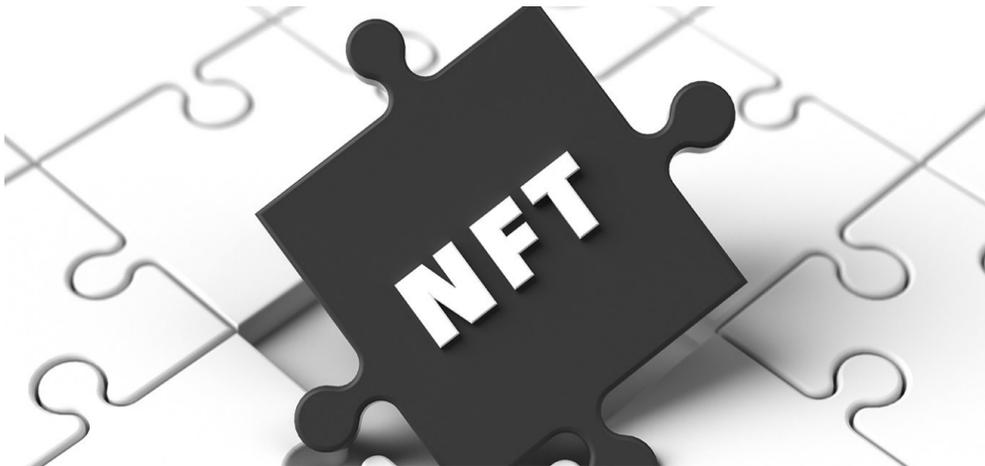


元宇宙风口下——

景区数字藏品NFT 玩法之上链接更多可能



图虫视觉 供图

曹燕

数字藏品 NFT (Non-Fungible Token),是指“非同质化权益证明”。简单来说,当一件作品被铸成 NFT 之后,该作品就成为了区块链上独一无二的数字资产。NFT 让元宇宙中的各种数字物品的价值归属、产权确认、虚拟身份的认证都成为可能,所以,NFT 将是未来元宇宙经济活动中,连接现实世界和虚拟世界的重要载体,有人将 NFT 比喻为开启元宇宙世界的门票。

近期,多家景区纷纷“试水”数字藏品 NFT,大唐不夜城推出“大唐开元·钟楼”“大唐开元·小雁塔”数字藏品,正月初五还应景推出了“头号财

景区推出数字藏品,市场会买单吗?据海昌海洋公园官方介绍,海昌 NFT 数字盲盒发售以来,市场反应火爆:线上 3000 份发售首日 30 分钟售罄,其中第一波 1500 份 3 秒售罄;线下 7000 份也已销售一空。原价 66 元的线上版盲盒,在二级市场已升值至最高 1666 元,翻了 25 倍。

数字藏品的更多玩法在被发掘。今年正月初五,曲江文旅联合大唐不夜城推出“头号财神”数字藏品,限量发售 388 份,其中一份采取竞拍形式,起拍价 1 元,成交价涨到了 1321 元。据介绍,该数字藏品是基于树图区块链技术,在树图链上有唯一映射虚拟凭证的数字作品。其他 387 份数字藏品以统一一口价售卖,18.8 元。

采访过程中,多位业内人士认为目前国内景区发售的数字藏品 NFT,可以理解成一种很好的营销策略和传播手段,是在疫情防控常态化背景下,景区打破常规,拥抱数字经济,不断寻求新突破的努力。

“这几年来,在疫情防控常态化背景下,随着游客旅游方式和消费习惯的变化,推行服务线上化和产品数字化势在必行。”常州中华恐龙园副总裁哈静说,一开始景区也是抱着“试水”的态度,结果出人意料。在她看来,现代人平均每天都花费大量的时间沉浸在虚拟世界里,对 NFT 的接受度比预计要高很多。

更重要的是景区自身主题内容的

神”数字藏品。常州中华恐龙园推出以“恐龙”为主题的数字盲盒、上海海昌海洋公园推出主题为“虎鲸骑士团”的数字盲盒……

博雅方略文旅集团副总裁梁建军称,关注元宇宙,反映出文旅行业迫切需要新技术的赋能。他举例说,前几年,中国文旅从业者到日本学习沉浸式光影技术,被当时由多媒体光影技术和无限创意设计结合后的项目震撼,不久之后,国内就出现了大量沉浸式演艺和沉浸式光影体验项目,受到

据观察,目前景区发售的数字藏品,基本都是一经上线就被一抢而空,足见其受欢迎程度。“目前各大机构发行的数字藏品,单价都很便宜,而且是限量发售。和你去景区旅游买回纪念品不同,花费不多就可以拥有独一无二的数字藏品。”中国长城学会国际交流部主任韩国伟说,如果 9.9 元就可以购买到一件限量发售的长城数字藏品,有收藏价值,相信很多游客都愿意购买。

不久前,冰墩墩被国际奥委会授权,制作成为了 NFT 数字盲盒,以 99 美元的价格发售,限量 500 个,在国外

提炼。据了解,目前常州恐龙园出炉的数字藏品主题都和“恐龙”相关,元宇宙的 UGC 特征(用户创造内容)激发出大量意想不到的数字产品。这也是一个去发现景区粉丝、提炼景区 IP 的过程,将喜欢、关注恐龙园的人聚集在一起。

数字藏品 NFT 的出炉过程,对应着 Z 世代游客的消费需求和心理。“玩”起来很重要,并且,这个玩法又是不断迭代、更新的。因此,常州恐龙园景区希望进一步提炼出“恐龙家族”的概念,哈静认为,“这可以帮助景区更

游客的追捧和喜爱。现在的元宇宙热下的景区数字藏品 NFT,也反映出文旅从业者的敏锐性和创造性,“大家都

值得注意的是,景区数字藏品 NFT 还与时下同样流行的盲盒“牵手”,通过互联网终端,将数字盲盒商品进行加密;消费者购入的盲盒均处于未开启的状态,只有拆盒后才能确定独一无二的 ID,唯一编号,完全盲拆。在数字藏品玩家贺鹏看来,“有种不确定感,惊喜感。”

数字交易平台上线。第二天,这些数字藏品的二手转卖价格,就上涨到了 700 美元至 2000 美元之间。而其中最高的报价,更是达到了 88888 美元。

值得注意的是,在国外,NFT 可以在拥有者之间进行交易,这就带来了投机与炒作。在区块链和元宇宙两大概念的背景烘托下, NFT 产生了大量泡沫。

去年 5 月,中国互联网金融协会、中国银行业协会、中国支付清算协会联合发布《关于防范比特币风险的通知》《关于防范虚拟货币交易炒作风险的公告》,严禁虚拟货币炒作。中国互

好地将主题文化根植于游客心中,在这个社群中,大家有共同的话题,有情谊纽带,也能分享彼此的不同。”从这一点看,数字藏品 NFT 在激活社群私域流量池方面将大有可为,人气很重要,认同感很重要,最终的目的是转化为景区文化衍生产品的营收。

海昌文化旅游研究院院长李昌霞说:“过去的文旅行业一直是单向生产、单向消费的供给关系。当我们去策划一个主题乐园的项目时,是邀请专业的设计公司和创意人才来参与。但元宇宙给了我们一个新的想

2021 年被称为元宇宙元年。随着元宇宙概念的大火,各行各业都纷纷入局这场数字化盛会。近期,作为文旅元宇宙的重要板块,多家景区发售数字藏品(NFT),通过线上交易场景,与年轻人产生链接、互动,形成一种全新的数字消费业态,彰显景区的个性。这也是在疫情防控常态化背景下,景区打破常规、拥抱数字经济、创新营销手法、不断寻求新突破的努力,也为未来打开了更大想象空间。而每一件数字藏品 NFT 的背后,都需要景区 IP 的支撑和活化,回到那个根本性的问题:如何打造 IP 是景区需要不断思考的命题。

海昌海洋主题乐园相关产品负责人表示,NFT 数字盲盒之所以受到追捧,原因在于,采用 NFT 加密技术的盲盒,作为具有“链上时间戳”的“数字权益证明”,可以被拥有、收藏、展示、转售及炫耀,既能满足人们的观赏、收集、社交需求,也兼备交易功能及增值空间,并且不会被侵权。

“对于 NFT 创作者来说,能让你打上自己的标签,证明作者是你。世界上不会有两个完全一样的 NFT,就如世界上不会有两个完全相同的人,这对收藏者来说很有吸引力。”贺鹏说, NFT 这些特点天然与具备稀缺性的产品适配。

互联网金融协会申诉委员肖飒也提出,谨防以盲盒形式经营数字藏品的法律风险。

目前,国内权威背书的数字藏品交易平台的产品发布频次低,定价低且未开放二级市场,平台呈现出供不应求的状态,因此数字藏品交易平台掌握更多议价权。但是市场对数字藏品 NFT 的追捧,已经为未来打开了无限想象空间。

贺鹏说,参与 NFT 交易的 95 后最多,其次是 90—95 年生人,接下来是 80 后,70 后、00 后极少,这是因为 NFT 满足了大部分年轻人追求特立独行、独一无二的心理。他同时也认为,“未来随着我国数字藏品的监管政策逐步完善,相信 NFT 会发展得越来越好。”

象空间,从故事到设计,从设计到艺术,从艺术到玩家,所有的联系都是线上和线下结合,虚拟和现实联动,对于景区而言,赋予了它更多玩法和个性化内容。”

每一件数字藏品 NFT,其实都是一个生动的形象或场景,这些都需要景区 IP 的支撑和活化。业内人士指出,个性化与互动性强是当下文旅 IP 主要的吸引力,特别是对 Z 世代人群来说,他们所追求的情感浸入感、互动参与感和群体认同感会成为文旅产业潮流涌动的方向。“有市场基础的、文化属性强烈的数字藏品背后有着巨大的商机,而这也是景区快速切入元宇宙的契机。”哈静总结。

提升乡村旅游 助力乡村振兴

山东推村庄景区化亮点多

□ 李晶媛 高雯雯 黎晓倩 刘英煜

2 月 22 日,中共中央国务院出台了《关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》,明确提出“实施乡村休闲旅游提升计划”。景区化村庄已成为助力实施乡村振兴战略的有力抓手和重要途径。近年来,山东大力推进村庄景区化建设,实现了乡村旅游业态的深度融合和创新发展,涌现出一批景区化村庄典型,并通过总结典型经验、挖掘案例亮点,形成了乡村旅游助推乡村振兴的“山东模式”。

村貌改善明显

走进临沂沂南县竹泉村,仿佛步入了世外桃源。很难想象在十多年前,这里是个每逢雨季道路就泥泞不堪,进出村都是难题的贫困村。2007 年,山东龙腾竹泉旅游发展集团有限公司开始对竹泉村进行旅游开发,本着“因地制宜”“保护性开发”的原则,在保留村庄整体格局、原始建筑和传统民俗文化的同时,加入旅游的元素。随着旅游基础设施投入,竹泉村居民的生产也得到了改善。

淄博市高青县蓼衣樊村临近黄河,历史上曾多次遭受水患,产生了大片盐碱地。土地贫瘠,粮食产量少,产业结构单一,导致该村一直不富裕。穷则思变,2014 年,蓼衣樊村开始发展乡村旅游,通过发展生态湿地旅游、农家乐等,走上了培植乡村旅游品牌、打造景区化村庄之路。如今的蓼衣樊村,道路整洁,村庄秀美,天鹅湖温泉国际慢城、黄河安澜湾两个度假区坐落于村庄外围,与蓼衣樊村连片形成了一道美丽的“黄河人家”风景线,引来了络绎不绝的游客。

马套村隶属于济南市长清区万德街道,以茶为媒,融合一二三产业,形成了全村参与的乡村旅游格局。如今旅游业是马套村主导产业。2015 年,马套村成立了济南市长清区将军山旅游度假区专业合作社,先后投资近 2 亿元对村庄进行改造,形成了旅游接待中心、茶文化体验馆、水库娱乐区、民宿体验区四个主要区域,马套村成了集生态旅游、人文历史观光、采摘餐饮、民宿居住为一体的旅游综合体。

2020 年,山东省委、省政府提出了“利用 3 年时间,到 2022 年底全省建成 1000 个左右景区化村庄”的工作目标。山东省文化和旅游厅联合相关部门,先后出台了《关于开展村庄景区化建设工作的指导意见》等政策文件,围绕文旅资源保护、配套设施提升、产品业态培育等方面进行精准指导,已连续两年开展两个批次的景区化村庄创建培育工作,全省景区化村庄数量达到 568 个。山东省文化和旅游厅相关负责人介绍,2022 年是“景区化村庄培育创建攻坚年”,文化和旅游部门提前谋划,择优筛选了 800 多个资源优、基础好的村庄纳入培育库,进行重点培育提升,确保高质量、高标准地推动景区化村庄建设。

文化助力发展

山东沂蒙红色影视基地所在的山东省沂南县马牧池乡常山庄村,是个有着 600 年历史的古村,文化韵味浓厚,旅游资源丰富。沂蒙红色影视基地董事长李照鹏介绍,在开发建设过程中,景区把保护生态环境和本地文化结合起来,充分挖掘红色文化和乡村

文化资源,不搞大拆大建,实行“以旧维旧”保护性开发模式,与传承红色文化、乡村文化结合,与爱国主义教育结合,与影视拍摄结合,收到了很好的效果,实现了保护和开发的双赢。

马套村在建设之初就非常重视乡村文化传承,通过打造非遗基地、实施非物质文化遗产保护措施、建设文化体验载体等方式,让村庄在保留文化底色的基础上高质量发展。济南市长清区将军山旅游度假区专业合作社总经理薛莉莉介绍,2018 年上半年,马套村启动了“乡村记忆工程”,对历史街区、传统民居院落、传统农作用具等物质文化遗产和生产、生活、民俗等非物质文化遗产进行挖掘、保护,打造的“古槐园”和村记忆馆等旅游景点,既展现了马套村发展的历史演变,也成为游客体验村庄文化的主要载体。

威海东墩村红色文化和儒家文化底蕴深厚,海草房资源保存完好,刺绣、剪纸、面艺等民俗技艺传承至今,发展乡村旅游有着得天独厚的条件。东墩村党支部书记刘书联介绍,东墩村通过“旅游+项目”“旅游+生态”“旅游+文化”等模式,以民俗、红色文化为主线,建设党校培训中心,333 万平方米海上乐园、胶东特色商业街等项目,对海草房进行保护性开发,形成了海草房主题院落群、精品小吃街等新业态。同时,建起石岛民俗馆、孔子学堂等景点,展示面塑、剪纸、草编等传统手工艺,传承和弘扬优秀传统文化。

富民成效显著

山东通过推动“景区化村庄”建设,实现农村向景区、农民向旅游从业者、农产品向旅游地商品“三大转变”,使当地居民真正享有旅游发展红利,推动乡村振兴发展。

“一开始,大家都还有些忐忑,随着景区化给村庄带来的益处逐渐显现,乡亲们在家门口就能挣到钱,大家的积极性也上来了,现在村里一多半的农民都参与到乡村旅游产业中来了。”蓼衣樊村党支部书记司国营说。村里先后建起了“农村大席”主题食堂、家庭式个性化服务的养生小木屋和“农村大炕”风格的蓼衣客栈,靠着景区化建设建设与系统运营,到蓼衣樊的游客日渐增多,2015 年蓼衣樊村实现整体脱贫。“下一步我们将继续坚持走发展乡村旅游的道路,丰富文旅项目,让村民们在乡村旅游这条致富道路上越走越远、越走越光明。”司国营说。

村庄的发展也吸引了“新居民”和“返乡人”。文登人田海霞一口气租下了东墩村南街 4 处海草房院落进行改造。疫情前,她的民宿年接待客人 500 多人,客房收入超过 6 万元。“其中两家民宿还被街道评为精品型、普惠型民宿,获得了 5 万元和 2 万元的现金扶持奖励。”她说。东墩村的“一店一品”精品小吃街、“一院一主题”精品民宿项目,也吸引了十余户村民返乡创业,带动就业百余人。

“竹泉村的开发有效带动了当地农民依靠旅游脱贫致富。”竹泉村风景区运营总经理赵军说:“全村村民人均年收入由 2007 年的不足 4000 元增加到 2018 年的 3 万余元,全村超过 80% 的家庭主要收入依靠旅游。”目前,周边二十几个村的村民都围绕旅游做起了文章,村民就地华丽转身成为老板,经营起农家乐、民宿、农产品加工售卖、采摘园、家庭农场等;景区周边也开起了大批的农家乐,目前超过 300 个餐位的农家乐就有十多家,为推动乡村振兴起到了引领作用。

山东省文化和旅游厅相关负责人表示,山东重点实施的景区化村庄建设、乡村旅游重点村创建等乡村旅游精品培育工程,不仅保护了乡村自然风貌,还为培育壮大村集体经济提供了产业支撑,增强了村民的幸福感和获得感。下一步,山东计划将景区化村庄纳入动态管理,建立可持续发展机制,引导相关村庄优化整体环境、开发体验产品、提升服务质量,不断探索乡村旅游精品化发展新路径,建设更加优美、规范、富裕的乡村旅游目的地,为打造乡村振兴齐鲁样板贡献文旅力量。

遗失声明

国兴汽车服务中心不慎将保险兼业代理业务许可证遗失;
机构编码:110102101255934003;
流水号:0690512
北京华旅西玛国际旅行社有限责任公司 旅行社业务经营许可证正本遗失;
证件编号:L-B-CJ00229;
声明作废

“好看中国·长征”“好看中国·长城”微信短视频活动说明

腾讯公司微信短视频与中国旅游报社宣传推广中心推出“好看中国”活动以来,文化和旅游行业管理部门、企业、博物馆、纪念馆等单位和个人积极参与,微信短视频在山东烟台、湖北武汉等地作了直播,收到很好的宣传效果,涌现出湖北省武汉市文化和旅游局、湖南省湘潭县文化和旅游局、山西省大同市广武山野生动物世界、北京环球度假区、河北中国马镇旅游度假区等短视频优秀案例。

这些短视频优秀案例有如下特点:一、有专门的短视频相关机构或岗位;二、内容健康积极向上,配合行业工作,配合本单位的工作计划、营销计划;三、作品成系列推出;四、有优美的配乐和优雅的文字解释。

为做好新形势下的网络宣传,视频号计划推出短视频“好看中国·长征”“好看中国·长城”“好看中国·运河”“好看中国·黄河”“好看中国·长江”等宣传活动,欢迎长征、长城、大

运河、黄河、长江沿线的文化和旅游行业管理部门、纪念馆(博物馆)、旅游景区、旅行社、酒店及游客积极参与。

一、短视频内容

包括但不限于以下内容:
1. 长征、长城、大运河、黄河、长江沿线的历史故事的挖掘;
2. 长征、长城、大运河、黄河、长江沿线的文旅融合;
3. 长征、长城国家文化公园带动产业发展的案例;
4. 长征、长城等沿线知名景区、非遗、节庆、民宿等的宣传。

发布作品请加上#好看中国·单位,例如:#好看中国·金山岭长城, #好看中国·哈达铺长征纪念馆。

二、参与单位与个人

1. 长征、长城等沿线的文化和旅游行业管理部门;
2. 长征、长城等沿线的纪念馆、博物馆;
3. 长征、长城等沿线知名旅游景区、旅行社、酒店、民宿;

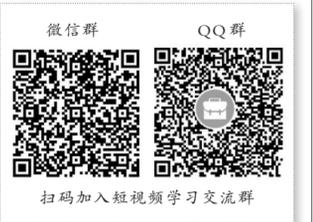
4. 长征、长城等文化研究专业人士、爱好者。
5. 大运河、黄河、长江沿线的相关单位和个人,可参照长征、长城沿线的要求参与。

三、优秀短视频奖励

1. 平台积极推送相关内容;
2. 对质量好、效果好的作品,以案例形式向行业介绍;
3. 优秀的创作单位和个人,将以优惠条件参与线下活动。

四、活动时间

从即日起到 2022 年 8 月 30 日



万元奖励为景区征名

一、概况

浙江省湖州市安吉县报福镇统里村位于县城西天目山西北麓,属黄山山脉,紧连西天目山,与龙王山连接,面积为 240 平方公里。

发源于南天目山的统溪流贯村里,因村在统溪的里面,故名统里。村东南天目山为东天目北走余脉,海拔 1145 米,山势峻峭,龙泉、石林遍布岩壑,岩穴深奇,其境令人遐思。

名山结名刹,此村历代建有许多寺庙。其中颇为有名的是统里寺和南天目的彭真寺,还有圆通寺等,唐、宋年间颜真卿、欧阳修等朝廷大臣曾为其写诗题词。
地址:旅游景区位于湖州市安吉县报福镇统里村南天目山
简介:旅游景区以安吉县统里村南天目山为主体,深入挖掘文化内涵,依托良好的生态环境资源,以康养、度假、运动、观光为主要发展方向,力争打造成为国家 4A 级旅游景区,建设全国知名的高山森林旅游度假胜地、高山花园。

广告

二、投稿要求

1. 需结合“两山”理念,主题鲜明,创新新颖,寓意深刻,通俗易懂。具有强烈的可辨识度和视觉感染力。
2. 应用性强,可在各种场合、标牌和载体上使用。
3. 作品配写 500 字以内的文字说明,阐述名称的设计思路、理念和含义。
4. 投稿须注明“景区名称+投稿人姓名”。请务必在投递邮件中标明名称设计者姓名、身份证号码、联系电话、通信地址。电子稿件投递邮箱:2591880641@qq.com
三、评选及奖励方法
浙江报福旅游开发有限公司将以公平、公正的原则,组织评审委员会对应征作品进行评选。
优胜奖 1 名:
奖励人民币 1 万元
入围奖 20 名:
奖励人民币 1000 元