

时评

“博物馆+旅游”创新服务美好生活

□ 熊海峰 靳承卓

博物馆是一个城市和文化地区的文化灯塔，连接着过去的历史，照亮着未来的文明，服务着当下的美好生活。今年5月18日是第47个国际博物馆日，今年的活动主题为“博物馆、可持续性、美好生活”。在国家文物局统一部署下，各地将围绕主题开展数千场内容丰富、形式多样的活动，让更多民众了解博物馆、走进博物馆，感受博物馆的独特魅力。

习近平总书记指出，博物馆是保护和传承人类文明的重要场所。作为研究、收藏、保护、阐释和展示物质与非物质文化遗产的核心载体，博物馆通过专业化的运营和交流，为人们提供了教育、鉴赏、深思和共享知识的专业平台及多元体验。

随着人们精神文化需求日益增长，走进博物馆、感悟历史、继承文化、增长知识、开阔视野，正逐渐成为一种新兴的文化习惯和生活方式，成为旅游休闲的一个重要选择。

2021年，我国博物馆接待观众7.79亿人次。2023年1月，我国对新冠病毒感染实施“乙类乙管”政策后，博物馆旅游迎来了新的高潮。今年五一假期，全国6000多家博物馆接待游客超过5000万人次，参观人数再创历史新高。

博物馆以藏品为基、文化为魂、体验为核，为旅游活动注入了丰厚的历史

意蕴与文化内涵，让人们在参观中得到了心灵的熏陶与滋养。博物馆旅游在内容与形式的不断创新中，有效地服务和满足了人们美好生活的新期待。

“博物馆+”文化体验深受游客欢迎。博物馆是文化的承载者与文明的汇聚地，收藏着珍贵的文物，展呈着一个民族、城市或地区的历史起源、发展演变、文化习俗和价值理念，能够让人们从历史中汲取前行的精神力量，从文物中探寻古今的价值联结。

近年来，为了给游客提供更好的文化体验，各地博物馆使出浑身解数，各显神通。例如，故宫博物院策划的“祥开万象——故宫与西藏文物联展”，以文物器具和书画经文书为载体，为游客讲“活”了一段元、明、清三代民族关系史。上海博物馆推出“从波提切利到梵高：英国国家美术馆珍藏展”，精选了50位艺术巨匠的52件展品，完整呈现了从文艺复兴至19世纪后印象派400余年的欧洲美术史，展出首月游客量便超过10万人次，一举成为国内的现象级展览。

“博物馆+”教育研学掀起热潮。博物馆丰富的文物资源让其拥有开展研学旅游活动的独特优势。研学旅游集知识性、场景性、娱乐性于一体，为游客特别是学生提供了具有新奇感、场景感和兴奋感的开放式学习氛围，

能够让他们在亲身感受和互动实践中学习，在增加博物馆知识和文化自信的同时，培养思考探索和学以致用的能力。2021年，全国博物馆举办了教育活动32.3万场次，吸引了大量游客参与。在中国丝绸博物馆听故事、画纹样、尝试汉服拼布，去中国扇博物馆感受中国扇文化、体验制扇工艺，到建川博物馆重温抗战历史、传承红色基因……博物馆研学旅游不仅是对课堂知识的一种有效拓展与深化，也是一场生动的历史与文化知识学习。

“博物馆+”旅游文创精彩出新。文创产品开发，文化是根本，创意是灵魂，产品是结晶。博物馆文创在尊重历史文物和旅游市场需求的基础上，通过创意与设计，开发出有内涵、有颜值、有品质、有价值的文创产品，赋予了文物新的形态与生命，让游客把博物馆“带回家”，让高冷的文物更有温度，走进人们的日常生活。例如，上海博物馆推出的名画“同款”创意甜品销售额超过2400万元；河南博物院推出的以“考古盲盒”为代表的系列文创产品，销售额突破4300万元，备受市场青睐和追捧。

文旅消费需求随时代升级，文博旅游创新永无止境。博物馆只有不断深入挖掘文物藏品的文化内涵，不断创新文化传承利用的表现形式和表达方式，才能更好地满足人们对美好生活的向往，获得更为蓬勃与持续的生命力。具体而言，可从以下4个方面着力：

一是加速理念转变，创新旅游服务。加速推动工作从以“物”（藏品）为中心转向以“人”（观众）为中心，促进文物、创意和技术深度融合，不断推出适应市场需求的新产品、新场景、新形式和新业态，提升博物馆旅游的知识性、互动性、趣味性，增强游客的获得感和体验感。

二是加快数智赋能，提升旅游品质。顺应旅游数字化、智能化、融合化发展趋势，通过环幕影院、虚拟现实、全息投影等技术打造沉浸式场景，通过虚拟偶像、人工智能等技术增强定制化服务能力，不断提升博物馆旅游的质量与效率。

三是注重创意营销，扩大文化影响。紧抓旅游消费年轻化、分众化、分层化等特点，利用短视频、直播、游戏等新兴营销方式，帮助博物馆“出圈”，更好地发挥文物保护、文化传承和价值传播作用，让文物“活”起来。

四是激发多元力量参与，促进共创共享。积极推动建立以理事会为主要形式的法人治理结构，加快构建价值共创与共享的利益共同体，聚合聚力发展博物馆事业，让博物馆更好地服务人们的美好生活。

（作者单位：中国传媒大学文化产业管理学院）

来论

做好市场秩序整治 保护民众出游热情

□ 刘纯银

近期以来，旅游市场整体运行平稳有序，呈现出复苏发展的良好势头。随着众多旅游城市迎来客流高峰，一些问题也随之而来。为进一步规范旅游市场秩序，文化和旅游部办公厅近期印发通知，要求各地对“不合理低价游”等市场乱象保持露头就打的高压态势，开展旅游市场秩序整治，重点打击“不合理低价游”、导游强迫或变相强迫购物兜售物品、未经许可经营旅行社业务等行为。

我国对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”政策后，各地旅游市场迎来快速复苏。文化和旅游部日前公布的2023年一季度国内旅游数据情况显示，一季度，我国国内旅游总人次12.16亿，同比增长46.5%，恢复到2019年同期的68.5%。国内旅游收入1.30万亿元，同比增长69.5%，恢复到2019年同期的75.2%。可以说，实现了疫情后第一季度旅游市场“开门红”。

毫无疑问，旅游市场快速复苏折射出我国消费市场的蓬勃活力和巨大潜力，也见证着中国经济社会发展强大的内生动力，并带动了链条环节上的大量就业，尤其是对于那些以旅游经济为支柱产业的地方来说更是如此。

往小处说，旅游业是一些家庭的主要收入来源，事关一个家庭幸福指数；从大处看，旅游的兴旺不仅带动一方产业发展，甚至还是一些地方亮丽的名片。

然而，让人不愿看到的是，随着旅游市场的快速复苏，部分地区欺客、宰客现象又有所抬头。如前不久，热门旅游目的地海南三亚公布的5起旅游市场典型违法案例中，多数是调换海鲜材料、未落实秤秤销售、私改价格等熟悉的套路；有媒体报道，在杭州西湖出现“划船刺客”，

即以150元1小时的标价吸引游客，但实际上只给游客划半小时左右时间，就让游客下船……相比之下，笔者和朋友日前到湖北、四川、重庆等地旅游就幸运多了，不仅没有遇到欺客、宰客情况，还遇到几位称职的导游。一路上，他们不仅详细介绍了各处景点，还在上下车时提醒客人注意安全，在推介地方特色产品的时候，也只提醒选购时的注意事项。

值得注意的是，旅游市场欺客、宰客现象对一个景区乃至旅游城市而言，其负面影响不可忽视。正如网友留言所说，商家欺客、宰客容易，而日后恢复信誉却很难。

同样，对于旅游城市来说，经历疫情的洗礼，好不容易迎来旅游行业的好转，更应珍惜这来之不易的良好局面，别让个别欺客、宰客事件吓退了来自各地的游客。尤其是社交媒体时代，口碑传播影响越来越大，况且，人们出游已不是一次性消费，而是人们日常生活的重要内容。

市场经济是诚信经济，旅游业也不例外。旅游业要实现长远健康发展，既离不开各方的珍视呵护，也离不开职能部门严格的日常监督执法，更离不开行业企业的自律。

期待各地以此次旅游市场秩序整治为契机，进一步总结经验，积极探索出台针对性政策措施，通过加强宣传和引导，牢固树立“诚信为本、服务至诚”理念并通过严格执法，进一步规范导游服务，促进商家合法合规经营，共同做大做强旅游市场。

也就是说，无论是景区、酒店、旅行社，还是旅游商品经营者，只有所有经营主体都依法诚信经营，旅游业才能长盛不衰，最终实现多方共赢。

声音

“把古镇原来的居民留住，把传统的生活方式留住，找到与现代生活的结合点，商业开发才能在保护与开发之间形成良性循环”

——针对古镇旅游同质化现象，《人民日报》近日发表评论指出，部分古镇越来越相似，并非历史遗留或自

然形成，而是不合理商业开发的结果。古镇需要开发，才能更好满足游客需求。但一些新开发的古镇，未能处理好商业化和文化保护之间的关系，只是照搬照抄已有商业模式，不注重挖掘自身文化内涵，导致景区内只能看到批量生产、脱离地域属性的旅游产品，看不到有活力、有特色的文化产品，让游客失去新鲜感。

“特色旅游专列反映出游客对美好出行的要求越来越高，也揭示出旅游产业正在向高品质和多样化转变”

——为满足旅游市场的多元化需求，铁路部门近期增开了不少旅游特色专列。对此，《经济日报》发表评论指出，旅游专列要进一步突出特色，

不仅要沿途黄金景点“一网打尽”，还要挖掘更多未被发现的“美”，把过去热度不高的小城小镇编织进铁路旅游的大网络。铁路部门应进一步加强与地方的合作交流，鼓励景区结合铁路资源，自然景观等设置旅游体验线路，形成交通带动旅游、旅游促进交通的良性互动格局。

（本版编辑 龚立仁 整理）

要“面子”更要“里子” 四川西昌大力推进“厕所革命”

汉服巡游、字谜竞猜、品尝美食……今年五一假期，四川省凉山彝族自治州西昌市迎来大批游客。旅途中，该市的旅游厕所覆盖率和干净整洁的卫生环境引得不少游客称赞。

“每次放假出门旅游的时候，上厕所都是一大难题。但这一次在西昌的体验很好。”五一假期，前往西昌建昌古城旅行的游客张怀素说，当地的旅游厕所不仅数量多、设施丰富，寻找起来也很方便。

小小厕所，方寸之地，系着民生，连着文明。从“天府旅游名县”创建到“天府旅游名县”提升建设的4年时间里，西昌把旅游厕所的完善和升级工作作为改善公共服务设施、提升旅游形象的文明工程和民生工程，有力提升了旅游服务品质。

青砖、黛瓦、雕窗……在西昌建昌古城城墙公园门口，一座连接着古巷、照壁，古朴典雅的公共厕所，与老城环境融为一体。“建昌古城的更新

修建，改善的不仅是生活环境，像公厕这样的配套设施也得以完善，既方便了游客也方便了市民。”在西昌老

城区生活了10多年的邢阿姨说，她和邻居们每天都会来古城散步锻炼，生活在西昌，幸福满满。

在旅游厕所提升三年行动中（2018年—2020年），西昌市共投入4200万元资金，以贴心便民为原则，



位于西昌市南红玛瑙停车场的旅游公厕外景 西昌市文化广播电视和旅游局供图

针对不同的人流量和景点进行设计，突出文化主题、环境保护，提升人性化功能。新建了42座A级旅游厕所。为进一步满足市民、游客如厕需求，2022年，西昌在全市范围内新建、改造、提升公厕9座。不仅建昌古城和各大景区有配套的旅游公厕、智慧公厕，市区主干道也有新建、改扩建公厕。

在“厕所革命”推进过程中，西昌还注重打破“水泥+砖瓦”传统模式，充分挖掘当地的文化元素并植入其中，力争实现“一厕一品，一厕一景”。以梦里水乡湿地景区为例，景区内的13座旅游厕所都呈现出不同的外观风貌。阳光学校入口附近的旅游厕所内还建造了“水帘景观”。

“厕所革命”既要“面子”也要“里子”。近年来，西昌市在改建旅游厕所的同时，十分注重内部的设施更新。比如在公厕内设置家庭卫生间、母婴卫生间等功能区，安装自动人脸

识别取纸机、休息座椅等设施，充分照顾到了不同人群的需求，彰显了城市的关怀和温度。

旅游厕所建设好，更好管理维护好。“厕所革命”实施以来，西昌通过建立环境卫生长效管理机制，实行专人负责全日保洁制度，确保旅游厕所卫生质量达标。

如何快速精准找到厕所？在建设好旅游厕所导视系统的同时，西昌还将全市公共厕所位置信息接入相关地图导航系统，并在西昌市文广旅局官方公众号设置了旅游厕所导航服务功能，实现了旅游厕所电子地图全覆盖。

西昌市文化广播电视和旅游局相关负责人表示，下一步，该市将持续深化“天府旅游名县”提升建设工作，把旅游厕所的完善提升工作作为提升旅游公共服务重点来抓，不断提高旅游公厕管理服务水平，努力提升市民、游客满意度。（席文率）

成都市锦江区： 打造精品景区 拓展“三圣花乡”品牌

近年来，四川省成都市锦江区以建设践行新发展理念的公园城市示范区为统领，围绕高质量建设“品位锦江·幸福城区”目标，以锦江区精品景区“花乡农居”升级为起点，探索文旅深度融合发展之路，打造全龄、全季、全时段的近郊游、自驾游、全家游首选地。

在打造精品景区的过程中，锦江区突出高起点规划策划，力争打造都市田园乡愁典范。一是聚焦“都市”优化功能品质。坚持补短板、强弱项，布局规划5G基站、新能源汽车充电桩等基础设施，完成道路施工6.3千米，建成电力通信和污水管道8.7千米，新增绿地5万平方米，促进交通组织优化、景观风貌品质提升。二是聚焦“田园”盘活土地资源。合理规划、科学高效利用土地资源，引导涉农社区共建景区商

业运营管理公司，推动企业与居民达成共赢合作协议，有效打通土地要素市场化配置堵点。三是聚焦“乡愁”塑造特色品牌。从文化植根入手，活化利用花乡文化，丰富拓展“三圣花乡”品牌的内涵外延，促进新经济新农居深度融合。

锦江区努力突出高品质场景营造，认真诠释公园城市乡村表达。一是营造田园休闲场景。聚焦精品景区功能定位，以绿道体系、游线体系串联三圣花乡重要游节点，全面提升农居形态，打造广视角特色大地景观。二是营造时尚消费场景。创新发展小店经济、网红经济、直播经济等“公园+消费”新模式，引进文创、民宿93家，培育花创园艺企业14家，新增网红打卡地22处。三是营造文化体验场景。以三圣花乡精品景区为主阵

地，精心策划成都“十二月市”活动，依托许燎源博物馆等资源，组建“三圣艺术联盟”，打造永不落幕的花乡艺术节活动。

与此同时，锦江区突出高效能治理，不断激发转型升级发展活力。一是创新共治共享机制。在餐饮协会、花卉协会基础上成立民宿、文创分会，建立“产业院落公约”“乡规民约”，引导项目转型，实现共建共治共享。二是创新商业运营管理模式。构建“1套基础硬件+1个指挥中心+1个控制平台”的智慧系统，实现智能人脸识别、车流人流控制、智慧照明、环境监测等智慧功能。（锦轩）

四川青川： 探索管理新机制 打造“厕所革命”新亮点

“干净整洁的公厕不远处就能买到特产，这项服务值得点赞。”近日，当成都自驾游客钱睦均结束年假之旅，驱车离开四川省广元市青川县时，如是感叹。

钱睦均所说的公厕位于距青川县内木鱼收费站1公里的旅游服务中心内，干净整洁的厕所旁边就是白龙江野生鱼庄餐厅。旅游购物商店内，青川木耳、青川竹荪、唐家河蜂蜜等青川特产一应俱全。

旅游厕所建设好，更要管理好。这是推进“厕所革命”的重点。近年来，青川县结合《旅游厕所质量要求与评定》国家标准、天府旅游名县创建工作，通过严格旅游厕所的专项管理制度、建立环境卫生长效管理机制等方式，为市民、游客提供了更加优质的公共服务。

“为了营造干净整洁的如厕环境，

我们安排了专人维护每厕卫生，让大家从旅游厕所的细微之处感受青川高品质旅游公共服务的关怀与温度。”青川县文化旅游和体育局相关负责人说。

在持续深化“厕所革命”的进程中，青川县在补齐旅游厕所数量的同时，还探索形成了一套景区管理、县城环卫管理、乡镇公益性管理、以商养厕管理、多岗合一管理的多种运营管理模式。

“县财政给予一定的经费保障，全县各乡镇、景区统筹基层组织和公共服务运行等相关经费，用于旅游厕所日常管理。”青川县文化旅游和体育局相关负责人说。

青川县凉水镇位于西成高铁青川站到青溪古城、唐家河国家级自然保护区的旅游沿线，每逢旅游旺季来往游客络绎不绝。凉水镇老街的旅游公厕已然成为市民、游客的休憩点。“一

楼是公共卫生间，二楼是游客服务点和家庭卫生间。”凉水镇相关负责人表示，游客服务点的茶楼可供来客人喝茶休憩，由当地居民进行茶楼经营和厕所日常管理。

在“以商养厕”管理模式的引领下，青川县采取“厕所+门面+广告”模式，建设厕所的同时增加部分门面，设置广告位，商家依托门面取得收入并投入厕所管理，广告位收入补贴公厕管理费用。乡村厕所主要采用政府提供“公益岗位”模式，聘请当地贫困人口或特殊人群为“所长”，负责厕所的管理。“厕所革命”惠民理念进一步体现。在旅游景区和游客集散中心，企业或个人整体承包旅游厕所与生态停车场、观景平台、旅游咨询点、旅游商品销售、公共休憩设施等，统一进行经营管理，同时负责厕所的清洁和设备维护，实现双赢。（王莉 陈媛）