

从节气旅游到围炉煮茶：2022 文旅融合热词盘点

□ 本报记者 张玫

刚刚过去的2022年，从年初北京冬奥会上二十四节气惊艳亮相到年底“中国传统制茶技艺及其相关习俗”成功申遗，中华优秀传统文化带给国人的文化自信贯穿始终；从“跟着季节游中国”到“以旅游方式打开中国茶多彩画卷”，文化与旅游深度融合发展，旅游成为人们享受美好生活、获得精神滋养的重要方式。梳理过去一年中那些值得关注的文旅融合故事，或将为文旅人新一年的工作提供借鉴。

★热词一：节气旅游

回顾：2022年2月4日，立春，2022年北京冬奥会开幕式倒计时表演在中国传统历法的时光轮转中开篇，大屏幕上依次闪现二十四节气，全场观众随着数字变换齐声呼喊。依托美轮美奂的艺术设计，二十四节气带着它厚重的历史走进了全世界人民的视野，“节气+旅游”也越来越受到人们的关注，由文化和旅游部资源开发司、新闻中心主办的“美丽中国·美好生活”2022年内旅游推广活动，专题之一就是“跟着季节游中国”。6月6日，芒种当天，北京市文化和旅游局推出了10条“漫步北京——二十四节气(夏之芒种)”主题游线路。“芒种时节，顺着护城河寻找忘不掉‘乡愁’”“沿着中轴线南下，一路从社稷坛到胡同水乡”“在时间的缝隙中看看什刹海的漕运历史”“白天当一回麦田守望者，晚上树下宿营看繁星点点”等10条线路，涵盖了天坛公园、中山公园、时间博物馆等景区景点。

展望：自2016年二十四节气申遗成功以来，全国各地结合二十四节气推出了丰富多样的文化旅游活动，成为二十四节气与旅游深度融合的重要方式。党的二十大报告提出，“增强文化自信”“传承中华优秀传统文化”“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合”。随着传统文化日益深入人心，二十四节气和现代人的生活建立起新的连接，这一内涵丰富的类非物质文化遗产遗产，是一座有待旅游开发和利用的文化宝藏，具有户外徒步、亲子互动、文化体验等特点的“节气+旅游”产品将受到大众青睐。

★热词二：乡村营造

回顾：2022年2月11日，河南省文化和旅游厅与全国大学生乡村振兴创意大赛秘书处共同启动“黄河非遗点亮老家河南”青年乡村营造行动。2021年的“黄河非遗点亮老家河南”首届全国大学生乡村振兴创意大赛，探索出“乡村出题、高校答题、真题真做、成果落地”的模式，2022年1月，大赛圆满落幕，共评出一等奖26项，其中“黄河之村”空间类14项，“黄河之礼”文创类12项。青年乡村营造行动在总结大赛成功经验的基础上，设立9个乡村营地，以驻地乡建营和青春乡创营的形式组织一批青年设计师、大学生走进乡村，开展空间营造与设计创作。他们以青春视角发现乡村之美，通过非遗活化、文旅融合助力乡村振兴。当激昂的青春邂逅厚重的“黄河非遗”，非遗不再是书本上的文字、脑海中模糊的轮廓，而是鲜活的生命、拥有灵魂的朋友。青年乡村营造行动的成果将于2023年初揭晓。

展望：乡村是非遗传承保护的重要空间和载体，非遗也是乡村文明构建的

重要力量和支撑。非遗传承重在活态传承，需要通过创意设计来激活非遗的文化基因，让非遗更好地融入现代社会生活。青年在非遗传承和乡村建设中的重要作用越来越受到重视。2022年4月文化和旅游部等六部门联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，提出要引导创意设计企业、平台、工作室及设计师向乡村拓展业务，鼓励创意设计、规划建筑、园林景观等单位积极参与乡村建设，鼓励高校艺术、设计类专业结合教学、科研和社会实践，为乡村建设提供创意设计支持。厚重非遗+青春创意，将助推乡村振兴提供源源不断的动能。

★热词三：数字藏品

回顾：2022年，从河南博物院的3D版数字文创“妇好鸂鶒”到西安曲江大明宫国家遗址公园的“O宇宙·千宫系列”数字藏品，从常州中华恐龙园的“恐龙”数字盲盒到山东泰山景区的“大美河山”系列数字藏品，文旅数字藏品风生水起。3月26日，来自全国50家博物馆、高校的60位馆长、学者联名发布《关于博物馆积极参与建构元宇宙的倡议》，呼吁博物馆顺应时代发展，发挥自身优势，积极参与建构元宇宙。作为文旅产业中的“元宇宙弄潮儿”，数字藏品让高不可攀的艺术及文物收藏走进神坛，通过数字化加密技术，让普通人、特别是Z世代有机会体会到收藏的乐趣，并激发人们走进文博场馆的热情。旅游景区通过开发系列数字藏品，提高了曝光度和宣传热度。

展望：《“十四五”旅游业发展规划》提出，加快新技术应用与技术创新，推进文物和文化资源数字化展示、创意产品开发等技术研发和应用示范。2022年5月中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》提出，加快文化产业数字化布局，在文化数据采集、加工、交易、分发、呈现等领域，培育一批新型文化企业。目前数字藏品对文旅行业在盈利和引流方面的作用还比较有限，文旅数字藏品不仅要能在虚拟世界里发挥作用，更要助力现实的文化和旅游产业发展。如何通过文旅数字藏品的开发，实现线上线下的转化，最终服务于实体经济，是业界需要研究的课题。

★热词四：丑萌“绿马”

回顾：2022年6月，甘肃省博物馆推出的一款文创玩偶“马踏飞燕”一夜间火速出圈，引发热议：“丑萌丑萌好可爱”“解压”“治愈”“为公众走近文物、触摸历史打开了新窗口”；“如果不是事先知道，很难将其与国宝级文物联系起来”“不懂现在的审美”“恶搞文物”“不能丢失战争的英姿”“会不会误导小朋友”；“确实挺搞笑的，不过还是要和孩子解释



清楚才好！可以把这个玩具结合真的文物图片一起售卖，这样就可以让孩子玩的同时了解一下我国古代精美绝伦的艺术和古代工匠的精湛技艺”。

展望：为大众所接受的文物衍生品，在活化文物的同时，也能将大众特别是年轻人关注的目光引向文物本身。只有年轻群体真正对文物感兴趣了，才能引发真正的文物热、遗产热，吸引更多年轻人走进博物馆、走近文物，让文物在新的历史时期焕发新的生机。2022年12月中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出，鼓励文化文物单位依托馆藏文化资源，开发各类文化创意产品，扩大优质文化产品和服务供给。文物是厚重的，令人肃然起敬，如何用轻松幽默、甚至搞怪奇特的方式设计文创，让其走近观众，特别是抓住年轻观众的心；如何把握住创意呈现与恶搞、恶意丑化文物形象之间的区别与界限，探索文物文创商品的创新呈现方式，是值得关注的课题，也是文物文创工作的努力方向。

★热词五：城市考古

回顾：2022年9月27日，上海市文化和旅游局向市民游客公布了“海派城市考古新发现”第一批的十个主题，分别为：金沙沙滩的“一眼千年”、北宋文人的“雅集”、海上的“万里长城”、苏州河畔的“中国之最”、最后的老城墙、转角的“爱情神话”、“何以上海”的城市踪迹、魔都的“小故宫”、不为人知的“北平”和鲁迅的观影片单。这些“海派城市考古新发现”的主题拓宽了人们对于都市旅游固有的认知边界。通过“海派城市考古新发现”，市民和游客在一幢建筑、一条马路、一家小店、一座影剧院、博物馆、美术馆，寻找着上海文化的印记，体验着上海旅游的魅力，感受着人与城市的深厚情感。

展望：“海派城市考古”自2022年初开展以来，各种文旅新发现、新玩法、新路线不断涌现，逐渐成为市民游客，特别是年轻人实现深度文化体验的新型都市旅游方式。以城市考古为起点，发现城市、体验城市、分享城市、推介城市，实现都市文旅资源的再定义、都市文旅价值的再发现、都市美好生活的再体验——当越来越多的旅游城市加入“城市考古”行列，通过深入探索城市历史、深度体验城市文化，游客将与到访城市建立起深度链接。

★热词六：小剧场建设

回顾：2022年10月，江苏省文化和旅游厅公布了第二批江苏省示范小剧场和小剧场精品剧目。江苏已建成各类500座左右及以下小剧场1156个(公

益性小剧场1004个、营利性小剧场152个)，其中旅游演艺特色小剧场98个，总座席数约25万个。2021年，江苏省小剧场演出总场次约4.9万场，观众总数约617万人次，演出总收入约5613万元。2021年底，江苏省委宣传部、省文化和旅游厅联合印发《关于推进小剧场建设的指导意见》。作为新兴的文化传播载体和文旅消费空间，这些特色鲜明、小而美、小而精的小剧场为大众文旅消费带来了独特而多样的体验，也在满足人民群众美好生活需要、促进文旅融合发展中发挥着越来越重要的作用。

展望：江苏坚持把小剧场作为加快艺术创作领域文旅融合的重要载体，加强旅游演艺、非遗等特色小剧场建设，不仅丰富了旅游内涵，也实现了用旅游载体传播文化，为人们提供了“白天观茶、晚上看戏”全天候旅游体验。同时，结合城市更新，培育了一批整体联动、各具特色的小剧场集群，在全省形成形态各异、相互补充、协同发展、便民惠民的小剧场发展格局。亲民、低票价、各具特色的演出，或将使小剧场成为游客融入目的地生活、丰富精神文化生活的切入点。

★热词七：围炉煮茶

回顾：2022年11月29日，“中国传统制茶技艺及其相关习俗”成功列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，“围炉煮茶”成为今冬颇受年轻人追捧的新玩法。三五好友围坐茶台，用茶具煮茶，在金属网上烤制零食，再配几碟点心，边品茶边闲聊，温暖惬意。既复古又新鲜、充满仪式感和互动感的围炉煮茶，成为继春夏季露营、飞盘等网红项目之后的又一种潮流生活方式。

展望：“中国传统制茶技艺及其相关习俗”共涉及44个国家级非遗项目，其中不少已被开发为很受受欢迎的旅游项目。近年来，全国各地不断推出茶旅融合新产品、新业态，让游客吃有茶味、住有茶香、行有茶路、游有茶韵、购有茶礼、娱有茶戏。2022年12月16日，文化和旅游部发布《关于认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神扎实推进非物质文化遗产系统性保护的通知》，提出要深入研究、挖掘、阐释“中国传统制茶技艺及其相关习俗”项目蕴涵的丰富内涵，弘扬好中国茶文化，统筹做好茶文化、茶产业、茶科技这篇文章。茶旅融合，是传播茶文化、赋能旅游业提质增效、增强中华文化影响力的有效途径，类似“围炉煮茶”这样的新玩法，为传承茶文化、让非遗更好地融入现代生活提供了新思路。

(图虫创意 供图)

传承非遗面食好味道

□ 王文华

近日，作为2022中国非遗面食大会重头戏的中国非遗面食发展传承峰会在太原召开。会上，来自全国各地的相关专家学者、企业代表等通过线上线下联动的方式，共同探讨中国非遗面食发展传承的路径，努力讲好非遗面食故事，更好地彰显非遗面食的深厚积淀和人文底蕴，让其焕发出更加夺目的光彩。

文旅融合的产业抓手

作为“中国面食之乡”，山西面食文化历史悠久、特色鲜明。正如中国烹饪协会副会长佟琳在中国非遗面食大会开幕式上致辞时所说：“山西是非遗传承保护大省，也是面食大省，刀削面、荞麦面、莜麦面、烙馍等更是在全国普遍推广，老少咸宜，深受喜爱。”一面百样、一面百味。2006年，山西被中国烹饪协会授予“中国面食之乡”称号。刀削面、刀削面、抿尖面、猫耳朵、太谷饼、稷山麻花等多项传统面食制作技艺，被列入国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

“在山西召开首届中国非遗面食大会，就是要借助山西得天独厚的面食文化优势，集聚全国非遗面食品牌和传承人，提高大众对非遗传承的重视，推动非遗面食产业化发展，让非遗美食焕发出更加夺目的光彩。”佟琳说。

非物质文化遗产霍州年馍是霍州传统民俗文化瑰宝，享有“舌尖上的美食、指尖上的艺术”之称，作为礼仪、岁时等民俗节日中馈赠、祭祀、装饰的信物或标志，极具地方文化特色。2022年10月，霍州被中国粮食行业协会授予“中国年馍之乡”称号。全市从事霍州年馍生产加工的作坊、企业有120家，2021年馍产量1200万公斤，产值近亿元，创造就业岗位5000多个。霍州市委常委、宣传部部长史澎说：“从事年馍生产既是对这项非遗的保护、传承、弘扬和利用，也带动了当地经济发展。”

去年，霍州市委、市政府还出台了《“霍州年馍”一二三产业融合发展实施方案》，精心打造“霍州年馍”区域集体品牌，组建了霍州年馍产业研究院和经济联合体、区域集体品牌创建和市场营销等十大工作专班，在每个乡镇、街道各扶持建立一家标准化的年馍加工厂，培育了一批年馍加工龙头企业，规范年馍生产加工。

“今天的霍州年馍已经成为农民朋友的‘致富馍’，不仅是霍州乃至山西的特殊文化符号，也是乡村振兴和文旅融合的产业抓手。”史澎说。

老字号的守正与创新

扬州包子素有“扬州包子包打天下”的美誉。冶春是古城扬州的一家百年老店，拥有丰富文化内涵的冶春包子已成为扬州包子的代表。近年来，冶春在经营中注重传承好、保护好非遗，形成了强大的竞争力，让百年老店走

上连锁发展之路，先后在北京、南京、上海、台北、新加坡等地开设了30多家门店。

扬州市冶春餐饮董事长陈军介绍，冶春作为“全国饮食类非物质文化遗产保护与传承示范基地”，在做好包子、卖好包子的同时，非常注重将传统民俗文化与包子相结合，通过开展正月十五闹元宵、五月初五品粽香、七月七尝巧果、八月十五打月饼，以及唱扬剧、划旱船等系列传统民俗活动，展现扬州的美食民俗文化。

陈军说，扬州包子的产业化发展之路近年来越走越宽，目前扬州包子规模化生产企业有20多家，最近3年处于销售连年递增的状态。而这背后需要采购、研发、生产、配送全过程严格的品质把控。

陕西春发芽董事长杨志良表示，作为一种餐饮形态，面食在中国有着庞大的消费市场。对于非遗面食企业来讲，坚守传统的制作工艺与烹饪技法、保持传统面食文化特色与品质是产业化发展的前提。

美团华北区公共事务总监杨建伟认为，非遗面食“走出去”的关键是标准化、产业化、品牌化发展，从非遗手艺到产业化发展，融合效率与技艺、守正与创新，是众多非遗传承人需要研究的课题。

线上线下做好品牌培育

美团数据显示，近3年，以兰州拉面、重庆小面、武汉热干面、潼关肉夹馍、山西刀削面、宜宾燃面等为代表的非遗品类搜索量连年提高，各地代表性的非遗面食“走出去”和数字化步伐加快。

探索“世界快餐”之路的中国兰州牛肉面，在全球已有逾6万家店铺。兰州牛肉面第四代传人马文斌介绍，多年来，兰州牛肉面产业以连锁经营的方式开拓市场，取得长足发展，由一碗面延伸发展出包括品牌培育、连锁经营、科研开发、技术培训、生产加工的庞大产业链条。

山西顺溜削削面创立于2005年，经过17年发展已成为山西刀削面和地方特色小吃的快餐连锁品牌。山西顺溜削削面连锁公司董事长郑宇表示，公司致力于弘扬传承山西面食文化，立志打造世界刀削面品牌。目前顺溜削削面在全国有130余家分店，遍布8个省、30余座城市。

杨志良表示，饮食行业要跟上时代发展的步伐，外卖平台的兴起，人们对预包装食品、速食商品等需求的增长，给非遗面食发展带来机遇和挑战。要善用创新的经营模式与销售渠道、呈现方式等，更好地推动非遗面食产业化发展进程。

杨建伟说，近年来，越来越多的非遗品牌主动贴近年轻人，增强非遗的场景感、非遗面食的的文化体验感，非遗传承人也通过各种线上渠道为年轻人讲述美食背后的文化故事，让非遗味道历久弥新。

露营文化种下的每一粒草籽，都是对时代的轻微抚慰

□ 本报特约记者 丁宁

近两年露营旅游异军突起，市场火热，各大旅游平台相关搜索量、发布量呈指数级增长。天眼查的信息显示，截至2022年4月，在营业的露营地服务类企业为4.32万家，仅2021年新注册企业就有2万家。近日，文化和旅游部等14部门印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》，让人们对于露营旅游所承载的露营文化更加关注。

释放身心的生活方式

上海旅游业内人士认为，露营活动之所以让许多人心生向往，一方面是因为疫情防控背景下，人们更热衷于户外活动；另一方面是受新奇的露营文化吸引。

“早安精致露营”是我国较早开展露营活动的上海企业之一，目前在全国各地已运营了8家露营地或门店。在“早安精致露营”创始人代铮的眼中，露营活动可以泛指所有露营消费行为方式，分为广义和狭义。广义上是泛指半户外化的露营活动，有过夜的露营，也有不过夜的，包括参加数小时的露营装备的体验，甚至到帐篷或天幕等露营环境氛围中饱餐一顿、品尝一杯咖啡的“轻露营”活动等；狭义上，露营则局限在帐篷或露营地营地的过夜活动。“在当前形势下，近距离或在家门口的泛露营活动越来越受到消费者的欢迎。”代铮说。

在外滩中央商场的美轮大楼内，一家名叫“Morning LAB外滩中心”的露营咖啡店不久前热闹开张，吸引了不少露营爱好者前往打卡。咖啡店从装修到陈列均以黑色为主色调，店外的黑色帐篷更增添了神秘气息。店内使用的座椅灯具都是专业的露营装备，包括雪峰牌桌子、复古铁路提灯、照明桌灯等，店外搭建的帐篷使用的是teci地壳研PHI-4半球帐，完美还原了露营地场景。“半球形帐篷搭建难度低，有多个透气口，便于空气循环通风舒适。在这里品尝咖啡的同时，可以感受到浓郁的露营文化氛围。”代铮称，Morning LAB是城市露营综合体验空间，倡导新型精致的生活方式，以露营地场景为容器，承载不同类型的活动内容。中秋期间，上海崇明玉海棠湖畔星空营地特别安排“扎花灯、猜灯谜、玩抖音”主题活动；奉贤海湾梦想放飞营地举办了“中秋游园会”，提供DIY兔子灯、投壶、猜灯谜等节日体验；金山农民营地和金山廊下营地则打造了“古风中秋沉浸式体验”，开展国潮汉服体验、古风花灯观赏等特色活动。春秋旅游副总经理周卫红表示，旅游企业进入露营领域，从一开始就将提升露营的体验质量作为首要任务，在“露

营+”产品的综合设计、服务细节和流程的梳理、供应商品质的严控等多方面，都做出了实践探索，市场反响热烈。

同样，去年携程旅行与长隆集团联合打造的露营产品“Long Trip听海奇趣营”在长隆横琴湾酒店正式开业。营地分为亲子休闲露营地、浪漫海洋露营地、动物互动区、打卡氛围区和演艺区五大区域，举办了轻奢下午茶、篝火晚会、萌宠互动体验、DIY彩绘体验、临海荡秋千、KRRK马术展示等丰富活动，让游客们都能享受到适合自己的露营趣味。“此次携程平台与珠海长隆的合作，依托酒店优越的自然环境和丰富的度假服务资源，依托携程强大的营销矩阵及运营管理能力，打造‘平台+景区’共建露营地的高品质标杆，为露营地专业化、文体旅融合化、品质化发展提供了借鉴性案例。”携程旅行相关负责人表示。

同样，以“设计改变乡村，造梦乡野生活”为已任的上海乡伴文旅集团，近年来参与设计建设乡村振兴项目达300多个，先后打造了理想村、绿乐园、原舍、树蛙部落等多个品牌，其中，“野邻”是其露营文化品牌。2021年10月，乡伴文旅集团与浙江衢州开化县

两山集团联手在开化密赛村打造了野邻星露营地，依托开化特色美食和秘境山水，将村落美食街区与营地结合，打造露营美食新文化、新潮流。“扎上帐篷、铺上地席，大地为床、清风相伴月长随，仰望星空，仿佛手一抬就能捕捉到九重天的美景，无论是和家人还是朋友，都能在这度过愉快轻松的时光，伴着烧烤的香味，喝茶、聊天、玩游戏，围在篝火旁，和大自然来一场甜蜜的约会。”参与体验的网友这样评价。

乡伴文旅集团野邻花园CEO曹晓艳表示，传统住宿、餐饮、游玩项目已难以激发用户的参与感，产业创新融合可以进一步促进文旅消费。密赛野邻星露营地与国际品牌LINE FRIENDS合作，是“野邻”首次引入IP形象打造的主题沉浸式露营地，旨在为更多希望亲近大自然的消费者带来多样化、个性化露营文化体验。

家庭团建的优质载体

在露营爱好者罗杰的眼中，露营文化是家庭和睦文化的延展，是一次卓有成效的“家庭团建”。从网上预订开始，他与妻子就开始分工合作，包括去网上和实体店采购露营装备，从睡

袋到防蚊水，从面包到LED灯等，忙得不亦乐乎。更开心的是两个孩子，一想到会睡在抬头可以看见星空的帐篷里，他们就特别兴奋，天天缠着爸爸要听孙悟空大闹天宫的故事。

一到营地，爷爷奶奶帮着搭建帐篷，妈妈忙于布置外部环境，在便携炉上烹煮食物，爸爸则抽空带着孩子，租了小船与孩子开始探索自然之旅……罗杰称，每到夏天，他就喜欢带着全家去参加露营活动。“平时太忙了，与家人互动太少，一次露营把所有人都调动起来，拉近了彼此的距离。”

事实上，一场温馨的露营，往往由几个幸福小家庭一起展开。喜欢穿搭的朋友会展出自己的户外穿衣美学，成为众人相机里的宠儿，音乐发烧友多半会带上便携式音箱，与自然的风声合奏一曲。特别是山中大雨转瞬即逝，当雨点砸在帐篷上砰砰作响时，玩了一天的孩子进入甜蜜梦乡。望着这一切，罗杰的朋友、第一次携全家参加露营活动的阿鹏，深深体会到露营的魅力。

代铮称，尽管近几年疫情羁绊着人们出游的脚步，但“早安精致露营”在体量和营收上仍保持了增长，并实现了产业闭环，这与人们越来越喜欢露营有着关联。

乡伴文旅集团创始人朱胜堂的观点更富有诗意。他说，露营文化种下的每一粒草籽，都是对时代的轻微抚慰。未来，露营旅游在中国会越来越红火。