

山西高标准推进文化和旅游与科技融合——

体验超“炫”又多元 旅行有“智”更方便



云冈石窟博物馆360°数字多媒体互动体验区 本报记者 陈晨 摄

□ 王文华

“太精彩了，自己就好像一只小鸟，振翅飞翔在家乡的上空，腾云驾雾、翻山越岭、漫游四季，真是一场奇妙的旅行。”换个视角，风景大不同。近日，山西太原市民李轶趁着周日休息，领着孩子到太山景区游客服务中心裸眼球幕影院，体验沉浸式VR影片《飞越山西》带来的旅游新体验。

近年来，山西高标准推进文化和旅游与科技融合，坚持科技赋能、创新驱动，加速旅游景区智慧化建设，大力发展“云旅游”线上新业态，进一步提升游客的体验感、安全感、满意度。

《飞越山西》是一项高科技沉浸式文旅体验项目，从清凉胜地五台山到历史名城平遥古城，从气势宏伟的云冈石窟到壮阔磅礴的壶口瀑布……12分钟的时间里，观众在精卫鸟的引领下，“飞越”山西的名山大川，从万米高空俯瞰表里山河的壮美。

临汾市洪洞县以广胜寺“三绝”飞虹琉璃宝塔、水神庙元代壁画、《赵城

金藏》等历史文物为依托，引入全息投影、VR虚拟现实技术、LP体感互动展示系统等，让游客观看47.31米飞虹塔的每一层内容、清晰欣赏巨幅壁画的每个细节。科技与旅游的融合，把艺术珍品近距离、广角度、多层次地展示给游客。

云冈石窟利用科技推动景区数字化转型和创新性发展，通过PC端、手机端、智能导览等实现线上线下联动，为游客提供沉浸式旅游体验。其中，Hi游云冈智慧旅游小程序整合景区资源，将游、玩、学版块集于一体，实现游客体验智能化；AR智能导览大屏让游客通过3D虚拟技术360°欣赏云冈石窟全景……

据了解，云冈石窟还与浙江大学文化遗产研究院合作完成了全球首例可移动、等比例、高精度3D打印复制工程，将世界文化遗产云冈石窟第12窟原真呈现。如今，被“复制”的云冈石窟已走出家乡到各地展览，让更多人领略云冈石窟的艺术魅力。

随着5G技术的快速发展以及

AR、AI、大数据等技术的广泛应用，游客与景区、文物、历史正以一种前所未有的方式交互，极大丰富着文化和旅游产品的内容呈现。

近年来，山西加快文化和旅游资源数字化转换及开发利用，推进智慧旅游云平台等项目建设，围绕吃、住、行、游、购、娱等环节，为游客提供多元化的服务，不断让科技创新提升旅游品质，提高游客的满足感。

皇城相府打造的“云游皇城相府”智慧旅游云平台，为游客提供了3D实景导览、AR虚拟导游、AI智慧拍照、实景演艺AR化、交互视频、场景还原、AR文创等智慧服务。在游览过程中，游客用手机扫描景点，AR虚拟导游就会出来为游客讲解。

洪洞大槐树景区办公室负责人范建刚介绍，景区通过线上智能小程序和线下导游设备相结合的方式，为游客提供精准定位、自由选择的深度导览服务；在官网、微信公众号植入720°全景视频导览，让游客随时“云游”景区。

晋祠一天龙山景区目前正在积极创建国家5A级旅游景区。智能解说系统、多功能智能服务系统、电子网络购票智能验票系统、手机APP游览服务系统、触摸屏旅游公共信息服务系统、智能安全监控系统等智慧旅游景区建设，已成为创建工作的重中之重。

山西省文化和旅游厅近日推出了“山西全域通”小程序，游客智慧服务系统、景区购买系统、精品路线推荐、可视化手绘地图、智慧AI系统、政府资讯等模块通过专题形式实现内容交叉，为游客全方位提供本地生活及周边度假资讯服务，让旅行更加便利、智能。

山西一些景区还利用AR技术推出文创产品、线上寻宝等趣味游戏，一方面实现了科技与文化的深度融合，同时也摆脱传统智慧旅游“只投入、不产出”的困境。游客购买AR文创后，使用手机扫描产品，即可实现线上重温景区；参与AR寻宝趣味活动可获得景区门票、餐饮、住宿等优惠券奖励，实现景区与景区、景区与商户的区域联动，由此延长了逗留时间，增加了消费。

山西省文化旅游投资控股集团有限公司是山西省委、省政府为加快推动文化和旅游业成为山西战略性支柱产业组建的省属大型国有文化旅游类企业。成立三年来，该集团立足山西文旅数字体验馆和山西智慧旅游云平台两大载体，着力打造“山西文旅云+”新模式，推进“互联网+文化旅游”产业融合，打造省级智慧旅游云服务体系，构建了政府统一管理、市场科学布局、游客方便集约的高科技信息化平台和智能化云端服务大脑。

据了解，未来，山西将进一步加大科技在文化和旅游业中的利用和转化，培育壮大新业态、新模式，着力助推文化和旅游业迈进智慧旅游时代，为推动文化和旅游高质量发展注入不竭的动力。

科技助力 文创赋能

——广西民族博物馆多措并举传播弘扬民族文化

□ 孟萍 刘创举

在日前落幕的2021年“广西有礼”文化旅游创意设计大赛上，广西民族博物馆的“背带系列文创产品”获得文化旅游创意产品金奖。这套作品是广西民族博物馆从馆藏的少数民族背带中提炼出具有代表性的元素，设计出让少数民族文化融入现代人生活的文创产品。

近年来，广西民族博物馆运用新技术、新方式，开展跨界合作，为宣传和推广民族传统文化进行了许多有益的尝试，成果显著。

科技带来观展新体验

2021年7月，广西民族博物馆和OPPO小布助手联合策划推出了以“数字民乐 乐美广西”为主题的线下民乐展览。

此次展览设置触摸式音乐交互墙，以广西全地区地图为画布，标识了11种具有广西民族特色的乐器，包括马骨胡、波咧、天琴、侗族琵琶、壮族会鼓、独弦琴、侗族芦笙、黄泥鼓等。只要触碰相关标识，就能欣赏到各种乐器独特的音色，例如触碰独弦琴标识，游客就能在投屏中欣赏到京族独弦琴歌曲《问月歌》。游客还可以对着现场放置的OPPO手机小布助手说出相应乐器的名字，就能获取乐器的材质、构造、发声原理、代表作品、保养方法等信息。

另外，小布助手还有AI谱曲功能。游客可以选择自己喜欢的乐器，哼唱一段自己喜欢的旋律，然后输入悲伤、轻快等主题词，即可获得一段专属于自己的民乐，既好玩又好听。同时，游客还能将生成的AI民乐同步上传至OPPO小布助手设置的“AI谱曲VS人类演奏”双赛道PK大赛之中，与广西民乐器演奏技艺的非遗传承人和广西民乐人一起同台切磋。

广西民族博物馆负责人表示，此次将AI科技搬进馆内，与传统文化线下结合，以全新样貌展示民乐魅力，是以数字化方式展示传统民族文化的一次尝试。

跨界打开社教新方式

社教是博物馆重要功能。广西民族博物馆不仅充分利用丰富的民族文化资源，常年在馆内推出不同主题的社教活动，更创造性地化身为超级链接中心，积极融合新科技、新媒体、知名商圈、专业学校和机构等跨界力量，搭建起突破馆舍壁垒、走近大众生活的合作平台。

广西民族博物馆负责人介绍，近年来，广西民族博物馆在南宁等地的多个知名商圈开设互动展示体验区，作为展厅的延伸，实现静态连接动态、过去连接现在的超级链接；同时与专业学校和科技公司合作，采用3D打印、VR等技术，将虚拟与现实连接，实现文化展示和观众互动的超级链接。

2019年，广西民族博物馆与南宁

轨道交通集团联合打造了集体民族婚礼体验活动。在南宁地铁2号线运行1年之际，双方共同打造地铁超级婚车，车厢全新换装成为博物馆文化展示的新平台，以广西少数民族传统婚恋习俗和纹样为装饰，营造出强烈的视觉冲击效果。现场规模盛大、各环节高度还原传统习俗，网络直播更是扩大宣传受众面。首次活动即取得线上线下双赢效果，推动了民族文化、博物馆文化和地铁品牌的互联互通、包容互鉴。

文创拓展营销新平台

文创产品是让民族文化走进公众生活的重要途径。近年来，通过创新文创营销体系，拓展营销渠道，融合线上线下，广西民族博物馆以旅游景点、交通枢纽、零售连锁等为重点拓展销售网点，以IP授权的形式，初步搭建了以博物馆商店为龙头、线下销售网点+线上网店的立体化分销网络，将文创跨界融入旅游六大要素，打造民族文化创意跨界平台。

2020年新年伊始，一些滴滴用户惊喜地发现，呼叫带有广西民族博物馆少数民族纹样元素装饰的礼橙专车，即有机会获得文创伴手礼。同时，乘客通过车内周边礼品背景故事的安全车站，可以深入了解民族文化。这是广西民族博物馆携手滴滴出行的首次合作，将目标用户锁定为异地商旅人群、赴外省工作的广西人和广西本地人群，结合文旅融合、思乡情愫与高品质日用品的购买需求，打造“新年锦鲤车”。

广西民族博物馆与肯德基的深度合作始于2019年。当年“壮族三月三”期间，双方共同举办了“纹创广西”文化体验活动，推出“纹创”咖啡环保袋和杯套等产品。同年11月，在肯德基民族文化主题餐厅，双方再度联名推出“鼓动天下”民族主题活动和4款以壮族铜鼓纹饰为元素的“铜鼓萌兽”文创产品，深受公众喜爱。两年来，双方持续推出了系列主题活动和联名文创产品，宣传、展示民族文化和博物馆IP，为更多消费者了解广西民族风情、了解广西民族博物馆馆藏特色提供契机，成功构造了现代都市人与传统壮族文化的隔空对话。

去年，广西民族博物馆从丰富的广西民族医药文化当中汲取灵感，携手广西中医药大学第一附属医院和广西麽乜非遗项目传承人，创意推出“防疫麽乜”系列文化创意产品，即具有杀菌消毒、驱疫防病的香囊。防疫麽乜的推出，既弘扬了民族医药文化，也为抗击疫情、传播民族文化做出了积极努力。

近年来，广西民族博物馆与“纹藏”中国纹样授权平台联合十几家知名企业和单位，推出了一百多款系列联名文创产品，既体现了浓郁的广西民族文化符号，又多角度向公众展示了广西民族文化创意产品的独特魅力。



广西民族博物馆研发的文创产品 本报记者 陈晨 摄

湖南马栏山动漫产业创新发展高峰论坛举办

本报讯(记者 高慧)近日，由湖南省委宣传部、湖南省文化和旅游厅、中国国际贸易促进委员会湖南省分会主办的“第七届湘湖动漫月·马栏山动漫产业创新发展高峰论坛”在长沙举行。本次论坛是第七届湘湖动漫月活动之一，也是马栏山视频文创产业园推动园区招商引资、促进园区业态创新与深度融合，推动动漫产业高质量发展的有效举措。

活动现场，来自全国的动漫行业专家就动漫行业如何用创新的理念打造和运营优质动漫IP品牌、如何与旅游产业深度融合高效发展等热门话题进行交流。湖南省动漫游戏

协会成立了动漫行业专家顾问委员会，来自全国各地的15位动漫名家、协会会长、高校名师现场接受聘书，将共同为湖南动漫行业把脉献计，每年发布行业创新成果和新课题研究。《我叫小锅》动漫IP数字艺术衍生开发、太空题材3D动画节目《宇宙漫游记》、长征系列动画创作、安化黑茶文旅主题IP、《秦岭四宝之天地之灵》电视剧动画制作等13个项目现场签约。其间，还举办了主题演讲和圆桌论坛。

据统计，2021年上半年湖南省动漫游戏及相关业务总产值超过215.6亿元，同比增长23.6%。



近日，“百年百幅经典美术作品数字体验展”启动仪式在中国美术馆举行。

展览以京东方艺云的BOE画屏数字艺术显示终端为载体，展出中国美术馆馆藏的百件经典美术作品，涵盖国画、油画、水彩等多个艺术门类。据介绍，展览突破传统场馆展览的方式，创新采用“1+N+X”多地区多场景联动形式。“1”，即在中国美术馆一地举办启动仪式；“N”，表示作品将在多地公共文化空间、学校、商业空间、企事业单位等场景以线下数字化的形式同步展出；“X”，指活动还将通过BOE画屏APP，以云展等方式向BOE画屏联网终端进行推送。图为启动仪式现场，观众欣赏BOE画屏呈现的经典美术作品。

本报记者 张孜/文 本报记者 陈晨/摄

●文化产业赋能乡村振兴

浙江泰顺东溪乡：唱着茶歌奔小康

□ 陶李 靳畅

“溪水清清溪水长，溪水两岸好呀么好风光……”近日，上世纪50年代流行的歌曲《采茶舞曲》在互联网上再度“翻红”。该歌曲被改编成摇滚、民谣、rap等各类音乐形式，由网民翻唱，播放量不断攀升。

浙江省温州市泰顺县东溪乡王阿姨看到视频后感叹，“没想到有一天我们乡里走出去的歌儿，能被大家唱出这么多花样儿。”

泰顺县东溪乡是《采茶舞曲》诞生地。1958年春天，浙江越剧二团艺术室主任周大风在东溪乡采风、体验生活一个多月。当年5月11日晚，周大风在东溪山上村村土楼“因感而作、由情而发”，通宵达旦、一气呵成创作了

《采茶舞曲》，并由当地村民首先唱响，并迅速传唱大江南北。

近年来，东溪乡连续多年举办茶歌大会，以歌传情，唱出茶乡文化。除《采茶舞曲》之外，还有一系列与茶文化有关的歌曲被搬上舞台。

“今年已经是东溪乡举办全省茶歌大会的第三个年头。”东溪乡党委会员白植广说，“我们希望进一步做好泰顺县歌《采茶舞曲》的传承工作，丰富泰顺茶旅文化内涵，讲好《采茶舞曲》故事，提升泰顺文化旅游品牌形象，推进泰顺茶产业复兴发展。”

事实上，自2016年起，东溪乡就已经确立“茶歌小镇·音乐东溪”的目标定位，并积极挖掘《采茶舞曲》文创产业，打造以《采茶舞曲》元素为核心的文化提升项目，将文化资源变成经济

资源。近几年，东溪乡陆续建成滨水音乐公园、周大风《采茶舞曲》纪念馆、《泰顺茶馆》体验馆等项目，并全面推进文旅配套。

如今，漫步在东溪乡，画有音乐五线谱图案的建筑外立面、设计成音符形状的路灯、拿着不同乐器的人物雕塑、刻在石板上的《采茶舞曲》乐谱，无不体现出当地浓厚的艺术氛围，每年都能吸引不少音乐爱好者前来考察游览。

依托“茶歌”文化品牌影响力，许多东溪乡村民还实现了在家门口吃“旅游饭”。2021年上半年，东溪乡财政总收入2891.2万元，全乡村集体总收入189.82万元。

“之前在外地做生意，听说家乡正在搞旅游，觉得有很大的发展前

景，我就回来了。”在东溪乡经营民宿的村民蔡海强说，“游客基本都是自驾，周边的景点我都会推荐，我还会讲讲《采茶舞曲》是怎么诞生的，因为这些内容我小学读书的时候就知道了。”

“许多外出打工的村民，现在在家门口就能赚钱了。这两年茶客也多了，茶商也多了，在家门口就把自己的茶叶卖出去。”东溪乡上村村党支部书记蔡伟平说。

东溪乡乡长叶晓东表示，东溪乡将会按照“茶歌小镇·音乐东溪”的定位，依托茶产业，持续擦亮“茶歌”金名片，通过与音乐院校合作等方式，推动特色文化发展，谱写“以茶会友、以歌传情、以旅富民”的新农村乐章。