

# 在博物馆里感受家国情怀

□ 本报采访组

今年国庆恰逢中秋,8天家国同庆的欢乐假期让游客有充足的时间出门旅游、放松休闲。为了庆祝共和国华诞,各地组织了大量别具匠心的活动,而博物馆正是开展此类活动的最佳场所之一。正因如此,博物馆成为许多游客到旅游目的地打卡的第一站,“我不在博物馆,就在去博物馆的路上”成为一种时尚的文化休闲方式。

## 博物馆里庆华诞

“走头头的那个骡子哟,三盏盏的那个灯……”一曲陕北民歌《赶牲灵》让游客沉浸在陕北风情里。这是双节假期延安革命纪念馆携手延安演艺集团为游客呈现的一台具有浓郁陕北特色的演出。当《赶牲灵》的歌声渐行渐远后,活力十足的陕北后生们踏着嘹亮欢腾的节拍跳起了陕北大秧歌,举国欢庆佳节的气氛一浪接着一浪。

“对我们而言,这不仅是一场旅行,更是一次朝圣之旅。现在的幸福生活来之不易,通过今天的参观我们感受到国家越来越繁荣富强,老百姓确实过上了幸福美满的生活。”一对来自北京的老夫妻如是说。

这个假期,浙江嘉兴市各大博物馆围绕“我和我的祖国”这一主题,积极开展红色旅游活动,南湖革命纪念馆游客不断增加。七一广场和市民广场国庆主题的音乐喷泉、望湖广场上“与红船合影,与国旗同框”等景点都成为市民和游客的“网红打卡地”。

重庆市各级博物馆以宣传爱国主义、传承中华优秀传统文化为主题,举办了《中华儿女革命的典型——江竹筠烈士生平事迹展》《三大主力红军在重庆展》等60多项展览和社会教育活动,从不同角度宣传爱国主义、传承中华优秀传统文化。

河北各地博物馆为庆祝共和国华诞举办了“红色记忆”系列活动。河北博物院在“经典电影中的河北抗战故事”系列课程中推出“大显神威——地雷战的故事”,受到孩子们的欢迎。涉县八路军一二九师纪念馆迎来旅游高峰,平均每天接待6000多名游客。该纪念馆还针对不同年龄段的游客开发出以红色教育为主题的研学活动,通过沉浸式的体验,让大家近距离地感受红色文化。

## 传统文化魅力足

双节期间,各地博物馆纷纷推出高雅的艺术展览及现场互动活动,为大众奉上了一场场传统文化盛宴。辽宁省博物馆今年的观展游客较往年明显增多。该馆围绕“文·物——中华优秀传统文化教育展”开展系

列教育活动,受到游客和广大市民的青睞。主办方充分考量青少年传统文化教育的特殊性与必要性,专门推出这一特色展览。假日期间,“听我讲‘文·物’——小讲解员黄金周特别活动”更是引发了大家对展览内容的关注。

山西博物院国庆假期四展连台、五项教育活动不间断,丰富的文化盛宴,让游客在“游山西读历史”中亲近历史,感受文明。其中,博物院针对6岁至15岁青少年推出的“天涯共此时”2020中秋系列教育活动,蟾宫秋月、从月球到中秋、探寻黄河主题课程体验活动及“遇见——折扇绘制”等活动,集知识学习、动手体验于一体,场场爆满。山西青铜博物馆推出了专为青少年设计的导览手册,内设寻宝任务,参与者遍访青铜馆所有展厅才可通关获胜,增加了参观的趣味性。

山东省青岛市博物馆举办的施路粉黛——荷花灯DIY活动寓教于乐,吸引了众多亲子家庭参与。“花灯百队走儿童,尽道仙娥降月中。花灯作为中华优秀传统文化的经典元素,长久以来都有着祈求平安、增光添彩等美好寓意。”在讲解员的指导下,百余名观众了解了花灯的由来与寓意,也理解了花灯背后的文化内涵。

南京六朝博物馆开展了江苏省第六届小茶人邀请赛决赛,并推出“六朝风雅”夜间系列活动,将中国优秀传统文化、六朝历史与现代审美、社会生活相结合,选取茶、食、香、花及小朋友喜爱的手作体验,让亲子家庭在互动中

体验六朝精致生活。南京汤山国家地质公园博物馆则推出了小汤圆亲子·“小小地质家”化石挖掘及拓印系列研学课程。

长沙博物馆针对小学生推出“哇哦,博物馆!”儿童展览趣味参观以及中秋灯笼“绘”活动,让小学生长沙博物馆寻找秋天的风景、了解本土中秋节民俗文化文化。

假日期间,全国各民族大中学生同心营西藏少数民族学生代表一行120人来到秦始皇帝陵博物院参观学习。这些藏族学生绝大多数都是第一次看到兵马俑,十分珍惜这次机会。与讲解员互动、边参观边讨论的方式加深了他们对中国传统文化的理解。

吉林省博物院举办的“月圆中秋共庆华诞”双节系列系列活动,10月1日至8日开展了30场次,吸引近3万余人次来到院内参观学习。为吸引更多小游客,吉林省博物院的省级博物馆精品社会教育活动“奇趣博览大课堂”开设了“童心童画”“龙行踏绛气”“方寸之间”“储蓄百事利”4期主题课程,受到了青少年的喜爱。

广州博物馆推出了“跟非遗大师学庄河剪纸”活动、“趣越文化之旅”广州唯美文化地图DIY、“红心向党”留影墙打卡活动和文物秘密花园绘制体验4项教育活动。广东省非遗保护中心负责人表示,希望通过举办此系列活动引导人们了解中华民族灿烂文化,提高非遗的美誉度和影响力,同时增强群众尤其是

青少年对非遗的认同感。

## 科技加持更有趣

众多线上活动让居家群众“双节”时光不虚度。

广州博物馆推出线上活动——“绣·红旗 忆·初心”系列特色主题党日教育活动,而广州粤剧艺术博物馆则用微信公众号设置了虚拟漫游,作为第四季“云游博物馆”系列直播首站,给观众带来特别的文化艺术之旅,实现“闭馆不闭展、服务不缺位”。

山西青铜博物馆以历史时间为脉络,为观众讲述“器”与“国”的关系、“器”与“礼”的融合、“器”与“技”的渗透。其中,数字青铜和探幽寻胜两个展厅最吸引青少年,它以数字展示和教育互动的方式让游客深度体验青铜文化背后的奥秘。

十一期间,杭州良渚博物院和良渚古城遗址公园正式上线了“AR智慧导览”项目,免费向游客开放体验,首次让AR眼镜真正在博物馆投入运营。跟传统游览方式不同,戴上AR眼镜后,游客在博物馆内参观,可以看到更多的多媒体信息,同时也大大增强了互动性。AR眼镜在良渚一经推出,便受到了广大游客的热烈欢迎,每天博物院开馆时便有大量游客排队体验,更有游客专程前来体验。

(采访组成员:任丽 任英文 高越 雷琛烨 袁婷婷 陈熠瑶 张宝枏 陈潜 靳畅 周凤文 吴越 王文华 程侯薇 高慧 肖相波 刘玉萍 统稿:武麓)



游客参观秦始皇帝陵博物院 张天柱 摄

## 假日旅游复苏 市场平稳有序

(上接第1版)

在桂林,印象·刘三姐、桂林千古情演出出现爆发性增长,演出场次最高每天分别增至3场、8场,达到单日场次之最。

越剧、京剧、豫剧……70多位票友与数位戏曲名家10月7日一同登台,在2020紫金文化艺术节群文活动之票友大“晒”会演活动上,为广大戏迷带来精彩的戏曲“嘉年华”。南京市溧水区有关负责人说,咪豆音乐节在溧水已形成了完整的产业体系,旅游、餐饮、住宿等业态在音乐节期间都出现了一轮爆发式增长,音乐文化与旅游经济产生了良好的互动效应。据悉,假日期间,江苏共组织安排4300场节日文旅系列活动,时尚化、亲民化的文化体验项目延伸了消费链条。

假日期间,特色小镇成为“超长黄金周”新宠。一些地处都市近郊的农业休闲特色小镇精心设计的传统农耕文化体验和亲子游乐项目,吸引了不少游客。在位于安徽巢湖半汤街道的三瓜公社特色小镇,家长

带着孩子在采摘园里掰玉米、砍甘蔗,玩得亦乐乎。有着600多年悠久历史的西河古镇也“化身”为民俗集市,汉服婚礼、皮影戏、投壶,让人们在游玩中体验传统民俗的魅力。

夜间旅游也是假期的亮点。通过完善夜景、夜食、夜秀、夜游、夜购、夜娱、夜宿,河南各地进一步创新夜间经济发展形态。樱桃沟景区推出了“豫见·樱桃沟”夜游项目,假期累计接待游客18.55万人,比去年同期增长16.16%,实现旅游收入918.2万元,同比增长14.99%。

此外,受疫情影响,一部分出境旅游需求转化为国内高端度假游。双节假期,桂林旅游“人财两旺”,高端民宿爆满,全市绝大部分高端民宿入住率超过90%。

(采访组成员:陈熠瑶 李金枝 吴健芳 程芙蓉 周晨 林雯晶 王涛 沈啸 徐万佳 邝伟楠 任丽 高慧 王思超 雷琛烨 白骅 丁来 统稿:赵垒)

## 科技让旅游更美好

(上接第1版)

### 科学调度 管理增效

国庆中秋假期刚刚结束,上海大数据旅游实验室就已经分析出了长假期间外地到沪旅游团的客源地和在本地的消费数据。

智慧化服务形态快速普及、以科技手段开拓活动新主题、以“直播带货”模式为热点是这个长假广州旅游的三大特点。

据了解,目前,广州已经实现有票务系统的A级旅游景区人流数据实时监测,4A级以上景区预约信息全部接入“全省预约监测系统”。

十一前夕上线的“云游天府”文化和旅游公共服务平台,目前已经实现了四川省内4A级以上景区(140家收费景区)的门票预约预订,对全省274家4A级旅游景区监控系统数据接入,并将全省重点博物馆、图书馆等预约预订系统集成到了平台。

为了更好地实现统一预约预订功能,浙江在全国范围内率先推出了“文旅绿码”,接入全省180余家文博场馆和696家景区,打通全国健康码数据,实现人机比对验证,对红码人员自动识别拦截,实时掌握

文博场所和景区的预约入园情况和游客精准画像。利用诗画浙江文化和旅游信息服务平台,浙江可对全省238家4A及以上景区进行实时视频和客流量监测,形成部、省、市、县四级联动与反馈机制,并与浙江省公安厅、省公安厅、省应急厅进行数据共享和业务协同,实现“智能化”客流限流预警。

江苏省文化和旅游厅视频调度指挥中心设置了智慧服务、智慧监管和智慧分析于一体的江苏智慧文旅平台,该平台的“智能监控”聚合了分布在全省345家景区、文化场馆、网吧、不可移动文物的1029个监控摄像头,为全省文旅市场织就了一张“安全保障网”。通过大屏,各景区瞬时聚集情况、景区负责人、安全人员姓名和联系方式一目了然,一分钟内部调度指令便可直达现场。不仅如此,“团队游”也全网衔接,通过在全国旅游监管服务平台填报团队信息、上传电子合同,可确保“一团一报”落到实处。面向公众消费需求的智慧服务中心则通过集发布、查询、预约、订购、推荐等功能于一体的“苏心游”服务,以APP、PC端、小程序、公众号等多终端,实现“一键打包江苏”。

(采访组成员:丁宁 张宝枏 林雯晶 靳畅 任丽 雷琛烨 陈俊成 白骅 统稿:赵垒)

## 雷琛烨 许瑾

观景,看展,品美食;听戏,购物,玩非遗……这个国庆中秋假期,江苏为市民和游客呈上了一场集观赏、游玩、互动、体验于一体的文化和旅游盛宴。综合江苏智慧文旅平台监测数据、移动运营商手机信令数据和各地报送数据,经测算,国庆中秋期间,江苏省接待游客4663余万人次,实现旅游总收入512.6亿元,按可比口径分别恢复到去年同期的82%和71%。

## 夜游聚人气

“1912街区用餐、六朝博物馆看展、1913小剧场听戏、德基广场购物、艾尚天地泡吧、红庙街区宵夜、丽思卡尔顿入住,享受全要素、全流程的夜间消费体验,打造‘夜之金陵’的玄武模板。”假日前夕的2020江苏省文化和旅游消费季启动仪式上,南京市玄武区委书记记倪一峰一串“数来宝”式的推介,引发全场掌声。据悉,假日期间,该区开展“1+3+100”文化和旅游消费活动,邀市民和游客共赴“夜宴”。

“夜市直至三更尽,才至五更又复开”。在江苏,做晚6点+文章的不止南京市玄武区。据了解,今年年初,江苏省政府办公厅出台的《关于促进文化和旅游消费若干措施的通知》,便将目光聚焦在了“夜经济”上。该通知提出,到2022年建设30个以上省级夜间文化和旅游消费集聚区、10个以上国家级夜间文化和旅游消费集聚区。节前,江苏省文化和旅游厅印发了《江苏省省级夜间文旅消费集聚区建设指南(试行)》《江苏省省级夜间文旅消费集聚区评价指标(试行)》,这些指

标和指标的发布,积极引导各地把夜晚作为汇聚双节假期人气、财气的“顶流”。

夜晚,扬子江畔、大运河上、黄海、太湖岸边清风徐来,来自全国各地的游客被“夜之金陵”“姑苏八点半”“今夜梁宵”“龙城夜未央”“夜奢美”中的美物、美作、美食、美酒、美音深深吸引,自发在朋友圈进行着图文、视频传播。

常州中华恐龙园假日期间营业延时至22:00,并推出优惠套餐。游客可以在艾琳世界“勇闯秘境”主题的四大鬼屋体验沉浸式秘境逃生;走进迪诺水镇的恐龙人俱乐部,不仅能品尝“霸王龙的宵夜”等主题网红餐食,还能参加夜光高尔夫球比赛,探秘主题密室、镜子迷宫、月光保龄球等新玩法。

这样的复合型夜经济项目,令泰州的吕先生大呼过瘾:“来一趟中华恐龙园,有白天晚间双重体验,超值。住的酒店也是恐龙主题,孩子说还要再来。”据悉,假日期间,恐龙园主题酒店一房难求,部分房型单价超过3000元/间夜。

国潮嗨翻天

“天下三分明月夜,二分无赖是扬州”。坐拥黄金资源的扬州,把文化和旅游消费的突破口放在了“国潮”,让传统走向未来。作为“2020世界运河城市论坛”的重要活动之一,节前开幕的“2020运河文化嘉年华”主会场宋夹城风景区人气火爆,其中,“千里方圆运河集市”集合了25座城市带来的“老字号”小吃、非遗文创等。笔者注意到,短短几分钟,某摊位就售出了五六个鲁班锁玩具。瘦西湖景区里,徐园听鹂馆前的《扬州巷子》清曲、大桂花厅前的“琼花仙子”木偶戏、熙春台的《春江

花月夜》器乐表演等,令游客目不暇接。出瘦西湖东门外便是1757美食街坊,这里既汇集了扬州经典美食,还有《二分明月》歌舞演出。一位售卖手工饰品的商家告诉笔者,现场摆摊的收入比实体店好得多,还能通过交流展示“吸粉”,获得更多的“回头客”,带动线上线下联动消费。

“国潮”还点亮了“彭城”徐州、水乡周庄、“港城”老街等多处文化和旅游目的地,成为推动消费业态创新、促进文化活态传承的有力载体。

今年,徐州汉文化旅游节的主题是“国潮汉风·耀彭城”,丝路汉风文化创意展上,汉服与烙馍的结合吸引了众多游客驻足;在苏州周庄,中秋灯会、拜月大典、国风华服秀、国风潮流快闪等活动好戏连台,让游客在赏灯的同时互动玩乐,诗情画意“花巷”“雨巷”灯光秀,更成为网红打卡点。假日期间,连云港老街内的11家展馆开放夜展,以“果城里建筑群”“上海大旅社”“海峡巷朱氏民居”“连云港人民影剧院”“连云港火车站旧址”这些遗存的建筑为背景,舞龙舞狮和摇花船、水袖舞、民国风走秀、月下汉服提灯巡游等传统民俗表演如约而至,演员们穿梭于中西合璧的建筑群中,别有一番韵味。一位带着孩子们来写生的美术机构负责人说,了解了老街的历史,孩子们笔下的建筑才会更加清晰、具体,更有感染力。

## 未来更可期

夜游、演艺、展陈,只是江苏文化和旅游产业完善产业链条、打造全新消费模式的浅试。通过

# 江苏:勾勒文旅消费动线 营造多元消费场景

更多样的产品供给,满足人民群众对美好生活的向往,江苏文化和旅游产业一直在路上。

近年来,无锡灵山拈花湾禅意小镇将日间造景与晚间“营造”巧妙结合,从最初的亮塔仪式到禅行、花开五叶,再到今年最新的微笑广场光影秀,景观不断更迭。长假期间,该小镇又推出了“水游”“陆游”“花游”三条宝藏线路,已吸引10余万人次前来解锁禅意生活。

无锡灵山文化旅游集团有限公司董事长吴国平说,当前,文化和旅游企业要守住底板,补齐短板、拉伸长板、建好模板、争当样板,要积极应对正在重新定位的赛道。扬州市瘦西湖风景区管理处主任、扬州全域旅游有限公司董事长金川表示,从大环境看,中国经济已从外需导向转向内需驱动,消费将更多贴近服务、回归生活,文化和旅游消费正逐渐成为美好生活的“刚需”。今年的双节假期只是一个开始,通过更加多元、高品质的内容体验,进行传统文化与现代生活的创新性表达,助力消费升级,将是他们持续探索和努力的方向。

据了解,江苏省文化和旅游厅已对外发布30家省级夜间文化和旅游消费集聚区建设单位名单,推动其成为引领全省文化和旅游消费转型升级发展的示范区和先行区。江苏省文化和旅游厅党组书记、厅长杨志纯表示,提升产品供给水平、拉动文化和旅游消费是激发市场活力、促进经济发展的重要切入点 and 突破口,因此,要丰富业态产品,让消费市场“旺”起来;打造空间载体,让消费人气“聚”起来;培育特色项目,让消费品牌“靓”起来;加强监管服务,让消费环境“优”起来,不断培育江苏文化和旅游新亮点,打造文化和旅游高质量发展的新引擎。

## 国潮嗨翻天

“天下三分明月夜,二分无赖是扬州”。坐拥黄金资源的扬州,把文化和旅游消费的突破口放在了“国潮”,让传统走向未来。作为“2020世界运河城市论坛”的重要活动之一,节前开幕的“2020运河文化嘉年华”主会场宋夹城风景区人气火爆,其中,“千里方圆运河集市”集合了25座城市带来的“老字号”小吃、非遗文创等。笔者注意到,短短几分钟,某摊位就售出了五六个鲁班锁玩具。瘦西湖景区里,徐园听鹂馆前的《扬州巷子》清曲、大桂花厅前的“琼花仙子”木偶戏、熙春台的《春江

## 这个黄金周让我们感受到了什么

(上接第1版)

黄金周是家国团圆。武汉车站的“快闪”、抖音等社交媒体上对祖国生日的祝福、在祖国各地大好山河“打卡”……国是千万家,家是最小国。今年的黄金周,国庆、中秋喜相逢,人们经历了疫情的生死考验,更加感受到家国一体的情怀,展现出昂

扬向上的精神面貌。

黄金周更是信心的展现和凝聚。无论是正在决胜脱贫攻坚的困难群众,还是坚守工作岗位的干部职工,或是街上流动中的张张笑脸,从中我们看到了一个充满繁荣发展活力的“流动中国”,更看到一幅全国人民为全面建成小康社会加速奔跑的生动图景。