

关于文物与旅游融合发展的思考

□ 陈昶

文物诠释和展示了中华民族开拓创新、与时俱进、自强不息的进取精神，是蕴涵着丰富知识、智慧、艺术的无尽宝藏，是中华民族和中国人民坚定文化自信的重要源泉，是人类文明进步和世界文明进程中不可或缺并作出了突出贡献的重要组成部分。文物也是高品质的旅游资源，文物与旅游融合发展对增强旅游产品的吸引力、提升公众对文物价值的认知、弘扬中华优秀传统文化、满足人民美好生活需要具有重要意义。

文化旅游是通过旅游形式，感知、了解、体察文化遗产及其背景环境所蕴含的文化内涵的行为过程。文物风景资源是以文物及其背景环境为主体，能引起审美与欣赏活动，可以作为风景游览对象和风景开发利用的事物与因素的总称，它是构成文物风景环境的基本要素，是风景区产生环境效益、社会效益、经济效益的物质基础。中国文物旅游资源丰富，独具特色，内涵深厚，是我们做好文化旅游工作得天独厚的条件；文物也是提升旅游品质的重要因素；一些文物本身也是旅游景区的核心景观。已公布的306处国家5A级旅游景区中，包含各级不可移动文物的超过70%，以全国重点文物保护单位为核心资源的国家5A级旅游景区有117处，这也说明文物资源不仅是核心旅游资源，而且也是景区价值和景区等级的关键评价要素。

一、文物旅游景区开放利用原则和要求

文物旅游景区是指文物风景资源集中、环境优美、具有一定规模和游览条件，可供人们游览欣赏、休闲娱乐或进行科学文化活动的地域。文物旅游景区的开放和利用指文物保护单位在不影响文物古迹安全和真实性、完整性的前提下，依托文物旅游景区及其环境进行的游览、展陈、游客服务、经营服务等活动。开放的文物旅游景区应真实地展示自身的历史形象，恰当地使用多种艺术与技术手段和导游方

□ 刘德谦

今年，《中国旅游发展：分析与预测》(又名《旅游绿皮书》)已经连续出版了20年，整整的20年。到了年底，想起这件事，又心潮起伏。

这份由中国社会科学院旅游研究中心主持撰稿的我国旅游产业年度研究报告的连续出版，既是社科院旅游研究中心20年劳作的结晶，更与社会科学院的有关领导部门的关心指导和社会科学文献出版社的大力支持密不可分。它的出版，不仅有利于业界、学界和管理层深度了解每个年度中国旅游产业与学科研究的要点和热点，也有利于大家对这一产业和学科的前瞻。

回忆这20年，应该说《旅游绿皮书》的出版，既是时代发展的需要，也是时代发展的产物。

一、共同的努力

早在2000年，社科院旅游研究中心刚完成改组后，就酝酿着要把研究和编著这本连续性年度报告作为自己的工作任务。起初，参加酝酿和筹备的同志比较多，但最后只推举出了三位主编：张广瑞(时任社科院旅游研究中心主任)、魏小安(时任原国家旅游局政策法规司司长)和笔者(此前不久刚从《中国旅游报》杂志总编辑岗位退下来，于是由笔者担任了执行主编)。因为出版社对主编人数的限制，所以一部分热心此事并很有水平的专家就只好进入编委名单了。

根据旅游业的产业结构，经过酝酿，《旅游绿皮书》初期的结构便被定为了四大板块：主报告板块、三大旅游市场板块、港澳台板块、年度重点主题板块。主报告(有时又称“总报告”)的撰写一直是由主编来负责的。基于主报告实际上是一个“板块”，所以有时它也可以是两位撰稿人从不同重心阐述的并列两篇。头两年主报告中的“年度重要事件”的内容后来又单独拿出来细加分析，并作为总报告的另一篇(称“年度热点评析”或“热点点评”等)。

“三大旅游市场板块”的报告，由于其中的人境旅游一直是原国家旅游局的工作重心，所以入境旅游报告便特别邀请了原国家旅游局熟悉这一工作的同志来撰稿；在前三年，作者分别是匡民和张梅，自第四本至第十一本，撰稿人便主要是曾博伟了。出境旅游是张广瑞研究的专长，所以前十本出境旅游报告主要都是由他来完成的。

案，准确地向公众阐释其价值。文物旅游景区的利用要充分考虑利用方式、本体利用强度控制和游客容量控制等问题。

贯彻严格保护、统一管理、合理开发、永续利用的基本原则。开放利用必须以确保文物安全为前提，不得破坏文物、损害文物、影响文物环境风貌，避免过度开放。

(一)文物旅游景区开放应具备的基本条件

1. 开放管理机构应设有专门的服务接待部门，配备专职人员。
2. 应有专门的文物保护专门机构，配备专职保卫人员。
3. 应配备与开放服务相适应的文物保护设施和设备。
4. 应具有适宜于游客开放的内容和与之相适应的展示手段。
5. 对因人为或自然因素而造成文物损害的潜在威胁，及时采用相应的防护措施。
6. 文物旅游景区由多个机构管理的，应明确各机构之间的职责和协调方式。
7. 文物旅游景区管理机构应在符合本单位文物保护要求的前提下，制定开放服务的质量方针和质量目标，并组织实施。

(二)对游客的服务和管理

1. 游客参观活动对文物保存造成的干预或危害应尽可能控制在最低限度。
2. 游客数量必须严格按照景区游客承载量的测定数据与监测反馈实施管理控制与调整。
3. 游客参观活动不得对遗产的价值造成破坏或不良影响。
4. 注重环境优化，向游客提供优质服务。

以石窟寺为例，受限于价值内涵、承载空间、文物自身性能等因素，必须合理限定石窟寺的利用强度和规模，尤其是游客承载量。石窟寺的游客承载量包括核心景区承载量、重要区域(如窟前平台)承载量、各开放洞窟承载量、栈道/游步道承载量，重点洞窟和栈道必须确定瞬时承载量。

敦煌莫高窟对洞窟内的二氧化碳和湿度进行控制和监测，为60多个洞窟安装了温湿度传感器。通过监测发现，洞内二氧化碳和湿度一旦超过1500PPM和62%，壁画中的可溶盐分就会溶解。为了把洞窟环境波动控制在合理范围内，当突破界限时，就及时

其他研究板块的报告，是设法邀请全国旅游研究专家和旅游主管部门负责人来撰稿的。因为有了大家的支持，这才使得《旅游绿皮书》的主报告、三大旅游市场、港澳台、年度重点主题等各个板块有了真正高质量的稿件，也正是有了全国研究者的通力合作，才使得《旅游绿皮书》能够得到全国学界、业界、政府管理层的欢迎、信任和支持。

特别应该提出的是，这本“皮书”的成功还与有关部门和全国主流媒体的长期重视密不可分。在本世纪之初，社会科学文献出版社刚刚推出的“皮书系列”的报告还不多，在其《经济蓝皮书》《社会蓝皮书》等十多种年度报告之中，时任社长谢寿光就已安排了《旅游绿皮书》的选题；恰好“皮书系列”的报告又得到国务院新闻中心“中国网”的重视，于是《旅游绿皮书》也与该出版社的几份重要报告一起被精选进入了该网的“国情报告”专栏。每年《旅游绿皮书》出版的新闻发布会后，“人民网”“新华网”“光明网”等全国主流媒体也都从各自最关切的角度发布了《旅游绿皮书》的出版消息与内容，这也就为全国网络和纸质传媒提供了报道的基础，也从而在全国，尤其在旅游业界、学界和政府管理层引起了更多的重视和好评。

媒体的关注和与国家有关方面对这本《旅游绿皮书》的重视，同时也催生了全国有关旅游的各种年度报告的研究和编撰出版。正是因为对《旅游绿皮书》的价值和意义的看重，原国家旅游局综合司在局领导的支持下，特邀社科院旅游研究中心与该司共同研

采取措施控制进入洞窟的游客人数，保障洞窟环境的稳定和壁画的安全。

二、文物与旅游融合发展建议

文物与旅游融合要立足文物和旅游发展内在要求、顺应融合发展趋势，找准最佳切入点、最大公约数，推动文物和旅游相互支撑、优势互补、协同共进，拓展新的发展空间、形成新的发展优势，让文物保护成果更好地转化为满足人民美好生活需要的文化供给。我们也应该清醒地认识到，文化旅游需求尚未充分释放，文化旅游供给侧结构性改革任务依然较重，旅游在传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化方面还需要进一步发挥作用。以下从六个方面对我国文物与旅游融合发展提出策略与建议。

一是遵循文物开放利用原则，提高服务社会公众能力。坚持以保护为基础、为前提，推进文物合理适度利用，把握好旅游开发速度、程度和规模，实现文物资源与旅游资源的永续合理利用，确保文化旅游产业可持续发展。深入挖掘和阐发文物资源中蕴含的优秀传统和精神价值，充分发挥社会教育功能，充分认识到文物对社会的借鉴、滋养、启迪意义，提升文物工作服务社会发展的能力，满足人们对文化遗产观光游憩的需求，加深公众对遗产价值的理性认知，使文物保护成果更多惠及人民群众。

二是突出文化内涵和特色，实现自然和历史资源协同保护利用。文物旅游利用要突出文化内涵、自然特性和地方特色，充分考虑历史、当代、未来三个阶段的关系，科学预测文物旅游景区发展的各种需求；因地制宜地处理人与文物及其附属环境的和谐关系，保持文物周边环境优美，实现自然环境资源和文化历史资源的协同保护。

三是真实完整阐释文物信息，采用大众易于理解的方式进行展示。文物旅游展示应基于对文化遗产全面、深入的研究。要真实准确地解读文物承载的信息，避免对文物及相关历史、文化作不准确的表述。文物旅游要用

百姓易于理解和接受的话语方式阐释文物价值，针对不同背景的群体采用易于理解的方式，尊重不同受众的文化心理和文化习惯。通过发掘文物的内涵和价值，走差异化、品牌化发展的路子，把更多文化内容、文化符号注入景区景点，讲好“有意义、有意思”的故事，增强文化体验感和文化吸引力。

四是构建旅游空间新格局，创新资源保护利用模式。综合考虑文脉、地貌、水脉、交通干线和国家重大发展线路，把更多文化内容、文化符号注入景区景点，讲好“有意义、有意思”的故事，增强文化体验感和文化吸引力。

五是立足文物和旅游发展内在要求，打造世界级旅游景区。以优秀文物资源为主干，加强对文化内涵的发掘，让文物与教育互动、与科技联姻、与创意嫁接、与旅游融合，用文化提升旅游品位，把历史文化与现代文明融入旅游经济发展，打造更多体现文化内涵、人文精神的旅游精品。以世界遗产地、国家5A级旅游景区为基础，深入挖掘展示旅游资源承载的中华文化精神内涵，创新发展模式，完善标准指引，统筹资源利用，强化政策支持，保障要素配置，稳步推进建设，打造具有独特性、代表性和国际影响力的世界级旅游景区。

六是整合优劣势资源，推进业态融合。找准文物保护与旅游产业的结合点，推动文物和旅游产业与相关产业融合发展，打造兼具文物和旅游特色的新业态、新主体、新模式。推进红色旅游、旅游演艺、文化遗产旅游、主题公园等有融合发展业态提质升级，支持开发集文化创意、度假休闲等功能于一体的文化旅游综合体。依托文物资源、突出文化元素，发展研学旅游、展演旅游、康养旅游等新型文物旅游业态。

(作者单位：中国文物交流中心文物旅游处)

年成果的时候，人们感到，它今天的学术影响力、决策影响力、社会影响力，以及国际影响力等，已得到各方面的公认。在这方面，社科院领导同志的讲话或许最具代表性。今年《旅游绿皮书》第20本的新闻发布会上，中国社会科学院科研局局长崔建民充分肯定了20年来《旅游绿皮书》在体现“中国社科院的科研特色”方面，在体现国家“推进学科体系、学术体系、话语体系”的“三大体系建设的积极探索”方面，在体现“凝聚了两代学人的情怀和追求”方面的突出成绩。中国社科院财经战略研究院院长何德旭更进一步指出，《旅游绿皮书》能够很好地把理论研究和对策研究结合起来，既反映了现实发展、跟踪了旅游实践，也折射出扎实的理论功底和深厚的学术积淀；同时它又把旅游专业研究与国家战略结合起来，从总报告到专题报告，都能从国家发展大局、国民经济发展重要问题出发，从旅游角度去切入分析。他特别肯定了《旅游绿皮书》坚持严谨务实、独立研究的精神，以及从内容到形式的持续创新。

如果细读每年的《旅游绿皮书》，不仅能够了解每年中国旅游的发展全貌与重要环节，而且在连续的阅读中，还能够了解到20年来中国旅游发展的进程，以及其间对中国旅游发展战略和政策沿革的记录。本世纪之初，正值中国旅游的蓬勃发展新时期，《旅游绿皮书》重点安排的三大旅游市场板块、港澳台市场板块研究，正好反映着那时市场的发展和特征。如就时代特征而言，本世纪开始的时候，旅游事业的发展还继续着上世纪以入境旅游赚取外汇的要旨，所以在三大市场中把入境旅游市场排在了第一位；而随着市场的变化和国家对民生的更多关注，我国的国民旅游(国内旅游和出境旅游)也就上升到了《旅游绿皮书》关注的第一位。尤其是最近这些年中国旅游发展不断出现新态势，《旅游绿皮书》推出的一系列新报告更是给业界、学界和管理层带来了不少新思维，比如2021年年度主题选择的“旅游业高质量发展”、今年年度主题选择的“旅游新发展格局”，都是很切合现实旅游发展态势的。

在以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的伟大事业中，中国旅游必将作出更大贡献，相信主持《旅游绿皮书》研究编撰的年轻团队一定会更有大作为。

(作者单位：北京联合大学旅游学院)

充分发挥旅游促进人民精神生活共同富裕的独特作用

□ 崔凤军 董雪旺

党的二十大报告指出，“中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化。物质富足、精神富有是社会主义现代化根本要求。”习近平总书记多次强调，共同富裕是马克思主义的一个基本目标，是社会主义的本质要求，是我们党的重要使命。促进人民精神生活共同富裕，是实现社会稳定发展的内在要求，是中国式现代化的题中之意。

马克思在《〈政治经济学批判〉序言》中将人类生活分为“物质生活”“社会生活”“政治生活”和“精神生活”。梁漱溟将人类生活分为三类：物质生活、社会生活、精神生活，分别对应于客观世界、社会世界和主观世界。与美国人普遍意义上的精神生活是指宗教生活所不同的是，中国人讲的精神生活多是指文化消费活动和情感感受状态。精神生活来自精神需要，它不是出于自我生存、功利性为目的的需要，而是包括情、求知、审美、审美乃至价值追求的需要，其核心要害是避免虚度生命的闲暇时光。所谓精神生活共同富裕，是建立在一定的物质生活富裕基础上并与之相匹配的美好精神生活的高阶样态，是社会精神生产满足人们精神生活需要的客观活动与主观体验的统一，是精神产品极大丰富和精神境界极大提升同时实现的现实状态。

旅游促进人民精神生活共同富裕有其内在的逻辑。旅游的本质属性是体验，既包含“旅”(人的流动)，更体现“游”(带有愉悦性质的游)。在新时代，旅游者已不止于追求愉悦，更注重满足精神需求和情感需要。衡量旅游业发展的质量和水平，不能光看经济效益，还要看能不能提供更多既能满足人民文化需求、又能增强人民精神力量的产品。这表明，旅游作为一种文化现象，更应超越经济形态，满足群众的精神需求，还原其公益属性。由于旅游活动涉及多种经济关系和社会关系，因旅游活动而产生的经济功能、社会功能也越来越突出。旅游作为一种以消遣审美为主的愉悦体验活动，行为的多样化带来功能的多维度。科学研究表明，旅游不仅表现出经济、社交、生理、审美、社会功能，现代旅游的新进展展现出了文化、认知、德育、再生产等功能，具有综合性、大众性、持续性特质。无论从精神生产、消费、传播、价值创造的视角，还是从疫情期间因为人的流动受到抑制导致徘徊倾向显著增加的情况看，旅游促进人民精神生活共同富裕具有独特的不可替代的作用。

——旅游活动有利于塑造公民的理想信念。理想信念是精神富有之魂，是评价国家、社会倡导的主流价值引领人们实现精神自觉、自为的主观状态。旅游活动对于旅游者个体而言，不仅有生理和心理价值，还具有深层次的个体内在价值。对于人类社会而言，马克思把实现人的自由和全面发展作为人类发展的最终目标。人类社会的总体自由由不同性质的专项自由构成，旅游活动扩大了人们的活动范围，是实现各类专项自由的有效途径，与人们的幸福指数提升、综合素质增强密切相关。旅游地通过宣传教育和叙述历史，让游客积极主动地参与并沉浸其中，从而实现价值认同，强化对政治教育理论的现实感，在认识艰苦历史的基础上珍惜当下幸福生活、实现价值升华，在参观游览中找到个人努力的航标。

——旅游活动有利于提高公民的文明素质。好奇心是人类的本能，它引导我们去主动认识、探究未知事物，积累自己的直接经验。这就产生了认识世界的需要。中华民族自古就把旅游和读书结合在一起，崇尚“读万卷书，行万里路”，这体现了旅游的教育价值，研学旅行在提升文化素养、科学素养、地方认同等方面的作用已经得到了实践检验。在现代社会，伴随着人类知识量的激增，感性经验已经不再是人们学习的内容，但对理性的过度追求事实上制约了人们感知能力的提高，导致人类发自内心的对感性认知的“呼唤”越来越强烈。旅游活动能增强人的应变能力。“空间转移”是迁徙和旅行拥有的共同外部特征，而迁徙是一种“被动行为”，旅行则是“自主行为”，具有明确的探索异地的主观动机。经常地、主动地参与旅游活动可以使人拥有更强大的应变能力，有利于保存和延续人类自身的生命本能。文明因交流而多彩，文明因互鉴而丰

富。非惯常环境下的异域文化，为旅游者带来的是不同于居住环境下的文化符号系统，满足了旅游者的“求异”心理，也决定了旅游具有天然的跨文化交流属性，而文化交流必然成为旅游体验的内在属性。因此，旅游作为传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，具有非常广泛的跨文化交流价值，参加旅游活动有利于提高公民的文明素质。

——旅游活动有利于调适人的心理素养。旅游资源作为一种可开发利用的吸引物资源，包含着创富价值、科考价值、历史文化价值、观赏价值、教育价值等；旅游休闲活动基于人的愉悦感追求，能够帮助人们开阔视野、愉悦身心、感受自然社会风情之美，具有注意力修复价值等。旅游能够为现代人提供一个暂时的心灵避风港，逃避现代性对人的异化。马斯洛需求层次论揭示了这样一个真理：当个人的生理需求、安全需要、交往需要得到满足以后，才会产生认知、审美的高级心理需要，而认知、审美和文化紧密相连。进入新时代，社会分工愈发精细，人民群众对精神生活的需求更加强烈，对优秀文化产品和优质旅游产品的需求更加迫切。旅游作为一种回应人类根本性的生存方式，与体育锻炼一样，都是促进人的身心健康的重要途径。可以说，旅游是个体完善人性的一种恰当方式；对个人群体而言，旅游可部分解决人类心理进化与文明进化失调的矛盾。同时，旅游是人们增强亲近感的最好方式之一。如果用马斯洛需求层次论解读旅游活动的动机，它可以覆盖从归属与爱的需要、尊重的需要到认知需要、审美需要和自我实现的需要。从进化心理学原理分析，旅游动机则主要集中在两点：与他人包括家庭成员建立良好的沟通关系的社交需求，与未知世界对话、体验和获取知识积累的精神需求。钱锺书说，旅行最适合得出一个人的品行，最考验人。可以说，一个人对待旅行的态度，其实就是他生活的态度。

——旅游活动有利于提升公民的文化修养和审美情趣。当今社会，旅游不仅有娱乐性、康体性、社交性等基本属性，更逐渐凸显出其满足人类高级精神需要和成长的属性，而融入了文化元素的旅游承载着文化育人的使命，体现了旅游的精神文化属性。这种属性越来越能够推动旅游的高质量发展并获得极大的精神和物质价值。旅游的发展有助于历史遗产的保存、传播和传承，有助于传统文化、民间智慧、文化基因多样性的保护。文化属性是促成旅游最大价值实现的关键内核。追求真善美是文艺的永恒价值。艺术的最高境界就是让人动心、让灵魂得到净化。旅游活动可以让人们发现自然之美、文化之美、生活之美、心灵之美。事实上，自然的审美与旅游活动紧密交织，自然的审美本身正在从艺术审美走向自然审美，在旅游过程中达成对现实世界的旅游审美愉悦，虽然不同于艺术审美体验，却在旅游世界中通过视听感官产生心理享受，成就了旅游的观赏功能和审美价值。审美能力的培养需要经历审美观察、审美体验、审美认知和审美评价等不同阶段，但无论在哪个环节，都需要突破原有的框架，要有新素材、新环境、新知识的滋养。“熟悉的环境无风景”。通过旅途中的观察、欣赏、体悟、交流，旅行者可以获得在原住地可能因为熟视无睹而很难发现的资源，有效提升自己的审美视野、审美品位和审美知识。

旅游为民，要充分发展旅游在促进人民精神生活共同富裕中的独特作用。旅游业的兴起，是经济发展、社会进步和人民生活水平提高的重要标志，旅游成为衡量人民生活水平和幸福感的一个重要指标。提供更多优质旅游产品，满足人民群众的旅游诉求，是政府、社会和市场主体的重要责任。旅游位列“五大幸福产业”之首，不能把旅游仅仅局限为一种简单的消费行为或者社会化再生产过程中的一个产业，需要全面认识旅游业在人民精神生活共同富裕中的独特价值，以文化育人的大视野、精神共富的大场景重新对其进行定位。要坚持以人为本、主客共享，满足人的全面发展的高度设计旅游活动、提高服务质量。要坚持精神生活共同富裕导向，把人民群众满意作为检验旅游发展质量的重要指标，秉持历史责任感，彰显旅游的文化和价值，促进群众的生理健康、心理健康和精神富有。

(注：本文系浙江省社科规划课题成果。)

(作者单位：台州学院)

浅浅的回忆

——祝贺《旅游绿皮书》连续出版20年

由于笔者对国内旅游的关注较多，所以前十四本的国内旅游报告都是笔者来完成的。

“港澳台板块”的报告，也是找原国家旅游局的主管官员和港澳台学者来撰稿的。香港旅游报告的撰稿人比较难找，以致前10年里，撰稿人一直都比较分散；至于澳门报告，却较快地找到了固定的撰稿人，其中以中央政府驻澳的调研人员任佳燕和澳门学者唐继宗的撰稿居多；台湾报告开始时作者也较分散，不久便发现了厦门大学黄福才的研究团队，故后来便集中由黄教授带领他的研究生黄颖华等来完成。

更值得注意的是社科院旅游研究中心年轻人的贡献。记得在本世纪初《旅游绿皮书》开始编撰的时候，研究中心先后就有七八位年轻人参加进了这项工作，其中尤其以宋瑞博士参加得最多。从《旅游绿皮书》出版的第四本起，宋瑞就担起了该书副主编的重任；在该书出版到了第九本的时候，她成为该书的三主编之一。

二、迈向新征程

《旅游绿皮书》自它出版的第十二本起，便改由社科院旅游研究中心换届后的正副主任和正副秘书长组成的新团队来组织研究出版。宋瑞主编、金准、李为人、吴金梅副主编组成的新的主编团队不仅继承了此前十一本《旅游绿皮书》的优点，保留了此前的主要板块，而且更有十分明显的创新。最突出的是，自它的第十二本后的每一本中，都有了好几份由年轻人集体研究推出的专题报告(这是笔者此前一直希望安排而未能够实现的)，这就使得新的《旅游绿皮书》不再是一个平面的对中国旅游业的面面俱到的反映，从而成为更有深度的关于中国旅游发展研究的报告汇集。

新《旅游绿皮书》的第二个突出之处，是它的作者面更加开阔了，不仅在前十一年《旅游绿皮书》的那批研究成果斐然的老作者，更增加了不少思想敏锐、视野宽阔且研究方法多样的新锐，因此，现在的《旅游绿皮书》更得到了业界、学界和政府管理层众多读者的欢迎和喜爱。

在回顾《旅游绿皮书》连续出版20