游形式为大众提供了云游云冈的便捷方式。故宫已经建立起包含故宫文物、建筑等全部资源的数字博物馆,并形成了数字地图、数字绘画、数字织绣、数字档案等众多数字成果,构建起基于新技术保护、研究、展示三位一体的故宫数字化保护体系。

要以创造性转化和创新性发展理念推动文化遗产的合理利用。利用是为了更好的保护。文化遗产的合理利用,是充分发挥文化遗产的文化教育、文化传播、文化养成功能,形成文

化遗产更深远影响力的重要举措。党的十九大报告指出,“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。”文化遗产是中华民族几千年发展史中的优秀遗存,是民族智慧的结晶。文化遗产所蕴含的思想、文化、理念等,在新的历史时期有了更加丰富的内涵,为中华民族的发展提供新的精神力量。同时,文化遗产也借由创意和科技,在新时期焕发出新的活力。通过文化创意设计,将文化遗产代表性符号、纹样、内容等与现代生活诉求相结合,形成了文化创意产品,在传播文化遗产的同时,也让文化遗产形成了新的吸引力。

纪录片《我在故宫修文物》引发了年轻人对故宫文物的热爱,故宫、敦煌、兵马俑等众多文化遗产地文创产品开发引发大众广泛关注,让文化遗产以新的存在形态为民众广泛接受和传播。同时,借助AR、VR等技术,越来越多的文化遗产以线上云游形式,让大众跨越时空、足不出户感受文化遗产的魅力,大大提升了文化遗产的全民认知度和传播度,对激发民族自信心、增强国民文化认同起到了积极的促进作用。

要以文旅融合促进文化遗产保护与利用的和谐统一。文化遗产中所蕴含的哲学思想、人文精神、价值理念等,需要通过一定的路径对大众进行传播,文旅融合是文化遗产价值和精神传播的有效路径。通过文旅融合,“以文塑旅、以旅彰文”,借助旅游活动传播文化遗产所蕴含的中华文明,彰显文化自信和自觉,用文化遗产为旅游注入新的文化内涵,提升旅游的内在价值。在文旅深度融合互动中,提升了国民大众的文化认知、文化情操和文化修养,也让几千年所传承的文化和文明为大众所认同并内化为个体遵循的理念和精神。通过旅游,我国优秀的文化遗产得以活化,以更加深刻、生动的方式向全世界展示、推广,不断增强世界各国人民对中华民族和中华文化的了解和认知。

文化和旅游行业要深入贯彻落实习近平总书记在山西考察时的重要讲话精神,以融合、创新为引领,促进文化遗产有效保护和合理利用,实现在保护中发展,在发展中保护,让优秀传统文化在新的历史时期焕发出全新活力,为世界各国人民提供重要的精神文化滋养。

观察

乡村旅游提质升级正当时

各地各级政府、文旅部门以及旅游企业要抓住乡村旅游转型升级的机遇期,多方合力,创新发展,化危为机,在新一轮乡村旅游发展中赢得先机,实现共赢

□ 王昆欣

乡村以其清新的空气、有机的食品、宽敞的空间、传统的人文、较近的距离等优势成为人们近程旅游的重要选择。刚刚过去的一五一假期,乡村游、周边游等近程旅游成为出游热点,精彩纷呈的文化和旅游活动为游客带来丰富的假期体验。

乡村旅游升温印证了新冠肺炎疫情下人们对原有生活习惯、行为方式和消费理念的改变。干净、卫生、安全、文明、和谐正成为国人健康旅游的新准则,预约、分餐、适度、环保、绿色成为文明旅游的新风尚。

近年来随着新农村建设,特别是乡村振兴战略的实施,乡村旅游发展的政策环境越来越好、服务设施越来越全、产品类型越来越丰富,乡村成为重要的旅游目的地。乡村旅游已从早期以“农家乐”为代表的单一业态,发展成以采摘游、休闲游、养生游、亲子游、研学游和乡村民宿等为主的多元化产品组合,不少乡村在旅游安全理念和相关设施配置方面有了大幅改

观和提升。这些都为乡村旅游可持续发展夯实了基础。

随着国内疫情防控向好态势进一步巩固,文旅行业加快复工复产,乡村旅游迎来良好的发展机遇,也将在经济社会发展中发挥重要作用。

乡村旅游将持续推动农村地区脱贫致富。“十三五”期间,我国通过发展乡村旅游,带动约1200万贫困人口脱贫,证明了旅游扶贫具有天然独特的优势。

旅游扶贫必须精准。旅游扶贫要从扶贫目标对象、模式以及利益机制等方面做好文章,既要充分利用自然条件与环境,更要遵从旅游发展规律。精准扶贫关键在于提高“造血能力”,要利用乡村旅游培育优势产业、增强发展能力,制定有针对性的乡村旅游发展措施,促进乡村旅游有效转型,实现旅游扶贫到旅游富民转化。

旅游富民需要重视当地人才培养。受疫情影响,一些青年农民工会返乡就业,他们带来人力资源、新观念、新技术。要通过适当的引导和培

训,帮助他们解决实际问题,鼓励返乡青年利用云计算、移动互联网、人工智能、大数据等技术手段,开发新型旅游产品,进行产品促销营销。

乡村旅游发展需要抓住机遇提升质量。五一假期,火爆的乡村旅游反映了其市场需求旺盛、发展潜力巨大,具备良好的发展机遇。我国乡村旅游整体上还处于转型升级的关键期,不少乡村旅游发展仍然面临诸多问题,如停车场、公共厕所等基础设施建设滞后,民宿、农家乐等产品和服务质量参差不齐,地方旅游经营管理人才短缺。发展乡村旅游,需要找准短板、有的放矢、精准发力,以实现提质升级。

乡村旅游提质升级必须在内涵上下功夫。发展乡村旅游不仅是市场消费升级的需要,也是乡村重构和乡村振兴的重要途径。乡村旅游不仅要重视硬件建设和设施改善,也要重视文化建设和环境改善,要把乡村从单一生产功能转变为生产、生活、生态、生命等和谐统一的美好家园。要不断加强自身内涵建设,弘扬传统的农耕文化,让乡村优秀传统文化有传承和活

化的人文基础。

乡村旅游提质升级必须在质量上下功夫。首先要形成高质量的产品,着力推动传统乡村旅游产品升级,把农民生产生活、乡村风情风貌、农业产业特色等打造成高质量产品,特别是疫情之后要加快开发安全卫生、文明健康的旅游产品。其次是提供高质量的服务,制定完善服务规范和标准,加强经营者、管理者、当地居民等技能培训,提高乡村旅游服务管理水平,提升乡村旅游服务品质。再次是打造高质量的品牌,重视品牌建设,注重形成品牌、发展品牌和运营品牌,既要打造乡村旅游个体品牌,支持资源禀赋好、基础设施完善、公共服务体系健全的乡村旅游点创建A级旅游景区,也要关注乡村旅游集群品牌,鼓励有条件的地区集群发展,积极打造有影响力的乡村旅游目的地。

总之,各地各级政府、文旅部门以及旅游企业要抓住乡村旅游转型升级的机遇期,多方合力,创新发展,化危为机,在新一轮乡村旅游发展中赢得先机,实现共赢。

话题汇 • 打造文旅 IP

打造优质文化 IP 提升旅游品牌价值

打造文旅 IP 有利于提升旅游产品的附加值、促进文旅深度融合和各类旅游品牌建设,对于弘扬传承地方文化、丰富人民群众文化生活、提高民族文化素质有着积极作用

□ 刘岩松

文旅 IP 是指文化和旅游要素融合下,具有文化特质、品牌内核、独特价值体现的知识产权体系。文旅 IP 具有精神性、独特性、传播性、商业性等特征。

根据马斯洛需求层次理论,人们的需求是逐渐由底层物质需求向高层精神需求转变。而文化和旅游恰恰是这种精神需求最好的服务载体。打造文旅 IP 有利于提升旅游产品的附加值、促进文旅深度融合和各类旅游品牌建设,对于弘扬传承地方文化、丰富人民群众文化生活、提高民族文化素质有着积极的作用。

如何打造一个文化属性独特、差异化经营、具有高附加值的文旅 IP,是需要业界进行调研和思考的问题。目前在文旅行业,主要的 IP 有主题公园、知名景点的文化印象、二次元元素等。

中国是一个文化大国,基于文化层面的元素非常多,有很多文化元素尚没有得到充分开发,如陶瓷、茶叶、乐器、丝绸等。如果将这些元素深度融入特色饮食、地域地貌、独特手工艺,会有更多的创意 IP 产生。如何打造这种新模式文旅 IP 呢?

首先,需要一个强文化符号来做支撑,如“回到唐朝”“回到北宋”这样的文化背景。其次,在强文化符号内嵌入独特的表现形式,如陶瓷、丝绸、乐器、茶叶等手工艺等表现形式,让人们能够更深入地体验独特的文化。

这类文旅 IP 及其资源都有比较特殊和不具备普遍性的特点,这就造成了竞争的差异性和独特性。可见,找到了这样的 IP, 就有机会打造出一个优质的文旅 IP 项目。

笔者以陶瓷为例,谈谈如何为旅游注入新的“文化 IP”。

陶瓷在国人心目中有着独特的位置。中国人对陶瓷的感情几乎是融入血液中的,中国就是陶瓷,陶瓷代表着中国。很多人都喜欢陶瓷,但对陶瓷的生产和烧制过程了解得并不多,喜欢陶瓷的人,定会对陶瓷痴迷,甚至会去寻踪觅迹,尤其是很多年轻人喜欢陶艺和 DIY 陶瓷手工。所以,基于如此庞大的客户群,完全可以通过陶瓷打造一个好的文旅 IP,进而使之成为高端旅游产品。

众所周知,宋代是中国陶瓷审

美的鼎盛时期,宋徽宗时期中国出现了五大名窑的陶瓷产品,成为中国陶瓷美学的巅峰。以宋代陶瓷为背景,围绕陶瓷主题可以打造一个全新的陶瓷文化旅游品牌。

陶瓷结合历史文化,这样的 IP 辨识度高、吸引力强,同时具有较强的变现能力。随着人们的旅游需求逐渐多元化,单纯的观光已经不能满足人们的需求。如果把陶瓷文化与美食、茶艺等文化元素相结合,就可以让游客在体验陶瓷文化的同时,感受当地的民俗和人文景观。打造这样的文旅 IP 需要考虑感故事性、独特性、娱乐性、场景感以及建立粉丝群、布局衍生品市场等内容。

一是 IP 故事。只有美好的故事才能吸引人,所以好的 IP 故事是成功的前提。一个有价值的 IP 会让品牌快速集聚能量。将中国历史中的陶瓷故事、陶瓷文化融入品牌中,融入产品中,就可以形成独特的 IP 品牌。而有价值的 IP 才能决定一个好的文旅项目能否走得更远。所以 IP 内容一定要独特,要有文化特点,有人文魅力。

二是独特性。立足于宋文化的大背景,依托陶瓷产业,其 IP 与其他概念完全不同,通过遵循差异化原则,选取不可替代的资源,形成独特的旅游竞争优势,凸显出唯一性和排他性的品牌价值。

三是娱乐性。依托陶瓷的独特生产工艺,让参观者对陶瓷生产的每一个环节都有新奇感受和体验,让参观者参与陶瓷制作,去接触,去体验,形成独特的娱乐感。这种独特的感受会增添用户的黏性和回头率,有助于品牌提升和推广。

四是场景感。陶瓷的独特性和参与性会让参观者产生体验感并融入场景。这种独特的体验与以往的旅游体验完全不同,会形成独特的竞争优势。

五是建立粉丝社群。利用互联网和大数据来管理客户,建立粉丝社群,能够更好地为电商引流。

六是布局衍生品市场。要使文旅 IP 最终转化为实际效益,最重要的一点就是围绕 IP 开发一系列产品和带有 IP 标识的服务,要打通 IP 产业链的上下游,形成 IP 的全线产品,如围绕 IP 形象开发茶具、礼品、消费品等衍生品,以及上下游的文创旅游、主题美食、主题民宿等。

(作者为德化必然陶瓷有限公司创始人及设计总监)

来论

“书店+文创”有新意才能长久

对实体书店来说,转型升级是第一步,如何打造自身的品牌特色才是至关重要的

□ 胡蔚

近年来,一些实体书店积极探索转型之路,通过进军文创领域,创新经营模式,丰富产品业态,成为复合型服务场所和多元化美学场所,大大拓展了书店的经营维度,受到消费者的普遍欢迎,让实体书店焕发出新的生机。

互联网时代,读者从网上购书十分方便,实体书店如果仍然停留在卖书这个单一业务上,就很难与电商平台竞争。而一旦能够打开经营思路,丰富产品和服务的多样性,给消费者带来网上购书所无法附带的消费体验,形成实体书店别具一格的服务体系和美学环境,就能大幅提升实体书店的吸引力,形成更强的用户黏性。

实体书店本身就是文化场所,在充实文创产品、文化讲座等服务后,可以进一步升华书店的文化气息,提升书店的整体品位和格局。对很多消费者来说,这远远比卖咖啡、卖简餐等更有吸引力。很多书店在转型之路上,纷纷选择与文创相结合,设置专门的

文创美学空间,推出一系列有特色、高颜值的文化产品。比如“猫的天空之城”书店的文化产品近年来热度颇高,明信片、音乐盒等都成为爆款;“梧桐书房”文化创意产品板块 2019 年实现销售收入 50 万元左右。

实体书店自身研发文创产品成本高,门槛也高,很多书店不具备相应的实力,而通过引进文创品牌,又容易陷入同质化竞争。一些书店引进的文化产品看起来五光十色,但独具创意巧思的产品仍是少数。如果不打破这一趋势,消费者在新鲜感过后,很容易产生审美疲劳,尤其是小书店本身客流相对较少,文创产品没有亮点和优势,很难提高市场竞争力。

所以对实体书店来说,转型升级是第一步,如何打造自身的品牌特色才是至关重要的。即便暂时不具备实力研发自主文创产品,在选择产品时也要多用心,要站在消费者的角度选取新鲜奇特的文创产品,紧跟市场潮流和消费者需求,让“书店+文创”具有长久活力。

声音

“文物是不可再生的珍贵资源,属于我们也属于子孙后代,保护文物使命神圣”

——《人民日报》近日发表题为《“云考古”带来的文化体验》的评论指出,“云端”文博不仅丰富了公共文化服务的渠道和平台,更因其共享性、便捷性扩大了公共文化服务的受益面。通过“云端”漫步、手指触行,公众轻松进入到国家级的考古评审现场,走进考古人的世界。

“为保障消费者的知情权和监督权,餐饮业广泛推行明厨亮灶已成大势所趋”

——近日,西安一家餐厅因厨师向炒菜锅吐口水被当地监管部门吊销经营许可证。对此,《新京报》发表评论指出,对餐饮业企业服务者来说,有必要对着此事“照镜子”,并真正以此为鉴。在当前提振消费信心的形势下,他们更应该在这方面多些自律,在环境卫生和食品安全等方面多下功夫。在此问题上越用心,越能带动消费者信心回暖,也越对自己有利。

(本版编辑 龚立仁 整理)



让制度长出牙齿 不文明者才有“痛感”

近日,有网友爆料一男性游客攀爬到泰山景区标志性“五岳独尊”石刻上拍照。对此,《光明日报》微信公众号发表评论指出,尽管破坏文物的行为已被写入法律,游客“黑名单”制度也早已实施,但该“制度”实施4年以来,处罚人员偏少、金额较低,不文明游园行为依然多发。要让制度长出牙齿,让不文明者有“痛感”,才能让他们真正“敬畏”。

视觉中国 供图