

● 年终专稿

# 起承转合 乘风破浪

——回眸2021年八大文化热点

□ 本报特约记者 沈仲亮

2021,跌宕起伏,奔涌向前。文化蔚兴多少事,点染激荡辛丑年。

文化之脉,交汇在这承上启下的一年。“十四五”扬帆启航,国家文化公园蓄能再出发,国家级文旅发展载体集中破题。脉,是持续奋斗,一脉相承。

文化之韵,浸润于这变化无穷的一年。传统文化频繁“出圈”,非遗传承精彩纷呈,演艺精品层出不穷。韵,是金石清音,韵味悠扬。

文化之势,拔节在这除旧布新的新年。产业转型深入推进,供需结构优化升级,新兴产业活力彰显。势,是顺势而上,积极作为。

文化之潮,激荡在这乘风破浪的一年。数字化重构文旅消费场景,新消费争夺年轻人市场。潮,是挺立潮头,再战江湖。

起承转合,乘风破浪。如切如磋,以期未来。

## 1.起: 郑重起笔,擘画“十四五”文化产业蓝图

文化和旅游部发布《“十四五”文化产业发展规划》,描绘了一张文化产业高质量发展的蓝图。《规划》从推进文化产业创新发展、促进供需两端结构优化升级、优化文化产业空间布局、推动文化产业融合发展、激发市场主体发展活力、培育文化产业国际合作竞争新优势、深化文化与金融合作等7个方面,明确了“十四五”时期文化产业发展的主要方向,并通过8个专栏列出44个重点举措、工程项目,着力增强《规划》的可操作性。

展望未来,到2025年,文化产业体系和市场体系更加健全,文化产业结构布局不断优化,文化供给质量明显提升,文化消费更加活跃,文化产业规模持续壮大,文化及相关产业增加值占国内生产总值比重进一步提高,文化产业发展的综合效益显著提升,对国民经济增长的支撑和带动作用得到充分发挥。

## 2.承: 非遗二十年,文化传承的觉醒与澎湃

2001年,昆曲被联合国教科文组织列入首批“人类口头和非物质文化遗产代表作”时,国人对“非物质文化遗产”这个提法所知甚少。

20年的今天,中国已成为入选世界级“非遗”项目最多的国家。今年5月,文化和旅游部印发《“十四五”非物质文化遗产保护规划》,非遗保护利用迈入新的历史阶段。

20年间,国内非遗保护法律法规体系日趋健全,项目名录日益丰富,保护水平持续提升,“活化”利用生命力旺盛。数据显示,地方建设非物质文化遗产扶贫就业工坊超过2000所,带动项目超过2200个,带动近50万人就业,助力20多万贫困户实现脱贫。这也成为中国传统文化及其产业从懵

懂不自知,到逐渐觉醒、起势、成长的一个缩影。

## 3.转: 演出市场揭开转型大幕

2021年是演出市场的转型之年。一方面,疫情的影响仍在持续;另一方面,演出市场需求正加速释放。如何兼顾盈利目标与常态化疫情防控要求,已经成为对演出企业的一个考验。

演出市场有几个值得关注的方向。“在线化”是一个探索方向,演艺机构与互联网平台的合作将愈加紧密,在线演出的品牌打造将提上日程;“精品化”是一个发展方向,头部演出企业在这个发展周期会有更大优势,就看疫情之下谁能坚持到最后,并及早进行谋划布局;“文旅融合”是一个提升方向,演出行业与景区、酒店、重点旅游目的地等进行内涵式融合发展;“管理精细化”是一个转型方向,演出行业可能要与管理精细化告别,推进演出活动的全流程管理、精细化管理,包括票务信息的管理、演出数据的统计、演出审批环节合理化、行业发展趋势预判和指导,等等。

## 4.合: 当研学旅游会上“双减”节拍

“双减”政策的影响波及多个行业,早已是万亿级市场的校外培训必然会出现大规模的外溢分流。众多业界人士看好研学旅游行业,认为其或将从“双减”中受益。

事实上,目前的研学市场做得越来越丰富,无论从旅游活动的组织上,还是学习内容的拓展上,都很有吸引力。家长看重素质教育、综合实践课程,孩子乐于接受寓教于游的形式,加上寒暑假的时间充裕,都是对研学旅游的利好。但同时,研学旅游让行业受益,不代表研学企业都能过好。新东方、好未来这样的学科培训巨头早有研学业务,以中青旅为代表



图虫创意 供图

的旅游综合集团也已经在研学赛道实现了不小的斩获。研学市场的竞争将更加激烈,产品也需要更加丰富、更多层次、更高质量。

## 5.乘: 乘势而上,国家文化公园蓄能再出发

今年,《长城国家文化公园建设保护规划》《大运河国家文化公园建设保护规划》《长征国家文化公园建设保护规划》正式印发,标志着国家文化公园建设正在加快推进。

建设国家文化公园,就是要让文物说话、让历史说话、让文化说话,整合具有突出意义、重要影响、重大主题的文物和文化资源,实施公园化管理运营,实现保护传承利用、文化教育、公共服务、旅游观光、休闲娱乐、科学研究功能,形成具有特定开放空间的公共文化载体,集中打造中华文化重要标志。保护规划的出台,为推进国家文化公园建设提供了科学指引。同时,国家文化公园涉及省份多、部门多,对统筹协调、分工合作提出了更高要求,也将推动相关制度创新、运营创新、项目创新等。

## 6.风: 河南卫视“出圈”,刮起传统文化旋风

河南卫视在2021年多次登上热搜,几场极具创意和美感的演出,让许多原本对传统文化无感的观众彻底被“圈粉”。从春晚的“唐宫夜宴”,到“元宵奇妙夜”;从水下的“洛神水赋”,到地上的“龙门金刚”,把传统文化演绎得美轮美奂,赢得一片赞誉。

河南卫视刮起了一阵传统文化的旋风,也离不开传播理念的创新。“唐宫夜宴”等节目在社交媒体,尤其是在年轻人汇聚的微博、B站、快手等平台上,收获了巨大的关注度,并加速了节目口碑的传播。这也启示人们,传统文化其实从未走远或“过时”,只是需要更为创意化的表达方式,更贴

近新一代消费者的传播方式。传统文化的宝库,还有更多有待发掘的精品内容。

## 7.破: 重磅破题,首批国家级夜间文旅消费集聚区亮相

11月,文化和旅游部发布第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单,120个项目入选。

备受关注的首批名单,在遴选要求上其实相当严格,四至范围、业态集聚程度、公共服务水平、品牌知名度、市场秩序以及政策环境等方面均有明确规定。其中,街区、文体商旅综合体、省级及以上文化产业示范园区商业区域内夜间营业商户中的文化类商户数量或营业面积占比不低于40%。这也是为了真正遴选出文化内涵丰富、地域特色突出、文化和旅游消费规模较大、消费质量和水平较高、具有典型示范和引领带动作用的区域。

## 8.浪: 文化新消费,卷起新浪潮

2021年文化消费领域最引人关注的一点,是新消费的崛起。以剧本杀、文旅盲盒、文创商品、网红文化等为代表的新型文化产品,正在制造一个庞大的新兴消费市场,形成新的时尚消费浪潮。

但浪潮之上亦有惊涛骇浪。剧本杀市场规模已超百亿元,景区、酒店也纷纷引入,但同时,剧本杀行业在消防安全、内容审查、防疫管理等方面存在的问题,也引起了监管重视,下一步很可能迎来市场洗牌。考古盲盒、玩具盲盒、机票盲盒等销售火热,但宠物盲盒事件也引发了对盲盒经济的反思。网红景点越来越多的,社交媒体在旅游营销方面的作用与日俱增。但小红书暴露出的“照骗”问题也一度将网红景点推上风口浪尖。因此,新的一年中,对新型文化消费进行规范化引导,或将成为一个趋势。

## ● 文化产业赋能乡村振兴

# 上海吴房村: “画”里走出的江南桃花源

□ 本报特约记者 丁宁

上海市奉贤区青村镇西南部的吴房村,距离市中心30余公里,紧靠南桥新城。2018年8月,吴房村被列为全市首批9个乡村振兴示范村之一,开启了美丽乡村建设征程。昔日人老屋旧的吴房村,在文化赋能下,今日已经成为“桃源十景”网红村,为上海乡村振兴提供了可借鉴的新样本。



墙绘成为吴房村的特色景观  
上海市奉贤区文化和旅游局供图

## 艺术扮靓乡村

吴房村村域面积约1.99平方公里,全村总计421户,改造前村里房屋空置率达60%,留守村中的以老幼居多。吴房村入选上海首批乡村振兴示范村后,来这里操刀设计的是中国美术学院风景建筑设计研究总院有限公司(以下简称“中国美术学院设计总院”)的艺术家、建筑师。他们聚焦文化赋能,用艺术提振乡村,力求再现江南桃花源,并与村民展开在地化的深度合作,共同探索从“乡村艺术振兴”向“乡村社会振兴”的转变。

目前,吴房村立足“江南水乡”和“海派特色”两大资源优势,共规划四个功能区。“为了全面提升吴房村的整体风貌,中国美术学院设计总院创新性地提出全域设计概念,即将视野所见的每一处风景都纳入综合设计范畴。这种工作方式,有效弥补了传统专项设计所忽视的整体风貌的把控。”奉贤区文化和旅游局相关负责人介绍。

与传统做法不同,吴房村的整体风貌设计起源于艺术家的国画——“桃源吴房十景图”。“桃源吴房十景图”由著名画家吴山明与吴扬联袂创作,充满了诗情画意,吴房村后续的整体规划、建筑、景观、风貌设计都源于这幅图。“源于艺术、高于设计、充满灵性”,是中国美术学院设计总院为吴房村乡村振兴设计项目提出的新思路,“将美丽绘于乡村,让艺术留住乡愁”。

据介绍,吴房村项目最大的挑战是如何在现状基础上,保留原有的乡村风貌。建筑师充分调研了吴房村的历史建筑和周边环境,从房、农、林、水、田、路、桥七个方面着手,全新布局,在保留田间作物、水系河道和古村的前提下,凸显吴房村的江南文化历史印记。建筑基调汲取了吴房村原貌最淳朴的粉墙黛瓦风格,为了与桃花相映生辉,建筑的色调以素雅为主,柔美的坡屋面流线、朴实的木饰线条与窗框、步移景异的村落景观,展现出海派水乡的柔美和乡野风貌的淳朴自然。设计团队还注重将设计、绘画等元素融入项目的设计当中,创造出与当地“黄桃”产业相关的农旅体验经济,打造了吴房村乡村旅游的特色产品。2021年10月,吴房村(黄桃)入选第十一批全国“一村一品”示范村镇。

## 农耕文化吸引城市游客

近年来,共享经济理念和农旅相融合,产生了独具中国特色的共享农场模式。青村镇相关负责人表示,吴房村自然资源丰富,具有发展乡村旅游的天然优势。通过中国式共享农场模式来发展乡村旅游,能给游客带来更加真实的农耕体验。与此同时,吴房村背靠上海市巨大的亲子消费市场,采用共享农场的方式,可吸引更多家长带着孩子来认领土地、亲近乡土农耕文化。

在吴房村错落有致的房屋之间,运营团队建设了一个用于拉近孩子们与农村距离的“思尔屯共享农场”。在这片一亩左右的农场中,城市里的孩

子们可学习耕作节气知识,体验到农村传统的耕作方式。此外,孩子们还能以认领“菜地”的方式,精心打理一片属于自己的菜地,每个月都可以来采收自己种的蔬菜,平日里会有村民阿姨帮助他们进行打理。自己的菜地让城市里的孩子在乡村有了一份归属感……

在奉贤地区,人们有用大米为原材料制作民俗美食“米糕”的习惯。吴房村就有一位手艺高超的米糕制作者——吴阿姨,她有20年的米糕制作经验。“跟着吴阿姨做米糕”,如今已经成为吴房村的一个网红打卡体验项目,受到不少城市游客的喜爱。在吴阿姨米糕工坊,围着土布围裙的吴阿姨搅拌着粉面,一边示范米糕的制作工艺,一边向身边的游客讲述米糕的故事。通过现场教学,游客们有样学样地制作起米糕。当一笼蒸格打开,雪白的米糕香气扑鼻,引得大家争相品尝。临行,他们还不忘记把这款舌尖记忆带回家。

## 乡土文化+市场,魅力没法挡

吴房村织布技艺历史悠久,文化底蕴深厚。近年来,吴房村把织布文化与市场需求相结合,研发了许多土布艺术创作的体验产品,受到市场青睐。越来越多的游客走进吴房村,学习将美丽的土布进行裁剪,或拼接成衣服,或进行土布艺术画等艺术创作。此外,吴房村将自身的黄桃特色与汽水、啤酒、香皂等日常消费品结合,适时推出了黄桃主题系列文创产品,并打造“田心农创市集”,让游客能将吴房村的文化打包带走。

“乡村振兴的富民政策真好,通过房屋租赁、种植和销售黄桃、发展旅游等,大家腰包慢慢鼓了起来。特别是周末,很多游客乘车而来,体验乡村风光,给我们带来了实实在在的收益。”村民平梅华说。

目前,吴房村也办起了民宿,晨云、行露、溪涧……每一间客房的名字都充满诗情画意,令人仿佛回到古时的山水田园生活。村民吴老伯说,在村里住了大半辈子,怎么也想不到自己的家乡会眨眼之间变成“世外桃源”。

据介绍,2022年起,青村镇将以吴房村为起点,以十里桃花观光路、沿线路公路林荫道、南奉公路、青溪老街为纽带,建设“十里观光路”“黄桃产业体验馆”“桃世界主题乐园”等沉浸式体验、休闲娱乐项目,打造无人驾驶观光线路,让生态休闲旅游产业展现新活力。同时,将以花为媒举办桃文化节,用独特的黄桃文化,树立青村黄桃品牌形象,提升市场竞争力,促进黄桃产业与旅游深度融合。

青村镇党委书记彭军表示,青村镇将勇做开路先锋,全面推进乡村文化和旅游深度融合,全面激活乡村沉睡资源,全面释放乡村振兴的内生动能,让人们记得住乡愁、看得见发展,让乡村更繁荣。

# 温州泰顺: 首创“非遗外卖” 推进文旅融合

□ 章璇 陈国期

最近一个月,“非遗外卖”“泰顺非遗”“外卖表演”等字眼频繁出现在泰顺人的朋友圈中,许多人对这种特别的外卖服务表示新奇,非遗表演也能点外卖?

其实,“非遗外卖”是由浙江省温州市泰顺县非遗保护中心最新推出的文旅服务项目。虽说是外卖,却没有派送员送货也不售卖商品,而是由专业的非遗传承人亲自上门表演。外卖下单人可以提前在各发放点的宣传册上获取演出价格、节目详情等信息,再约定上门时间、地点和表演节目,下单后便可等待非遗传承人上门表演。

## 疫情影响 非遗表演面临困境

泰顺县是生态旅游资源大县,得天独厚的生态环境和丰富的非物质文化遗产深受游客喜爱。以前我们在泰顺西溪廊桥文化园演出时,每天至少有5场表演,遇到五一、国庆这些节假日,都是座无虚席,还会适当地增加演出场次。从幼儿园的小朋友到七八十岁的老人都很爱看我们的表演,有些游客上午看完觉得不过瘾,下午再来看一场。”国家级非遗项目提线木偶戏的省级传承人蔡晓华说。

受疫情影响,近两年泰顺县部分景点或关闭或限流,“不止音乐节”“走走泰顺,一切都顺”旅游季”等一

系列旅游宣传活动被迫暂停,很多室内表演随之取消,一些上演的节目,来观看的游客少了一大半,不少在景区内表演的非遗传承人因此失去了演出机会,有人甚至选择开展副业或者转行。亿联华东大峡谷文旅部负责人包燕舞表示,“现在来泰顺旅游的游客相比疫情前少了很多,非节假日一场表演连一半座位都坐不满,投入大、收益少,而支出费用却没变,压力确实很大。”

为了减少疫情影响带来的损失,做好本土非遗的传播与传承工作,实现非遗表演常态化成为迫切需要解决的问题。于是,泰顺县非遗保护中心工作人员多次联合本地的非遗传承人、非遗专家及景区、酒店等旅游从业者,广泛收集各方意见、共同商讨改革良策。

## 非遗外卖 探索文旅服务新形式

泰顺县原副县长孟孟晨在实地调研后,分析了当地旅游现状和当下流行热点,并提出建议,将时下流行的点外卖和非遗表演结合起来,让游客根据自己的兴趣和喜好选择想看的节目,他们点单,接单团队上门,这样既降低了疫情防控期间景区文艺演出的运营成本,又能让游客拥有自主选择的机会。

国家级非遗项目陡步龙的省级传承人林长就表示,“以前很多游客反

映,在固定的时间和地点观看演出存在一些不方便,有时候他们逛完了景点,演出还有几个小时才开始;有时假期短,想把喜欢的景区都逛遍,奈何不是每个景区内都有非遗表演,必须要作取舍。”

泰顺县非遗保护中心主任鲍厚济表示,泰顺县虽是非遗大县,但国家级传承人仅6人,省、市、县级的传承人加起来也不到500人,相对全县的人口基数,非遗普及面依旧太小。“如果能够把非遗表演带入校园、民宿等年轻人的聚集地,可以增加与年轻人的互动,鼓励他们加入到非遗传承的队伍中。”

“非遗外卖”项目确定后,便开始了节目单的筛选工作。工作人员从观赏性、体验感、视觉冲击力等多个方面综合考量,最终从50余个申报项目中精选出25个非遗节目,总参演人员110人。之后,主办方将表演者或表演团队负责人的联系方式印在“非遗外卖”——泰顺非遗展演体验联系手册上,发放到学校、景区、酒店、民宿等市民和游客集中的场所。

## 常态运营 持续推进文旅融合

“非遗外卖”项目10月10日正式启动。11月12日,第一单外卖表演于泰顺县国立英士大学纪念馆内开启,这场表演由泰顺县阳程国际旅行社“下单”,泰顺县三艺木偶剧团“接

单”。惊险曲折真假美猴王大战、唯美灵动的木偶偶舞、令人称奇的木偶变衣秀……一场场精彩的提线木偶表演让在场的200多名观众大开眼界。演出结束后,不少观众跃跃欲试,在传承人的手把手指导下,学习指挥木偶们眨眼、抬手、踱步等,感受提线木偶的无限魅力。

据了解,“非遗外卖”推出后,许多游客和市民都表现出极大的好奇和好感。县非遗保护中心于12月10日开通了线上订购渠道,在微信小程序“好玩泰顺”里专设了“非遗外卖”栏目,并附上相关介绍、活动费用、表演人、咨询电话等信息。“非遗外卖”项目启动以来,外卖订单已累计15个,好评不断。鲍厚济表示,相关工作人员将会不定期收集下单人和在场观众的意见,努力把“非遗外卖”项目打造得更完善,争取早日发展成为泰顺县的品牌项目。

近年来,泰顺县积极推动非遗与旅游深度融合,推出了“非遗在社区”“好玩民宿在泰顺”“跟着二十四节气游乡村”等系列活动,为“非遗外卖”项目的设立打下了良好基础。泰顺县文化和广电旅游体育局旅游信息中心主任夏斌表示,全力推进“非遗外卖”这一新模式,是泰顺文旅融合的新探索,也是非遗传承保护的新方式,更是贯彻落实“生态立县、旅游兴县、产业强县”战略的一条具体路径。



12月24日,中国美术馆为雕塑园中最受观众关注的20件雕塑作品张贴二维码,这是该馆“我为群众办实事”实践活动之一。观众用手机扫描二维码,不仅可以看到作品的相关信息及作者简介,还可以了解到雕塑表现的背景及创作意义。图为工作人员张贴二维码。 本报记者 张玫/文 本报记者 陈晨/摄