

《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,推进文化铸魂、发挥文化赋能作用,推进旅游为民、发挥旅游带动作用,推进文旅融合、努力实现创新发展。博物馆作为一个国家、地区经济社会发展水平和文明程度的重要标志,也是民族历史文化的收藏、保护、研究与展示基地。近年来,国家历史文化名城柳州大力扶持博物馆发展,已建成各级各类博物馆61家。各具特色的博物馆频频走红网络,成功“出圈”,已成为柳州文化旅游的特色名片、市民和游客旅游休闲的好去处。

□ 孟萍

### 柳州白莲洞洞穴科学博物馆的研学体验

7月8日,柳州市民陈先生和几个朋友带着孩子到柳州白莲洞洞穴科学博物馆参加一日研学营活动。孩子们拿着研学手册,在导师的带领下游览博物馆,聆听远古时代的故事,感受人类文明的发展。参观结束,还有研学知识大比拼,考验动脑动手能力,一天下来收获满满。“馆内陈列的恐龙化石是真的吗?”讲解员曾玲常常遇到这类充满童趣的问题,很多小朋友在她讲解时都会好奇地提问。她表示,暑假期间很多家长都带孩子前来,双休日更是客流高峰期,为此双休日该馆会停止接待团体游客。

据介绍,柳州白莲洞古人类遗址于1980年被发现。1985年,柳州白莲洞洞穴科学博物馆成立,是我国第一座洞穴科学博物馆。此后,柳州市区史前遗址保护工作全部划归其管理。2019年9月,柳州白莲洞洞穴科学博物馆新馆以全新的面貌开放,软硬件得到全面升级。

柳州白莲洞洞穴科学博物馆馆长蒋远金表示,该馆开展研学活动具有较长时间。“早在2010年,我们就打造了‘探古乐园’模拟考古园区,成为国内遗址类博物馆中较早推出考古类探究体验项目的场馆之一。”该项目设计了“成为一名考古学生”“与原始人一起打石为器、捏土为陶、钻木取火、狩

# 柳州：文旅融合 博物馆更精彩

猎野兽”等体验内容,参与其中的观众不仅能看到文化遗存,还可以通过模拟考古发掘和体验原始生活,走进柳州先民的生活。

2019年新馆开放后,博物馆积极探索多种多样的线上线下研学实践活动,进一步拓展博物馆的社会教育空间。展陈手段更加多样化、现代化、技术化,并借助报刊、电视和新媒体等多种平台讲好柳州史前故事,其微信公众号推出了《史前故事》云看展等各类推文。“探古乐园”体验项目实现课程化,升级为《白莲洞人的生存智慧——博物馆中的教育体验课程》,增加了柳州史前文化陈列讲解以及与中小学生学习课本知识点的链接。

近两年来,柳州白莲洞洞穴科学博物馆的研学游工作受到各方认可。研学体验课程《白莲洞人的生存智慧》获广西十佳文博研学课程,《洞穴·家园——柳州史前文化陈列》获国家文物局2020年度“弘扬优秀传统文化培育社会主义核心价值观”主题展览推介,《白莲洞人的生存智慧》课程设计获得2020年“同上一堂科学课”全国科技联合行动优秀科学课程三等奖……

如今,白莲洞洞穴科学博物馆已成为柳州市科普教育基地、自治区级中小学生研学实践教育基地、中国华侨国际文化交流基地。新馆开放以来已累计接待国内外游客85万人次,开展馆内研学活动上百场,累计参与研学活动观众超过2.5万人次。

蒋远金介绍,下一步将整合该馆陈列展览资源和柳州史前文化遗存的考古研究成果,开发“远古的文明”系列课程,同时与第三方文化教育公司合作进行推广,将博物馆课程传播给更多观众,服务更多学校和研学团队。

### 柳州工业博物馆的“变形金刚”式发展

柳州工业博物馆好像一个变形金刚,除了是博物馆,它还可以是书吧、影剧院、甚至游乐场。跨界融合使这个博物馆成为吸引年轻人的热点。

柳州作为一个工业城市,创造了许多广西甚至是全国工业史上的“第一”,因此,工业博物馆的展品非常丰

富,如:数第一的,有木炭车、战斗机、拖拉机、空压机、操纵机、激光器等;数最早的,有109岁的钢轨、102岁的冲剪机、80多年的牛头刨床;数最新的,有景逸、宝骏、霸龙等品牌的汽车,达到国际先进水平的大型装载机、神舟飞船上的重要仪器等。单看这些展品已让人大开眼界,收获良多。但该馆的魅力远不止于此,综合性的文旅服务功能和符合年轻人特点的活动设计是它的又一亮点。

柳州工业博物馆馆长谢玲介绍,由柳州第三棉纺织厂旧址改造而成的柳州工业博物馆总建筑面积6.2万平方米,分为室内展区、室外展区、休闲服务区、旅游景观区等,从规划建设之初就为“博物馆+”的跨界融合打下了良好基础。

以钢铁厂高炉为“室外景观区”,配以室外展场烘托主题,通过工业零件、景观小品、座椅、灯饰等配套设施及“水”的元素,营造体验氛围,突出旅游观光特点。这些特色景观成为年轻人热衷的拍照打卡地。另外,“24小时列车书吧”吸引了不少游客,书吧利用两节东风内燃机车车厢改造而成,新颖的读书方式成为最大亮点。

“休闲服务区”以购物中心楼为中心,包含4D影院、休闲娱乐项目、企业家会所、服务中心、接待中心等,融合了会议、商务洽谈、旅游休闲等功能。

今年4月30日晚,广西首部工业题材音乐剧《致青春》在柳州工业博物馆5号馆演出,并被该馆收藏。据了解,这部音乐剧有两个版本,一个是剧场版,一个是博物馆版。该剧以上世纪50年代上海青年党员支援广西工业建设并奉献一生为故事背景,讴歌了与新中国共同成长的工业柳州,致敬老一代柳州工人。音乐剧把车间作为演出空间,让“演员”走下舞台、走进车间,通过丰富的视听审美感受和艺术表现张力,赢得全场观众的热泪和掌声。

“博物馆不仅要收藏物质形态,也要善于收藏意识形态;不仅要收藏物质文化遗产,也要收藏非物质文化遗产。”柳州市文化广电和旅游局副局长曾云表示,这正是柳州工业博物馆收藏音乐剧《致青春》的意义所在。

据了解,柳州工业博物馆先后进

行了3次展陈提升,增加了“噪音小屋VR互动体验”“4D影院”“E100游柳州”“3D沉浸式影院”“磨木机原理互动魔盒”“垃圾回收科普动画”等一系列互动教学多媒体设备,大大提升了科普教学能力和趣味性。自2012年开馆以来,柳州工业博物馆共接待青少年观众约300万人次,约占参观总人次的30%,接待学校团体活动5000余场。

### 柳州博物馆的文创开发实践

在柳州市河东区的繁华商业区,柳州旅游集散中心的一层有一条紫荆花文化创意廊。熟悉内情的人都把这个展馆当作柳州博物馆的一个分馆来看待。柳州博物馆馆长程州介绍说:“确实,这个长廊就是我们柳博担纲设计、建设和布展的。这缘于‘一朵花、一座城’的思考,也缘于‘以花为媒,宣传城市’的需要。”

紫荆花文化创意廊是一个以柳州市花紫荆花为主题,集城市主题宣传、历史考古、博物馆藏品展览、文创展示、当代雕塑装置艺术、观众互动于一体的综合展览展示及科研场馆,是柳州文化和旅游融合精品景区。展馆内设有《半城碧水半城绯——柳州紫荆花及历史文化主题文创作品展》《一花一城——柳州当代雕塑装置艺术作品展》。

在温馨浪漫的灯光之下,游客沉浸在各种紫荆花主题的文创产品中,从五菱汽车、花瓶瓷器,到丝巾、手包、银器、琉璃,甚至糕点、口红,无一不以精美的设计和高雅的色调赢得赞叹。游客李女士说:“这些紫荆花装饰的花瓶造型别致,色调脱俗,真的好想买回家啊!”

“紫荆花文化创意廊所展示的只是‘柳博文创’研发的一部分文创产品。近年来,‘柳博文创’共荣获国家级、自治区级、柳州市级等各类文创奖90余个。”柳州博物馆副馆长董劲林介绍,目前博物馆研发的文创产品有120余种,共计860余款。

柳州博物馆多次组织文创产品前往国内十多个城市进行展出,参加国内外的旅游展和文创博览会,备受好评。《半城碧水半城绯——柳州紫荆花

及历史文化主题文创作品展》作为文创展览展示品牌,对宣传柳州、推介旅游起到积极作用,得到社会各界人士的广泛赞誉。2017年柳州博物馆被评为“首批自治区级文化创意产品开发示范基地”。

紫荆花文化创意廊已成为柳州文化旅游新地标,文创产品持续出新,不仅丰富了旅游产品供给,也提升了柳



柳州工业博览馆举办庆祝中国共产党成立百年红色主题航模科普活动

柳州工业博览馆供图

## 国图·津湾文创空间面向公众开放

本报讯(记者 沈啸)7月16日,国图·津湾文创空间开业暨“一本书的诞生”展览开幕仪式在天津举办。

空间坐落于津湾广场,总面积3000余平方米,集图书馆、特色书店、城市书房、文创产品展销、研学培训、展览展示等业态于一体。空间依托国图的资源、服务优势和京津双城深厚的历史文化底蕴,致力于创新阅读方式,打造时尚、创意、多元的文旅融合创意空间。

空间优选国家图书馆藏5万余册图书,供社会公众免费借阅。同时,引入依托国家图书馆馆藏及天津特色典籍、民俗、名人名事等资源开发

的各类文化创意产品近千种。开放当天,还通过社会合作等方式,引入“世界插画大展——国际安徒生奖(终生成就)50周年展”“一本书的诞生展”,以及熊本熊杂货铺等优质IP。

下一步,相关运营单位将把国家图书馆百年文化底蘊与津湾广场的休闲旅游概念相融合,以空间建设作为文化传播衍生发展的载体,以典籍文化作为新型创意空间运营的依托和保障,逐步引入数字资源、参考咨询等图书馆特色服务,举办名人签售、高端研学等系列活动,强化优质资源供给,积极推动全民阅读,为社会公众呈上优质的精神文化内容。

# 文化和旅游市场信用和质量工作典型案例展示(十)

## 案例报送方:北京摩登天空文化发展有限公司

2020年,新冠肺炎疫情使文化演艺行业受到了冲击,也使得长期深耕现场演出的音乐企业北京摩登天空文化发展有限公司(以下简称“摩登天空”)的经营业务受到严重影响,原计划举办的数十场大型音乐节活动、大型演唱会和千余场巡演及小型现场演出面临延期或取消的状况。面对挑战,公司快速建立响应机制,积极统筹资源、组织人员,多管齐下、多措并举,探索出一条线上线下融合、演出直播并举的创新融合之路。

### 一、主要内容

(一)转型创新,打造线上“云演艺”摩登天空以企业“自救”和行业责任感为出发点,通过加大与产业链上下游单位的沟通,整合各自优势打造了一系列优质的线上演出内容。

“宅草莓不是音乐节”是摩登天空在疫情暴发后,积极探索线上直播新模式成果。反应快,将音乐节和音乐人以直播的形式搬到线上,并获得高度认可。2020年2月4日“宅草莓不是音乐节”第一季上线,2月22日第二季节目联合今日头条和西瓜视频等平台,实现商

业化运作,也让参与其中的大多数中国原创音乐人获得了疫情暴发后的第一笔演出收入。

疫情的发生不只改变了音乐产业既有的传播格局,也大大加速了传统音乐产业向“互联网+”的集聚。摩登天空审时度势策划并推出了线上营业性直播项目——“草莓星云”系列云端音乐现场项目,自2020年5月15日起,已连续播出两季(单季6期节目,每期1组嘉宾)。“草莓星云”通过定制化的场景氛围、娱乐性质的语言类内容及与观众互动的方式,提升了节目的观赏度与趣味性,也是在互联网网“内容付费”的大趋势下进行的一项有益探索。

### (二)品质升级,优化线下演出季

当时,随着国内疫情防控形势持续向好,各类高品质文化活动策划逐步复苏,摩登天空积极有序地开展了大型音乐活动的准备工作,在严格落实疫情防控措施的同时,通过丰富内容供给,创新消费场景、消费模式,提升产品品质和服务质量。

比如,2020年10月,作为当年在北

## 摩登天空:抗“疫”前行 走出创新融合之路

京市安全落地的户外大型群众性音乐节演出活动和首届北京国际音乐产业高质量发展促进大会(BME)演出活动,2020北京草莓音乐节在北京世园公园开幕。草莓音乐节是摩登天空经营多年的大型音乐演出IP,目前已逐步在中国乃至亚洲地区颇具影响力。演出期间,每天对外售票约1万张,共吸引观众3万余人次。

“五百里”音乐节作为“中国十大音乐节”之一,是目前中国西南地区观众人数多、经济收入高、发展稳定的音乐节。2020年,摩登天空在昆明举办了“五百里”音乐节,两天的演出活动吸引了2万余人次前来观演。项目在为广大观众带来流行、摇滚、民谣、嘻哈等各类音乐的同时,通过系列配套活动,融入云南文旅、青年艺术、扶贫助农、非遗等元素,助力现场音乐产业转型升级。

### 二、社会反响

疫情导致音乐演出产业链上的从业者,包括大量音乐人、调音师、摄影摄像师、LIVEHOUSE工作人员等,长期处于“待业”甚至“失业”的状态。“宅草莓不是

音乐节”等线上项目,在为上述从业人员带来一定收入的同时,也给业内“自救”提供了一定的借鉴。

第一季“宅草莓不是音乐节”5天的直播,累计超160万人次观看。#宅草莓不是音乐节#微博话题阅读量达3261.6万次。此后上线的第二季“宅草莓”更突破性地实现了观看量超857万人次、单日观看最高152万人次的成绩。

“草莓星云”项目首场演出直播冲上微博热搜,创造了内容浏览量5.28亿次、活动曝光量15.9亿次的成绩。第一季的6场演出累计吸引了167.39万人付费观看。“草莓星云”项目还尝试将原创音乐内容、场景表演与互联网资源、新技术应用进行了有机结合,并创新性地通过“星云引力场”——全国LIVEHOUSE联动计划的实行,携手全国42家LIVEHOUSE大屏进行同步线下观演,帮助各地以营业性演出为核心业态的LIVEHOUSE增添活力。

线下演出部分,2020北京草莓音乐节、“五百里”音乐节等项目获得了较高的社会关注度、好评度。据统计,北京

草莓音乐节期间,带动消费人均均为700余元,北京世园公园3家酒店、周边民宿入住率达90%,10月5日、6日,世园酒店入住率达96%,周边民宿入住率达100%;“五百里”举办地也有近4万人次的接待量。

### 三、经验总结

(一)把握市场需求,主动融合创新“云演艺”让摩登天空看到了商业化运作的线上演出机会和融合发展、求新求变的力量。现场演出部分,则尝试增加更多创新的装置体验场景、城市特色元素等,实现内容赋能和模式升级。

(二)健全保障机制,推动项目稳步实施

摩登天空自2007年开始举办音乐节,2015年开始涉足演出直播,先后制作的音乐节超百场,剧场、LIVEHOUSE演出数千场,拥有完整和成熟的演出运作团队、宣发营销团队和硬件设备,在项目保障、财务管理等方面亦有健全的制度。此外,线下项目还曾多次联合市疾控中心专家进行场地踏勘,现场指导防疫方案制定和公共区域消毒等措施

的落实,有效保障了活动有序举办。

(三)深化文旅融合,助推产业发展草莓音乐节、“五百里”音乐节等大中型节庆类演出活动,是“以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游深度融合”的特色产品,北京草莓音乐节还实现了对在同场地(北京世园公园)举办的北京世园公园文旅融合新业态。

### 四、专家点评

疫情促发了中国文化产业的大变局——文化经济的数字化突变,摩登天空也顺势突破。中国文化产业的新格局是中国经济发展新阶段的一个典型,摩登天空的创新突破也是中国文化产业高质量发展的一个典型。对于文旅行业的启发性至少有四方面:其一,内容为王,优质的供给是一切价值的基础;其二,创新致胜,音乐需要不断原创,商业模式也需要不断迭代更新;其三,品牌长青,品牌就是市场对于品质的记忆与传颂;其四,融合共赢,文化的溢出价值和旅游的综合效益相得益彰。(魏鹏举 中央财经大学文化经济研究院院长)

## 案例报送方:宋城演艺发展股份有限公司

疫情防控之下,宋城演艺发展股份有限公司(简称“宋城演艺”)强化多元化内容、提升社交属性,积极探索经营模式创新,从“一台剧目、一个公园”的千古情模式向“多剧院、多剧目、多活动、多门票”的演艺王国模式转型升级,从“旅游演艺”向“旅游演艺+城市演艺”扩展,从旅游消费市场向大众细分市场市场渗透。

### 一、主要内容

#### (一)产品打造

因疫情防控闭园期间,杭州宋城景区作为“演艺王国”的试验区,对演艺剧目以及演出剧院进行了大规模的整改打造。一是演艺剧目更多样,内容更多元。杭州宋城景区在《宋城千古情》的基础上,陆续推出亲子秀《WA恐龙》、5D实景剧《大地震》、全息秀《幻影》、怀旧剧《喀秋莎》、走动式演出《上甘岭》《库克船长》等,恢复武侠剧《燕青打擂》、互动剧《铡美案》等经典剧目,完成了从一台剧目到多台剧目,由单一的歌舞演艺模式向走动式、沉浸式、儿童剧等多种演艺类型发展的转变,不仅覆盖了

各个年龄段的游客,更贴合现阶段游客对旅游演艺的新需求。

二是场地深度契合演出,构建剧院矩阵。杭州宋城景区深度挖掘现有资源,推出不同类型、不同体验的演出场所,打造悬崖剧院、森林剧院、水上看台等全新剧院,让游客能更好地沉浸于演出之中,给游客独特的观演感受及体验。

#### (二)体验升级

一是各类活动层出不穷,以创意丰富游客体验。宋城演艺针对不同群体逐步推出了国潮宋城、亲子宋城、闺蜜宋城、狂欢宋城等系列演出活动,积极创新,策划的“宋城天灯节”主题活动,以“游宋城、看千古情、逛灯会、放河灯、赏百秀”为主题,上演了《天灯盛会》《华灯巡游》《初上灯会》《森林音乐会》《悬崖音乐会》等全新的演出和活动。

二是“网红宋城”延续经典,跨界融合引燃爆点。宋城演艺旗下各景区因地制宜,结合自身产品特性和属地市场需求,创新产品形式和内容,积极开展多样化异

## 宋城演艺:探索“演艺王国”新模式

业合作,打造网红打卡点、推出网红演员。

例如,杭州宋城景区打造的“杭州宋城奇妙夜”活动,进一步探索异业合作的升级版。该活动突破惯有风格,将软萌的动漫IP融入节会元素,通过对主题街区的新颖包装,与已有网红打卡点互融,设计了丰富多彩的互动体验活动,吸引了众多亲子家庭和动漫粉丝加入,打造出不一样的“杭州宋城”。又如,杭州乐园特别打造的现场娱乐沉浸式体验——“国潮万圣节”,则以剧本杀为模式展开。2020年10月31日,杭州乐园接待游客2.31万人次,创8年来历史接待记录新高。杭州乐园秋季日均演出节目场次破百,最高达128场,“国潮万圣节”活动进入微博本地热搜。

### (三)服务提升

宋城演艺继续推行五星级服务,提升服务标准,倡导服务文化,树立全员服务理念。旗下各景区的游览线路进一步优化,提高了游客游玩的舒适度;优化衍生品、餐饮等商业设置,提升了二次消费的转化率。改变传统商业模式,全力发展商

业自营模式,是打造“演艺王国”的重要组成部分。

### (四)科技应用

在不断探索演艺内容的同时,宋城演艺还高度重视科技与演出内容、园区管理相融合,自助购票、人脸识别、3D投影、全息、VR、AR、一键播控系统、现场动捕等科技手段,广泛应用于演出演艺的前、中、后端。宋城旅游的小程序1.0版本于2020年6月12日正式上线,其功能涵盖购票、园区导航、信息查询、游客咨询、餐饮休闲等,为游客提供了从购票到游玩的一站式便捷服务。

### 二、社会反响

疫情暴发初期,宋城演艺董事长黄巧灵就发出了“致宋城全体员工和家人”的一封信,率先作出“不裁员不减薪”的承诺,彰显了企业担当。同时,公司化危为机,厉兵秣马,在做好疫情防控的前提下,利用闭园停业期,开展各个项目的整改提升,对硬件设施、内容创作、市场营销、景区商业、精细化用工等多方面进行了优化升级。2020

年,杭州宋城“演艺王国”模式雏形初现,珠海项目开工,西安、郑州项目完成首演,上海、佛山等项目积极推进。媒体多次对宋城演艺进行宣传,在向文旅企业传播正能量时,也提振了行业信心。

### 三、经验总结

(一)创意产业可复制和规模化宋城演艺以“演艺”为核心竞争力,打造了“宋城”和“千古情”两大品牌,连续十一届获得“全国文化企业三十强”称号。“千古情”系列演出,每年演出8000余场,每年观众达3500余万人次,在演艺市场,剧院数、座位数、年演出场次、年观众人次、年演出利润均属前列。

### (二)内容为王,创意制胜

宋城演艺自成立之初便秉承“建筑为形、文化为魂”的理念,突出强调表演节目的创意创新,每一个景区内的建筑、剧院、演出都汇聚当地文化特色,量身定制。20多年来坚持常改常新,不断在演出中加入现代科技和潮流元素,促使内容与时俱进和保持高品质,从而赢得消

费者的青睐和市场口碑。

(三)在演艺中坚持“科技创新”宋城演艺极其重视科技的应用,一台台精彩绝伦的演出是文化内核与科技的交相辉映。科技手段能丰富艺术表现形式,增强观演体验,甚至能改变观演关系,也有助于加强舞台和现场管理。

### 四、专家点评

日益成为中国文化和旅游融合发展标杆企业之一的宋城演艺,在疫情的考验下,用实力证明了中国文旅行业,可以走出一条不依赖自然人文资源的垄断收益,而实现创新发展的基业长青之路。宋城演艺也用实践证明,传统文化是有现实魅力的,中华文明是有生生不息发展活力的。“演艺王国”是典型的中国式高质量发展体现,能在世界演艺市场排前列,这表明,大国的人口红利正在从制造业升级到文化创意经济,而大国的文化自觉和自信才是这个“王国”真正的感召力和生命力。(魏鹏举 中央财经大学文化经济研究院院长)