

对旅游与传统体育融合发展的思考

全民健身和休闲旅游已成为人民群众日常生活不可或缺的重要内容。传统体育既具有文化传承基础,又具有满足大众健康需求的独特优势,而且与休闲旅游具有高度的市场契合性,依托传统体育,尤其是传统体育类非遗项目开展体育旅游,潜力巨大,前景广阔。

□ 孔令学

5月28日刚刚结束的第十三届全国人民代表大会第三次会议通过的《政府工作报告》在安排下一步的工作任务时强调:要“支持餐饮、商场、文化、旅游、家政等生活服务业恢复发展,推动线上线下融合”,“推动消费回升”;要“倡导全民健身,使全社会充满活力、向上向善”,“丰富群众精神文化生活”。在全面建成小康社会和战胜新冠肺炎疫情的双重任务下,当前推动旅游业复苏和落实全民健身需要有创新思维,其中,促进旅游与传统体育融合发展就是1+1>2的强强联合优选项之一。

一、传统体育是具有巨大发展潜力的文化遗产

中华民族传统体育凝聚了我国各族人民在长期历史发展中形成的生存方式、生活技能、艺术技艺、哲学思想和发展理念等非物质文化,是中华文化和文明的精华。比如传统体育的代表项目赛(划)龙舟就是脱胎于先民水上生活方式与集体娱乐技能的融合,具有休闲娱乐与健身康体的双重作用。

在中国特色社会主义新时代,实现全面小康需要全民健康,有健康才有幸福感,身体健康的生活才是美好生活。在新冠肺炎疫情防控常态化的当前环境下,要满足人民日益增长的美好生活需要,首先要提升全民健康水平,这不但需要卫生健康事业的大力投入和发展,更需要依托体育运动的全民健身事业的发展,其中,凝聚着中华优秀传统文化精华的传统体育对群众体育运动和全民健身有着特殊的意义。在全民抗击新冠肺炎疫情期间,北京市社会体育指导员协会通过网络积极开展居家健身云指导活动,截至5月1日,共遴选发布了447个健身指导视频和40个图片,其中传统武术类视频和图片274个,占比高达56.3%,传统体育的健身指导作用可见一斑。

与追求“更快、更高、更强”的奥林匹克运动不同,我国传统体育主要源于生活,虽然也有竞技体育元素,但总体上以休闲娱乐与健身养生为主,强调道法自然,顺天应时,天人合一,是我国各族人民在历史发展中形成的传统文化的重要组成部分。在我国已经公布的4批次1372个国家级非物质文化遗产项目中,传统体育项目占有重要地位,如第一批国家级非物质文化遗产名录列入的17个杂技与竞技项目中,抖空竹、维吾尔族达瓦孜、少林功夫、武当武术、回族重刀武术、沧州武术、太极拳、邢台梅花拳、朝鲜族跳板和秋千、达斡尔族传统曲棍球竞技、蒙古族搏克、蹴鞠等13项系传统体育项目。第二批国家级非物质文化遗产名录列入的38个体育与杂技项目中,围棋、象棋、峨眉武术、八极拳、岳家拳、叼羊等29项系传统体育项目。第三批国家级非物质文化遗产名录列入的15个体育类传统体育、游艺与杂技类项

目中,拦手门、通背缠拳、地术拳、佛汉拳、孙豚拳等14项系传统体育项目。第四批国家级非物质文化遗产名录列入的14个传统体育、游艺与杂技类项目中,布鲁、蒙古族驼球、意拳、戳脚、咏春拳等12项系传统体育项目。加上各批次目录下扩展项目中的传统体育项目,以及其他类目下的可以归属于广义的中华传统体育文化范畴的京西太平鼓、秧歌、龙舞、狮舞、热把舞、高山族拉手舞等项目,仅列入国家级非物质文化遗产名录的传统体育项目数量上一百有余,地域上遍布全国。同时,各地省级、市级和县级非物质文化遗产中也包括大量的传统体育项目,这些项目都是各地区梳理出来的有传统文化特色、有传承历史和传承人员、有发展基础和发展潜力的传统体育代表项目,而且通常兼具全民健身和休闲娱乐的双重功能,部分还被赋予了发展地方体育旅游的核心活动或主要旅游吸引物的职能。

传统体育肩负推动中华传统文化复兴、促进体育消费、发展体育旅游等多重任务,国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46号)就要求“大力推广武术、龙舟、舞龙舞狮等传统体育项目”。文化和旅游部办公厅《关于开展2020年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示活动的通知》要求,重点围绕传统体育、传统医药和餐饮类非遗项目,开展非遗宣传传播等活动,普及非遗知识和健康生活理念。作为非物质文化遗产的重要组成部分,传统体育的价值越来越受到关注,与旅游等产业融合发展已是大势所趋。

二、旅游与传统体育融合发展是义顺时的重要举措

究其根本,传统体育和旅游都具有休闲属性,是作为社会人的高等级消费品。随着人民生活水平和生活质量的日益提高,全民健身和休闲旅游成为人民群众日常生活不可或缺的重要内容。传统体育既具有文化传承基础,又具有满足大众健康需求的独特优势,而且与休闲旅游具有高度的市场契合性,依托传统体育,尤其是传统体育类非遗项目开展体育旅游,潜力巨大,前景广阔。

进入21世纪以来,我国旅游业持续稳步发展,2019年国内旅游人数已超过60亿人次,但也存在着一些发展中的问题,包括新冠肺炎疫情冲击下的停团闭园等全行业性困局,以及入境旅游发展相对迟缓、旅游线路和产品雷同对旅游者吸引力减弱、部分休闲旅游产品抓不住旅游消费热点等问题。破解方法之一,就是从融合发展等视角进行创新,为旅游产品和旅游产业增添新内涵,最具代表性的当属文化和旅游融合发展,在文化和旅游部统一领导下,文旅融合已呈全面开花之势。同时,森林旅游、康养旅游、中医旅游、体育旅游等也在异军突起,这些行业与旅游的融合发展各有特点,从互补性和协同发展的视角看,传

统体育与旅游的融合度极高,能增添的内涵元素更多,可创新发展的空间也更大。

以新冠肺炎疫情防控常态化环境下的旅游产业融合发展为例,人们对传统旅游行程中的观看旅游演艺、体验酒吧文化等密集性群体活动可能心存顾虑,可以考虑结合旅游者的健康需求,安排保持适当距离的传统体育活动加以替代,既可以满足旅游者休闲娱乐的需要,又能实现健身强体的目的,一举两得。再以传统体育旅游助推我国入境旅游发展为例,近年来随着“一带一路”国际合作的持续发展,以少林功夫、武当武术等为代表的中国功夫、以舞龙舞狮为代表的中国传统体育项目,在全球影响力不断扩大,日益成为吸引入境旅游者的中国文化符号之一。可以考虑结合中国传统体育文化的全球影响力因素,围绕传统体育文化体验活动,开发能够吸引国际休闲旅游者的中国传统体育文化体验游等旅游产品或线路,助力我国入境旅游市场开拓。

前些年,受现代竞技体育和西方现代文化冲击,我国传统体育文化一度式微,部分项目后继乏力。随着国家将中华优秀传统文化传承发展纳入建设社会主义文化强国的重大战略部署,以非物质文化遗产名录所列传统体育文化项目为代表的我国传统体育文化发展跃升到了一个新的阶段。目前,经历新冠肺炎疫情之后,大众的健身观念有了很大转变,通过体育健身活动提高自身免疫力已成为共识。据测算,现在每天大约有4亿人开展健身活动,仅占全国14亿人口的 28.6%,其中参加传统体育运动的预计在一半左右,参加健身运动人数和参加传统体育运动人数都有巨大的增长空间。传统体育运动也有其局限性,参加人员以中老年人为主,青少年传统体育爱好者明显偏少;传统体育类非遗项目在非认定地区的发展如何保持其“原汁原味”一直是个难题;传统体育运动的社会效益大于经济效益,目前能实现良好经济效益的传统体育运动为数不多。

破解上述难题,需要为传统体育注入新活力,与旅游融合发展是一个不错的现实选择。可以通过亲子游、研学旅、自助游、团队游等形式助推传统体育从中老年人群转向全人群发展,将传统体育运动从兴趣提升到习惯,提高体育旅游的黏性和复游率。同时,与旅游融合发展可以带动传统体育项目在保持“传统”的同时实现市场转化,提升传统体育项目的社会效益和文化价值,并通过演出、培训或器械、服饰销售等取得经济回报,实现传统体育项目自身的良性发展。

在即将实现全面小康的中国特色社会主义新时代,以全民健身促全民健康,以全民健康促健康中国,以健康中国保人民生活美好幸福是新时代的重大战略;以文化复兴促文化自信,以文化自信促民族复兴,以民族复兴保人民生活美好幸福是中国特色的重大

战略。旅游、文化、体育、健康、养老等幸福产业相互融合发展是大势所趋,特别是传统体育和休闲旅游以其天然的融合性和互补性,在新时代条件下强强联合,实现融合发展,将迎来更大的发展机遇。

三、旅游与传统体育融合发展需要全方位的政策支持

大力推进旅游与传统体育融合发展是丰富人民群众精神文化生活、促进消费回升的一个重要举措,需要全方位的政策支持和保障,包括传统体育发展促进政策、体育旅游发展促进政策等,特别是要探讨制订有针对性的旅游与传统体育融合发展的促进政策。

一是制定旅游与传统体育融合发展专项扶持政策。将旅游与传统体育融合发展纳入各地方经济社会发展政策、体育产业发展政策、旅游产业发展政策、健康产业相关政策等相关政策统筹安排,纳入地方经济社会发展综合考评体系,并给予必要的财政支持等。传统体育和旅游资源比较丰富的地区,近期可在“十四五”相关规划中进行规划安排,专项部署必要的政策支持。

二是加大传统体育、传统体育专项旅游人才培养和标准化建设。前者包括培养传统体育传承人和爱好者,培养传统体育专项旅游产品设计开发人员,培养传统体育专项旅游的专兼职导游人员等;后者包括对传统体育活动现场地、服装、器具、比赛规则等进行标准化和程序化提升,提升传统体育的普及率,扩大传统体育的普及区域,提高传统体育旅游的复游率。

三是探讨将民族节庆赛事和传统体育与旅游有机结合。在传统体育文化传承和利用的基础上,创新体制机制,根据旅游产业特点和旅游者需求进行传统体育相关旅游产品设计和旅游项目打造,吸引旅游者参观、参与传统体育项目,以此带动体育旅游发展。另外,要提升民族民间民俗传统体育类节庆赛事活动质量,在此基础上打造传统体育精品赛事和品牌赛事,不断扩大影响力和旅游吸引力,提升传统体育专项旅游在国际上的影响力和知名度。

四是遴选和培养优秀的传统体育专项旅游产业项目和企业并给予重点扶持。如结合休闲运动小镇建设示范性的、以传统体育为核心的体育旅游特色小镇;推动在国家体育旅游精品项目评选中中国体育旅游博览会中加大对传统体育相关旅游项目的支持力度,包括适当调整传统体育专项旅游的精品项目评选标准,在中国体育旅游博览会中增设传统体育相关旅游专区或专场等。同时,根据市场化发展原则,创造条件鼓励旅游企业和体育企业转型或增加与传统体育相关的旅游业务,支持各市场主体创设新的与传统体育相关的旅游企业,协同提供优质传统体育专项旅游服务。

(作者单位:北京联合大学旅游学院)

●全国文化产业和旅游产业发展经验交流·国际合作篇之③

向世界呈现中国文化创造成果

——山水盛典承接越南五地大型文化旅游演艺项目建设

摘要:响应“一带一路”倡议,秉承“共商共建共享”的精神向海外推出并落地我国创新的文化旅游演出形式和文化产业跨界商业模式,山水盛典文化产业股份有限公司(以下简称山水盛典)应邀与越南GAMI集团在北京签署了越南五个城市的实景演出合作协议。用中国人创造的文化艺术形式和文化产业发展模式,为越南当地人民打造面向越南自己的、面向全球市场的原创旅游演艺精品,助力越南旅游产业进一步发展,促进新时期中越经济文化交流与发展,同时,提升山水盛典自身的国际声誉和经济收益。

关键词:实景演出 文化产业跨界 创新发展

一、基本情况

山水盛典是文化旅游演出综合内容提供商、文旅产业资源整合及运营服务商。业务涵盖演出创作、制作及运营管理,特色小镇、主题景区及山水剧场咨询策划、规划设计及运营,文化旅游新产品的开发及运营管理三大板块。

响应国家“一带一路”倡议,山水盛典应邀与越南GAMI集团于2016年3月在北京签署了越南岘港、下龙湾、河内、会安、富国岛五个城市的实景演出合作协议。这五个城市的实景演出,内容表达上将以开放和平、文化传承为主题,从全新的视角对越南本土历史、文化进行挖掘、呈现与拓展,展现越南作为海上丝路中国境外第一个海外沿线国家,在世界经济文化交流中的作用与收获,呈现海上丝路沿线国家之间的经济文化发展水平与往来交流。项目合作上,山水盛典与越方坚持在艺术创作上精诚合作、打造艺术精品;在商业上,和而不同,共建共赢共享。目前,双方已完成协议中的一个项目《会安记忆》(Hoi An Memories),正在推进第二个项目。

《会安记忆》是GAMI集团会安记忆主题公园的核心项目,位于联合国教科文组织认定的世界遗产城市——广南省的 Cam Nam 区。该项目已于 2018年3月18日首演。观众反响强烈,市场表现出色。路透社评价其为世界上最美的演出之一,越南各界认为这个项目开启了越南文化发展的新时代。

国威 Away 度假村演艺项目目前正在实施,是GAMI集团的黎朝代主题公园及国威 Away 度假村(在建)的核心演艺项目。该主题公园位于越南河内市国威镇。整个项目内容包括主题公园及文化演艺项目、商业和服务综合体项目(商场、服务式公寓、仓库、办公综合楼)、住宅区(别墅、联排)、国际学校和体育中心(已于2008年完工)。

下一步,计划陆续推出岘港、富国岛及下龙湾的演艺项目。

二、主要做法

(一)做好前期市场调研,选择适当时机和伙伴深度合作

旅游实景演出项目的成败主要取决于项目所在地游客量和游客消费能力。根据山水盛典过去十多年的操作经验,一个地方的年游客量如果能达到100万,转化率就能达到20%,项目即可在短期内完成资本回收并实现盈利,通常这个周期为2—3年。越南显然已经达到这个标准。然而,目前越南的旅游业发展还停留在观光旅游阶段,深层次文化体验游尚处于空白,越南可观的游客量、游客增量及游客消费能力都将为项目的成功提供有力的保障。这为文化演出项目提供了巨大的市场想象和发展空间。

(二)与当地艺术家密切合作,深入挖掘当地特色文化,共同创作艺术与产业的精品

经过十几年的探索发展,山水盛典的文旅产业模式和管理模式已经日趋成熟,产品线和专业服务也形成了自己独有的特色和优势。在产品创作上,秉承“天人合一”“道法自然”“传承创新”的中式哲学,以及“此山,此水,此人”的创作理念和本土情怀,与当地杰出的艺术家和艺术团体合作,为当地人创作自己的伟大作品,为当地打造引人入胜的文化名片,实现了从“在山水间讲故事”的市场拓展;产业模式上,打通文旅上下游产业链,通过与当地优秀的

投资人合作,并从运营、推广、销售等多方面向投资人提供业务支持和技术指导,协助项目在文化效益、社会效益、经济效益等多方面取得成功,成为当地民众与来自世界各地的旅游者交口称赞的文化地标项目。让每个作品成为当地的文化符号和文化骄傲,山水盛典作为首个实现向海外“整建制”推出中国实景演出的文化企业具有丰富经验。

2016年7月—8月间,山水盛典多次派出主创团队对越南几个项目地进行实地考察及采风,最终选定岘港边的小城、世界文化遗产会安古城作为首个项目落地选址。演出地点定在会安古城的秋盆河上的小岛上。会安位于越南中部、距岘港30公里处的海边,原为占婆国的对外贸易港口,有1500多年的历史,古称“大占海口”。早在17世纪,它便与马六甲一起成为东南亚最重要的商埠,是海上丝绸之路的我国境外第一港,也是越南最早的主埠。经过多次创作会议协商,主创团队确定会安的演出项目以会安城建城的历史、占婆文化、海上丝绸之路等文化元素为基础进行创作。

2018年3月18日,《会安记忆》公演。演出以一位越南织机女的叙述为引线,讲述越南第一个开埠港口——会安与世界联通的美好记忆,重现了昔日东南亚最大商埠的辉煌画卷。整场演出带领观众重温越南的历史和文化,表现越南千百年来历史文化变迁,以及越南人民因祖国的文化而生的幸福感和自豪感。

其他几个项目也将按照上述方式和原则进行开发,主要突出项目所在地的地方特色文化以及在世界文化贸易交流大潮流下的存续与发展。

三、经验启示

(一)文旅产业发展要有国际视野

中国文旅演艺产业积累的经验、人才和IP比较丰富,在“走出去”上具备一定的竞争力,但充满自信走出去的同时,更要具备国际视野和开放学习、包容多元的胸怀。海纳百川、兼收并蓄是我们的文化传统,文化产业走出国门,弘扬中华文化的同时,更要注重汲取不同优秀文化精华、不断学习进步、创新发展。实景演出在传统文化的当代传承和创新发展方面具有独特的文化和产业优势,可以很好地融合不同文化,在构建人类命运共同体、向世人传递美好和平和平方、起到文化桥梁的基石作用。当我们真正沉下心,去和当地的民众、当地的文化深入交流、真正结合的时候,我们自己也会得到更多的成长和认可、机会和市场。

(二)中国文旅演艺有能力、有实力走出去

这次合作是我国实景演出产业模式从艺术到商业的“整建制”在海外推出,其成功也证明了中国文化旅游演出这种商业模式在海外的文化旅游行业中同样具有巨大的文化意义和商业价值。《会安记忆》的顺利落地,是以山水盛典近20年实景演出的创作制作工艺经验和成熟技术、演出管理模式为基础的。如果只是单一的文化演出项目,演出的质量只需对艺术水平负责;但要成为一个优秀的文化旅游产品,仅有优秀的演出作为吸引物是远远不够的,在创作出优秀的演出内容——文旅项目的灵魂吸引物之外,还要有配套的制作、运营、推广、销售、IP增值等一系列优秀团队的精耕细作。优秀的文化旅游产品不仅是艺术,更是在艺术上实现了出色效果,并结出具有一定引领性的、艺术与商业平衡的果实。努力打通文旅产业上下游,逐步实现“创意驱动、产业联动、城市带动”的增幅效果,才是一个成功项目的理想目标。而这,只有在在一个文化产品完全成熟,能够“整建制”推出的时候,才会成为可能。《会安记忆》是山水盛典实现实景演出产业模式“整建制”推出的首个试点项目,开启了山水盛典“在山水间讲世界故事”的新时代,同时,从产业层面讲,它也是中国山水实景演出这种艺术形式有能力、有实力走出去的证明。

(山水盛典文化产业股份有限公司供稿)

景区预约限流常态化的必要性与实施建议

□ 唐继刚

今年2月以来,我国文化和旅游战线深入贯彻落实习近平总书记关于统筹推进疫情防控和经济社会发展工作的重要讲话和指示精神,在疫情防控、文化和旅游产业重启两条战线上精心谋划、狠抓落实,不断创新工作方式方法,有效推动了文化和旅游产业的安全有序复工复产。为了避免五一假期景区出现人员聚集,文化和旅游部对五一景区开放提出了错峰、限量、预约、有序的总体要求并制订了与之相应的具体措施。实践证明,预约限流等一系列举措对今年五一假期景区安全有序运行起到了极为关键的作用。

2019年8月,文化和旅游部就提出了2022年5A级国有景区将全面实行门票预约制的目标。所以,通过预约限制旅游客流并不是疫情之下景区管理的权宜之计,而是我国拟建立的一种常态化景区管理制度。笔者认为,实施预约限流制度的必要性和紧迫性主要表现在以下方面:

第一,景区超载在创造高额旅游收入的同时,也使景区管理陷入疲于应付状态。尽管有些景区联合交通管理部门制定了详细的旅游客流高峰期管控预案,但一些热点景区旅游高峰期交

通拥堵、停车难的情况依然严重,在景区超载情况下,景区有关部门对游客不文明行为、游客安全、旅游市场秩序的管理比较困难,文物破坏、安全事故、商家宰客等现象时有发生。

第二,景区超载可能破坏“绿水青山”、损害名胜古迹。众多游客、车辆带来的噪音会惊走鸟类,鸟类离去会增加森林病虫害;大量游客踩踏土壤可能导致土壤板结,影响植物生长。在景区超载时,游客对名胜古迹的破坏不仅限于不文明行为,大量游客呼出的湿气和二氧化碳会损害壁画等文物,频繁闪烁的闪光灯可能导致丝绸等文物中的有机物分解。

第三,景区超载严重影响游客体验和景区居民生活质量。景区超载不仅导致公共空间拥堵、服务业超负荷运转、物价上涨、环境污染、生态质量下降等问题,还可能增加犯罪率、诱发踩踏等事故,凡此种种都会降低游客体验及景区居民生活质量,并可能引起景区居民,尤其是未直接从旅游业中获益的景区居民对游客的排斥,从而进一步降低游客的旅游体验。游客旅游体验下降及由此导致的低重游率、负面口碑会压缩景区未来的市场空间,并可能使一些高端游客转向境外游。

第四,“无预约,不旅游”可以刚性

预防景区超载。多年来,为了防控景区超载,我国先后建立了旅游客流预警制度、旅游高峰时段应急管理制度。然而,由于旅游客流预警缺少刚性,旅游高峰时段应急管理重在应对而不是预防景区超载,一些景区超载的问题并没有得到根治。如果在今年疫情防控背景下开始实施的预约限流政策成为常规制度,则可能从根本上解决景区超载问题,因为它是一种具有刚性的超载预防措施。

总之,景区预约限流常态化既是提升游客体验、保障旅游安全的需要,也是缓解景区管理压力、促进景区可持续发展的需要。笔者在此就该制度的实施提出建议:

第一,建议在尽可能多的收费景区实施预约限流制度。只要包含敏感生态环境和重要文物的收费景区都应该纳入预约限流范围,无论是公共景区还是民营景区,以尽可能保护绿水青山和民族文化记忆。而且,在尽可能多的收费景区实施该政策,有利于在民众中建立起“无预约,不旅游”的意识,尽量减少游客乘兴而来却因景区停售门票败兴而归的情况。

第二,科学测算,动态调整景区最大游客承载量。在测算景区最大游客承载量时应该考虑到游客在景区内的不均匀空间分布、游客进出景区的时