

时评

# 提升开发利用效益 构建特品级资源体系

□ 特约评论员 王德刚

建立特品级旅游资源名录是一项基础性工作,要通过科学论证,充分利用现代先进技术,创新利用理念、利用场景和利用模式,打造内涵更加深刻、特色更加显著、体验更加美好的优质旅游产品体系

近日,文化和旅游部办公厅印发《关于组织开展第一批中国特品级旅游资源名录建设工作的通知》(以下简称《通知》),要求各级文化和旅游主管部门结合当地旅游资源普查进展情况,梳理好、挖掘好、开发好优质旅游资源,推出更多有内涵、有特色、有品位的优质旅游产品,推动旅游业高质量发展,为建设世界旅游强国奠定坚实基础,为建设社会主义文化强国作出积极贡献。

资源禀赋是发展旅游业的基础,而特品级旅游资源作为旅游产品体系中最有内涵、最有特色、最有品位的资源,无疑是开发优质旅游产品和支撑旅游业高质量发展的重要条件。

当前,我国旅游业正处于由数量规模型向质量效益型转型升级新阶段,高质量发展成为“十四五”期间我国旅游业发展的主要任务。在此前提下,摸清资源家底、提升资源开发利用效益、构建优质旅游产品体系,便成为一项非常重要的基础性工程。为此,旅游行业要按照《通知》要求,全面开展旅游资源普查,通过科学严谨的评价,遴选出货真价实的特

品级旅游资源。首先,要全面普查,摸清资源家底。我国现代旅游业经过了40多年的发展,却一直没有开展过全国性的旅游资源普查,建立起国家级旅游资源名录体系。当前的经济社会发展水平、国家文化和旅游发展政策导向、资源管理体制,为进行全国性旅游资源普查提供了非常有利的条件。

按照《通知》要求,要通过自下而上的旅游资源普查,分级建立县、市、省和国家级的旅游资源名录体系,并在此基础上构建全国统一的特品级旅游资源名录体系。

其次,要科学评价,对旅游资源价值和等级进行实事求是的认定。旅游资源的价值评价、等级认定要坚持科学、客观的原则和实事求是的态度。要参照《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2017)和《旅游资源普查工作技术规程》完成旅游资源的普查、评价和等级认定工作。

按照《通知》的界定,特品级旅游资源是指在空间上相对独立,富有文化底蕴,具有较强旅游吸引力和较高旅游价值,在全国范围内具有代表性

或独特性的优质旅游资源;特品级旅游资源要能够代表中国形象、体现地方特色,能够系统呈现中国文化之美、自然之美。因此,特品级旅游资源的遴选,一定要经过科学的梳理、整合、评价,严格进行筛选把关,横向比较、择优确定。

再次,要科学论证,做好特品级资源的创新利用。遴选特品级旅游资源的目的是推出更多有内涵、有特色、有品位的优质旅游产品,推动旅游业高质量发展,为建设世界旅游强国奠定坚实基础,为建设社会主义文化强国作出积极贡献。因此,如何更好、更有效地利用这些资源就显得更加重要。

应该说,我国现代旅游业发展40多年来,几乎所有价值大、品位高的旅游资源已经得到了不同程度的开发利用。未来开发利用方向主要是,在适应社会发展新动向和旅游市场新需求的前提下,通过理念创新、技术创新、模式创新等手段,优化资源的利用效果和利用效益,不断满足广大人民群众对美好生活的需要。所以,建立特品级旅游资源名录

是一项基础性工作,更为重要的是要通过科学论证,充分利用现代先进技术,创新利用理念、利用场景和利用模式,打造内涵更加深刻、特色更加显著、体验更加美好的优质旅游产品体系。

最后,始终坚持保护优先原则,严防各种资源、环境保护事故发生。旅游资源开发利用,保护是前提。在资源开发利用和日常管理过程中,要始终把保护放在第一位,严防重大安全事故、资源环境恶化、开发利用违规、资源自然消失等发生。

对此,《通知》明确规定,全国特品级旅游资源名录建设实施动态化管理机制,对于发生上述资源管理事故的,要及时调整出中国特品级旅游资源名录,以示惩戒和警示。

总之,特品级旅游资源是旅游业高质量发展的重要基础。全行业应以此次组织开展中国特品级旅游资源名录建设为契机,对旅游资源进行一次全面普查,摸清家底,分清等级,构建上下贯通的资源管理系统,为旅游资源的科学利用、有效保护奠定基础。

观察

# 以茶为媒以旅为用 促进茶旅深度融合

□ 熊海峰

以茶为媒,以旅为用,促进茶旅深度融合,是推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要路径

不久前,“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。中国是茶的故乡,茶文化深深融入了中国人的物质和精神生活,并在贸易与交流中远播世界。

从古代的丝绸之路、茶马古道、茶船古道,到如今的“一带一路”,茶叶贸易与茶文化传播跨越时空,成为中外文明交流互鉴的重要桥梁和纽带。

借助申遗成功的契机,以茶为媒,以旅为用,促进茶旅深度融合,是推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要路径。在此过程中建议重视如下工作。

一是深化茶文化研究,厚植茶旅融合底蕴。中国茶历史悠久,源远流长,积淀了博大精深、厚重的独特文化。茶文化不仅包含着种植、采摘、制作加工等生产与管理技艺,还包含着饮茶、品茶、斗茶等生活与娱乐习俗,并逐渐衍生出了茶具、茶室、茶艺、茶礼等特色文化与美学;更为重要的是“茶以载道”,中国茶蕴含着中国人平和包容的心态与含蓄内敛的性格,蕴含着中国人的处世哲学和待客之道,鲜明体现了中华民族“天人合一”“道法自然”的思想精髓。

茶旅融合其根在茶,其关键与核心在于正本清源。从《神农本草经》《茶经》等古代典籍出发,从历代的茶品、茶俗与中国茶的演进出发,我们应梳理好中国茶文化的“源”与“流”,促进传统意涵与现代需求和价值的圆融对接,让茶文化在时代传承中不失“本来”又能面向“未来”。特别是各地要挖掘地域茶文化特色,因地制宜推动茶旅融合,让中华茶文化多元璀璨而又浑然一体。

二是健全产业发展要素,夯实茶旅融合基础。以茶促旅,以旅兴茶,茶旅融合的内生动力在于产业化,重点是要加快完善产业发展要素。

首先,积极挖掘、梳理与利用茶文化资源。例如浙江磐安县保护修缮了被誉为“中国茶文化活化石”的玉山古茶场,使历经千年的文化遗址依旧弥漫茶香,并结合“春社”“秋社”等节点开展“赶茶场”等民俗文化,吸引了大量游客参与。

其次,强化人才资源支撑。茶旅融合本质上是服务融合与创新驱动,关键在从业者素质。因此,要大力推动茶艺传承人、茶旅从业者等专业化人才培养,建立体系完备、梯次合理的人才队伍,让人才资源成为茶旅融合的基础保障。

最后,营造茶旅融合良好环境与氛围。例如浙江、湖南、四川等地通过茶文化进校园、茶文化主题研学活动等方式,推动茶技艺和茶文化在全社会的推广普及,让更多人感受到中国茶文化的博大精深和独特魅力。

三是需求导向创新产品,提升

茶旅融合体验。文旅体验需要产品来承载,产品开发需要市场来指向。推动茶旅融合,重点是要结合特定市场需求,将茶文化融入旅游发展全要素中,形成主题性、系统性和极致性的旅游体验。例如武夷山市以茶旅小镇、茶文化园、茶主题民宿等为载体,不断创新茶旅融合产品与业态,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,营造出了全链条全要素的茶旅体验。同时,要大力强化现代科技赋能茶旅融合,为游客带来更多互动感、新奇感和体验感。福建省安溪铁观音茶文化园将科技与茶旅结合,通过影像展示、创意装置、主题场景等方式,展现了传统茶文化的现代“玩法”。

从根本上而言,非遗的生命力在于与时俱进,以主动的姿态融入人们的日常生活,发挥出契合时代需要的独特作用。近来广受追捧的“围炉煮茶”,其以独特的场景感、仪式感 and 亲切感,让人们在疫情的阴影下获得了心灵的慰藉和文化的追怀,成为生活与休闲新时尚。

四是创新营销传播方式,塑造茶旅融合品牌。目前全球产茶的国家地区达到了60多个,饮茶人口规模超过20亿。中国茶作为标志性文化符号早已享誉世界,但我国还没有培育出世界级茶品牌,还没有打造出世界级的茶主题旅游景区。

党的二十大报告强调,“要加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能”。要根据目标市场的消费偏好与需求,有针对性地设计景区、包装产品,推进创新营销和国际传播。例如电视剧《梦华录》中对宋代“点茶”进行了细致的展现,将碾茶、热盏、击拂、水痕工艺流程逐一呈现,展示了“茶百戏”的精巧绝伦。此剧已被翻译为英语、韩语、西班牙语等多种语言,不仅带火了开封的茶旅景点,还获得了海外观众的好评,有效地促进了中国茶文化的国际推广与传播。

五是创新运营管理模式,共享茶旅融合价值。茶旅融合是一个系统工程,涉及规划、建设、交通、农业、农村、文化、旅游等多领域,需要政府统筹规划,企业、协会、科研院所等多主体通力合作,逐步构建起茶旅融合的载体体系、人才队伍体系、传播推广体系等产业支撑体系,推进产业链、创新链、消费链的融合互促,营造出一个个由众多利益相关者共同创造和分享价值的茶旅融合生态。同时,需要不断拓展国际视野,以申遗成功为契机,加快以茶文化为切入点,深化中外文明交流互鉴,推动我国从茶叶大国走向茶文化强国,让更多的人爱茶、懂茶、共品茶香茶韵,让世界领略来自中国的茶香。

(作者单位:中国传媒大学文化产业管理学院)

来论

# 办好全国“村晚” 优化乡村公共文化服务

□ 王昆欣

要引导全国“村晚”由侧重文艺演出活动向集群众文艺展示、特色文化传承、好物美景推介等内容于一体转变,充分展示农村群众精神风貌、传承优秀乡土文化、助力乡村振兴。办好全国“村晚”对于进一步提升乡村公共文化服务体系具有重要的推动作用

近日,文化和旅游部公共服务司印发《关于做好2023年全国“村晚”示范展示活动有关事项的通知》,公布了2023年全国“村晚”示范展示点名单,部署2023年全国“村晚”示范展示活动有关事项。

全国“村晚”从诞生之初就是扎根于群众的活动。从1981年浙江省丽水市山村农民自编自导的第一台“月山春晚”,如今,全国“村晚”从村民们自编自乐的乡间文艺活动,真正进入了全国人民的视野,登上了全国性的大舞台。

全国“村晚”的内核是人民群众内在生长的文化自信,它的百花齐放是中国“三农”工作成果的折射。同时,全国“村晚”包含丰富的乡村文艺活动,也为乡村振兴注入了不可或缺的精神力量和文化力量。

文化和旅游部《“十四五”公共文化服务体系发展规划》将繁荣群众文艺作为主要任务之一,提出鼓励开展乡村节日民俗活动,举办全国“村晚”等群众广泛参与的文化活动。

面向未来,要引导全国“村晚”由侧重文艺演出活动向集群众文艺展示、特色文化传承、好物美景推介等内容于一体转变,充分展示农村群众

精神风貌、传承优秀乡土文化、助力乡村振兴。

办好全国“村晚”对于进一步提升乡村公共文化服务体系具有重要的推动作用。

首先,编排创作要坚持以人民为中心,把握时代主题、深入生活、扎根群众。一直以来,乡村接受了较多城市文化的输入,而输出乡村文化对于保持乡村活力同样重要。据文化和旅游部披露,2022年全国举办“村晚”活动约1.2万场,参与人次约1.18亿,真正调动起了人民的参与热情。

全国“村晚”不仅仅是村民观看的活动,更是乡村群众自主参与、自主创作的文化结晶。因此在举办过程中要牢记人民是全国“村晚”舞台的主角,把“指挥棒”交给人民,真实展现有温度的乡风乡情。同时,也要引导乡村精神文明建设成果的展示和传播。通过小品、曲艺、歌舞等形式,以文艺为载体表达时代心声,培育广大农民的主人翁意识,共谋乡村未来发展。

其次,内容形式要坚持彰显区域特色,发挥乡村优势,创造价值。中国的乡村留存了大量极具差异性、民族性的地域文化,这是每个乡村最宝

贵的文化财富,也是重要的文化和旅游资源。今年全国“村晚”示范展示点中,贵州省黔东南苗族侗族自治州雷山县西江千户苗寨的“村晚”融入当地特产、饮食文化、苗绣银饰、苗族铜鼓舞、苗族古歌、芦笙舞等,既彰显少数民族特色文化,促进村民的文化认同感和自豪感,又成为地区特色产业、旅游推介的平台。

全国“村晚”作为田间地头的文化联欢要发挥乡村地理、文化优势,与央视春晚遥相呼应,打造雅俗共赏的文化盛宴和助力当地乡村振兴的大舞台。

群众喜闻乐见的“村晚”不仅是一场节日联欢,更是一个着力提升乡村公共文化服务体系、打造更多文化惠民品牌的契机。从全国“村晚”的火热可以看出,乡村文化服务还需要在资源挖掘、服务方式、培育人才等方面有所创新。

其一,深入挖掘乡村文化资源,保护文化传承。我国乡村保留着丰富的文物古迹和非物质文化遗产。在推动乡村文化基础设施建设的过程中,不能一味照搬城市化的模式,而要因地制宜,利用好老宅院、祠堂、戏台以及节庆、歌舞、手艺等乡村自发形成的

文化场所和资源,在传承的基础上丰富文化供给。

其二,创新乡村公共文化服务形式,满足乡村文化新需求。随着经济社会的发展,新时代农村发生了巨大的改变。一方面,部分年轻人返乡就业给乡村带来了新的文化娱乐氛围,提出了新的文化需求;另一方面,生活水平提高后,大量老年人也对精神文化生活有了更高要求。然而,一些地区农村公共文化服务仍然存在“供需错位”的问题,这需要文化服务供给者深入调查,与时俱进,活用新媒体、新技术,引入“互联网+”等理念,鼓励文化新业态进入乡村,注入新时代的活力。

其三,推动城乡文化人才流动,建设高素质文化服务人才队伍。各地在组织开展全国“村晚”活动中不乏专业文艺人才指导,涌现了不少乡间本土的“文艺大师”,他们为乡村文化繁荣贡献了重要力量。

在推动文化服务提升的过程中,人才是关键。地方政府要积极推动城乡人才交流,既要完善文化人才引进机制,又要发掘、培育扎根乡村的文艺骨干,给予他们充分的成长空间和政策鼓励。

# 新疆冬博会:吹响冰雪经济高质量发展的号角

手工艺品、文创产品集中亮相

冬博会自2006年开始举办以来,就是行业内展示旅游产品、手工艺品、文创产品、冰雪装备等产品的重要窗口。

本届冬博会开幕式当天,阿勒泰礼物区摆满了阿勒泰游记系列文创产品300余种和阿勒泰转场系列特产200余种。其中一组5种样式的金属徽章吸引了游客的注意,它们是将军山国际滑雪度假区等5家滑雪场的Logo图形。“今年我们邀请了业界设计人员,专门为本地的5家滑雪场分别设计了Logo徽章,目的就是让滑雪爱好者在滑雪之余可以购买,留作纪念。”阿勒泰礼物商贸有限公司董事长、总经理王剑锐说。

非遗展区展示了蒙古族呼麦、哈萨克族医药等五项国家级非物质文化遗产代表性项目,以及采用被列入自治区级非物质文化遗产代表性项目马皮滑雪板技艺制作的古老滑雪板实物。展厅内是哈萨克毡绣、骨雕、布绣、木刻等非物质文化遗产类展品。

本届冬博会上还新增了年货展区,广东华

昊集团有限公司在现场办起了年货节,并通过展示3种带有丝绸之路风光的文创裱画来促销库尔勒香梨和阿克苏冰糖心红富士苹果。“我们通过这种文创,让更多购买年货的顾客,一同也了解新疆美景和文化。”华昊集团有限公司执行总经理李丽婷表示。

深入交流,洽谈合作收获满满

本届冬博会上,来自新疆区外内的涉文旅企业经过洽谈促成了8个重点文旅项目签约,投资金额约73亿元,涉及交通、民宿、度假区等项目。

拜城县文化体育广播电视和旅游局与新疆中帆建设工程有限公司签订的国道217线独库公路游客驿站配套设施建设项目是其中的一个。该局局长陆志军说,独库公路游客驿站是拜城县通往国道217线独库公路的第一站,这次签约对方企业将投资上亿元,力争明年建成后有游客服务中心、旅游民宿、房车营地等,将更好服务广大自驾爱好者。

本届冬博会上最大一笔签约,是总投资40亿元的阿勒泰国际雪都康养小镇建设项

目,建设周期为5年,将建设度假酒店、温泉公园、会议中心、木屋集群等项目,从而形成一个综合性的滑雪度假小镇。“阿勒泰有优质的冰雪资源和优良的生态环境,我们对阿勒泰冰雪产业、旅游业发展都非常有信心。”投资方新疆雪境文旅投资发展有限公司董事长程远说。

霍城县文化体育广播电视和旅游局与新疆阿依娜巴斯陶文化旅游投资有限公司进行签约,该公司将在该县建设一座四季越野滑雪场,其中一期项目投入2亿元,包括建设一条长2.5公里的越野滑雪道框架膜赛道。

此外还有27项文旅项目在冬博会现场达成合作意向,签约金额达110.28亿元,涵盖康养小镇、滑雪场等项目。众多迹象已表明,新疆已成为各方文旅企业投资兴业的热点。

线上线下,展销方式多种多样

直播展示、VR、AR等技术越来越成为文旅行业重要的工具,让游客通过线上了解,线下再来体验。

阿尔泰旅游发展集团有限公司开通“遇

见阿勒泰”抖音账号,在阿勒泰礼物展区等场所对外进行直播,充分展示了当地的特色产品。“我们的抖音账号开通有两年时间,专注于推广阿勒泰的旅游资源和产品,目前已经赢得了60余万的点赞量,5.9万粉丝遍布国内外。”该公司相关负责人李燕介绍。

和田玉都文化旅游有限公司是第一次到阿勒泰市推介自己的手工艺品和文创产品,在现场做起了抖音直播带货。“这次冬博会上,我们带来了核桃木手工艺品、丝巾等40多件展品,通过这个平台认识了很多朋友。”

此外,还有中国电信、中国移动、中国联通三大通信运营商的本地企业,携带着各自企业的AR、VR以及文旅平台等在现场进行了产品展示。

新疆维吾尔自治区文化和旅游厅党组书记徐锐军说,此次冬博会正当其时,恰逢其时,吹响了加快新疆冰雪经济高质量发展的号角,希望各地州市文化和旅游部门、各文化和旅游企业充分利用冬博会这一平台,“以会促媒、以会促展”,发挥各自优势,深入洽谈,务实合作,创新招商,取得丰硕成果。

(思超)