

江苏：“到博物馆去”成大众旅游新风尚

□ 邵子君

南京博物院一年一度的“博物馆奇妙夜”推出了戏曲演出、南都市集、非遗展示、灯光秀等精彩活动，扬州中国大运河博物馆历时两年精心筹划的“大都：元代北京城”特展集中展示运河城市北京的前世今生，苏州博物馆与猫的天空之城联名推出“悠然花间·苏博建筑小颗粒积木”文创……“5·18国际博物馆日”前后，江苏全省博物馆陆续推出了“博·览·博·学·博·雅”三大系列百项特色活动，进一步助力博物馆与大众生活的连接。

江苏省文化和旅游厅党组成员、副厅长，江苏省文物局局长拾峰表示，近年来，江苏坚持创造性转化、创新性发展，坚持以文塑旅、以旅彰文，积极培育“博物馆+”融合新场景、新业态、新模式，不断满足人们高品质生活新期待。南京博物院、苏州博物馆、扬州中国大运河博物馆等已成为热门打卡地，为“水韵江苏”赋能赋能，为旅游增添了地域文化底色。

文旅服务质量不断提升

宋朝人的生活有何雅趣？玻璃器具给人们生活带来了哪些变化？今年博物馆日，盐城市博物馆联合天津博物馆、河北博物院、山东博物馆推出了《今时明月照梦华——宋人的生活雅趣》《流光溢彩——西洋玻璃器》两场新展，以及串场河历史研学之旅、我在盐博修文物、文创非遗市集等各类社教、体验活动。

盐城中国海盐博物馆（盐城市博物馆）馆长铁春燕介绍，盐城市博物馆通过构建有品质的多元展览体系，针对每一场特展推出系列主题体验活动，让观众汲取更多知识、获得更多体验感，从而为市民游客提供丰富的精神文化大餐。

铁春燕介绍，自2021年9月搬迁新馆以来，盐城市博物馆已接待观众超过150万人次。在此期间，博物馆坚持每天开放至晚上九时，推出了博物馆奇妙夜、跨年迎新夜、上元奇妙夜等活动，在打响“夜韵盐博”品牌的同时，为盐城市民带来了丰富的夜间文旅生活。他们还积极开展跨界合作，打造了“盐引疑云”沉浸式探秘游、串场河历史研学之旅等体验活动，满足不同群体的文旅

需求。“我们坚持分众式、体验式、拓展式的公共服务理念，让博物馆可以见人见物见生活。”

5个展览项目入选“新时代博物馆百大陈列展览精品展示推介”，入选总数量居全国第一；推出“博物馆+社区”共同体项目，同时深化馆校合作，开展不同学段的“双师云学堂”录制……过去一年，南京博物院在展览、社教、文创等方面同步发力，进一步彰显南京博物院的文化服务功能。

南京博物院办公室主任李荔表示，2022年，虽受疫情影响，但南京博物院全年仍接待观众达161万人次。“我们坚持服务公众，通过文化创新传递文化自信，推出很多富有江苏特色、深受群众喜爱的文化产品。接下来，我们还将紧紧围绕‘中国特色世界一流’博物馆建设目标，不断提高自身公共服务水平，为公众提供更多优质文化服务产品。”

旅游贡献度日益显著

在提升文旅服务质量的同时，“总要来趟博物馆”也成为许多游客打卡“水韵江苏”的重要理由。今年五一假期前一日，南京博物院假期5天的门票就被预订一空，而这已成为周末、节假日南京博物院的常态。浙江游客朱虹在五一假期如愿打卡了南京博物院，她说：“之前两次想来都没预约到门票，这一次还是好几个朋友提醒我预约的！”

数据显示，今年五一假期，江苏全省纳入监测的64家博物馆接待游客量比2022年同期上升了312.77%，其中，侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆、常州博物馆、扬州中国大运河博物馆等多家博物馆都在假期发布了门票约满的提醒。

扬州中国大运河博物馆馆长郑晶介绍，尽管每日接待量已上调至1.8万人次，每个周末仍一票难求，假期更不例外。“今年五一假期，我们接待的非扬州籍游客占比达到了92.8%。为方便老年群体，我们还在今年五一假期每天提供1000张现场临时预约票。”除了馆内的展览和体验活动外，扬州中国大运河博物馆还与苏州、镇江、洛阳等运河沿线城市推出了“双城

记”研学游产品。郑晶说：“比如五一假期推出的扬州、洛阳‘双城记’研学游，串联起两座城市的运河文化，使青少年们充分了解隋唐大运河、洛阳古城和扬州古城的文化内涵与价值。”

常州博物馆副馆长施建刚介绍，自去年暑期开放夜场以来，博物馆的热度就不断提升，“从去年8月一直到现在，我们的观众接待量都是高于2019年同期的。”分析其中原因，他认为，除了展览品质的提升外，各类活动的举办也吸引了大量亲子家庭的关注。此外，常州博物馆还积极推进总分馆制建设，将展览、文创、活动搬进中华恐龙园景区内的中华恐龙馆，进一步提升博物馆与旅游的融合度。

为了让博物馆与旅游更好地连接，去年，江苏推出了“博物知旅”主题活动季系列活动，开展了短视频展播、“博物知旅达人”评选、博物馆教育课程和研学线路评选发布等活动，并遴选出了一批优秀文博精品线路。今年博物馆日，第二季“博物知旅”主题活动也拉开帷幕，组织全省博物馆推出“乐享博览、体验博学、记录博闻、共享博韵”四大系列文旅融合项目。

江苏省文化和旅游厅博物馆处四级调研员韩文琦介绍，为充分发挥博物馆对满足人民群众美好生活需要的重要作用，推动文旅深度融合，第二季“博物知旅”主题活动将一直持续至12月底。其间，将推出一批时代化表达、特色化呈现的精品展览，一系列立德启智、特色鲜明的社教活动，以及对话博物知旅达人、博物知旅集章打卡等活动，吸引更多游客深刻感受“水韵江苏”的人文之美。

科技助力旅游体验升级

在博物馆逐渐成为旅游目的地的时候，大众对身处博物馆的旅游体验也有了更高的要求。而在当下，科技赋能已然成为博物馆服务功能提升的重要手段。

近两年，南京大报恩寺遗址博物馆在智慧博物馆建设方面进行了诸多探索，AR游览等数字体验内容层出不穷。在馆内的琉璃拱门前，7岁的邓元畅戴着VR眼镜看完拱门上的神兽后说：“我看到拱门上的大象向我走来、

羚羊在飞，有些害怕，但很有意思。”而观众用手机扫一扫琉璃拱门，也能看到不同的神兽出现在手机里。

大报恩寺遗址景区技术负责人苏霄介绍，今年4月，南京大报恩寺遗址博物馆还推出“全真互联元宇宙博物馆”，观众可在入口处定制身着明代服饰的专属虚拟形象，与数字人一起漫游报恩圣境，并参与到千年对望、琉璃拱门等25个贯穿整个博物馆的关卡互动中，体验属于自己的元宇宙博物馆。

苏霄介绍，观众在没有导游介绍的情况下看展，很可能看不到或者不想看文字讲解，导致错过一些精彩的内容。而进入“全真互联元宇宙博物馆”后，观众跟随数字人走到对应点位，就可在手机上看到这个点位的数字化呈现。“不只是单纯讲解，而是全景、有剧情地展示。比如在馆内‘七步生莲’长廊，现实中观众只是在长廊上走一段、拍个照，而通过元宇宙，观众甚至可以看到玄奘和释迦牟尼相互对望的场景。”

苏霄认为，元宇宙的特点就是可以无限延伸、无限外扩。今年博物馆日，大报恩寺遗址博物馆还发布了大报恩寺琉璃塔数字复原成果，尝试在数字世界里，以微米级精度高清复原“大报恩寺琉璃塔”，让游客可以获得更震撼的感官体验。

大报恩寺遗址博物馆只是江苏打造“智慧博物馆”“无边界博物馆”的一个缩影。以“云上博物——江苏省博物馆数字展览空间”项目为例，该项目实现了全省数字展览建设在存储、标准、服务三方面的统一，并将动态数据嵌入静态展览，形成了内容相互关联的知识图谱，为观众带来线上展示和线下体验的双向互动。

江苏省数字文化和智慧旅游发展中心相关负责人介绍，在线上，“云上博物”已嵌入“水韵江苏”全媒体平台以及美团、途牛、同程等各大OTA平台进行集中展示。而“云上博物”线下体验则更为亮眼，今年博物馆日，游客就已经可以在南京博物院感受“云上博物”线下体验空间，游客进入体验空间后，只需通过手指和手掌的运动，就可在数字屏幕上完成丰富的人机信息交互，开始线下“云”游览。

从巡游机械巨兽到文商旅综合体

博涛文化在新赛道上全速前进

□ 本报记者 张玫

4年前的7月，2019年夏季达沃斯经济论坛在大连举办期间，一匹创意灵感来自唐三彩马的巨型仿生巡游机械巨兽中华巨马惊艳了中外嘉宾。完成一鸣惊人的首次亮相后，中华巨马落户开封清明上河园，引爆当年开封十一假日旅游市场。此后，山东枣庄台儿庄古城的动能虎、湖北襄阳华侨城的麒麟金璃、江苏南京汤山温泉旅游度假区的金陵辟邪……每个极富个性的机械巨兽都成为当地的文旅新地标，吸引众多游客前往打卡、体验。

截至目前，大连博涛文化科技股份有限公司（以下简称“博涛文化”）已为文旅市场提供了10多头不同品类的机械巨兽。值得一提的是，2022年，博涛文化为大连专属定制了机械巨兽熊北北，并以巨熊北北为核心IP，打造了创新型文商旅综合体大连熊洞街。去年6月试营业以来，熊洞街业绩骄人。从中华巨马到巨熊北北，从巡游机械巨兽到文商旅综合体，博涛文化在“科技+文旅”之路上不断探索。

开辟机械巨兽新赛道

“深耕文旅行业18年，我们以文化为内容、以旅游为载体、以科技为手段，在科技助力文旅产业发展方面进行了很多探索。2016年，我们开始研发巨型仿生生物机械装置。2019年，中华巨马面市，成为国内第一匹拥有自主知识产权的大型高科技巡游表演机器马。凭借对行业的深度了解和过硬的科技实力，博涛文化开辟了一条新赛道。”博涛文化创始人、董事长肖迪告诉记者，2021年，博涛文化被认定为国家级文化和科技融合示范基地，大型高科技文旅仿生机器人研发及推广入选2021年全国文化和旅游装备技术提升优秀案例。

中华巨马高8.4米、重47吨，可以行走、跃起、昂首、摆尾，会张嘴、吐舌、眨眼、摆耳、喷雾、鸣叫。“单纯做一个巨型雕塑容易，但要让它动起来，需要解决很多问题。光一个马头就两吨重，要让这个沉重的部件安全、稳定且流畅地运动起来，是很难的。”肖迪说，团队不断改进控制系统编程，并在机体的强度、材料等方面不断攻关。

“当这个庞然大物动起来的那一刻，我觉得它有生命了，它已经不是一个单纯的设备，而是我们孕育的孩子。”肖迪对他的机械巨兽充满感情，在他眼里，每个巨兽都有自己的个性——巨熊北北像个“大金毛”，很有力量，但大部分时间是温顺调皮的守护者；机甲麒麟是华丽的、高贵的，有距离感……

肖迪介绍，此前国内做巨型仿生机械装置研发的企业很少，景区需要这类装置的话，就要花高价从国外引进。博涛文化制造的巨兽，造价仅为国外同类产品的1/3，而灵活性、稳定性却更高。

打造“尖叫美学”新地标

肖迪认为，传统旅游项目有3个痛点：景区缺内容，文化缺载体，游客缺体验。而机械巨兽可以丰富景区内容，成为文化的有效载体，给游客带来“尖叫”体验。

记者了解到，在多年文旅项目实践的的基础上，肖迪提炼出一套“尖叫美学”方法论，简单来说就是以视觉体验为主要抓手，吸引受众注意力、丰富其审美体验。

“‘尖叫美学’具有奇迹感、生命感和美感三大特征。机械巨兽是成功运用‘尖叫美学’方法论的实践之一。”肖迪说，游客突然看见巨熊北北这么大一机械巨兽，会感到惊奇，觉得它好像不是来自现实世界，这是

奇迹感；机械巨兽具有丰富的面部表情，游客与它互动时，会不由自主地觉得这是一个活的东西，这是生命感；机械巨兽有着独特的外形，是机械与文化的有机结合，这是美感。

在国潮崛起的当下，中华巨马、麒麟金璃、凤凰机甲……这些“尖叫美学”地标，给人们带来传统文化与科技创新深度融合产生的精神和视觉的双重震撼。以麒麟金璃为例，它科技感十足——高10米、重40多吨，全身有100多个可动关节，能跃起、呼吸、转头，会喷水喷雾。同时，它又很传统——设计上沿用了大量传统符号，形象来自明清，颜色取自故宫色系，金色、紫色、宝石绿、藏红色……就像年画中蹦出的麒麟。

肖迪一直有一个梦想，把《山海经》《封神演义》《西游记》等神话里的神兽做成一个“中华神兽”系列，使中国的传奇实体化、具象化。

记者了解到，巨熊北北是目前机械巨兽家族中年龄最小的一个，也是肖迪最钟爱的一个。巨熊北北的兄弟姐妹都落户于全国各大传统景区，游客需要买景区门票才能观看体验。而大连熊洞街是个免费开放式街区，每位到场的游客都可以免费欣赏巨熊北北的表演。

探索文商旅深度融合新路径

“巨熊北北是为大连专属定制的城市IP，名字中的第一个‘北’代表北方，第二个‘北’代表北斗七星，而北斗七星是大熊星座的一部分。”在肖迪眼中，巨熊北北是个外表强悍、内心憨萌的“东北娃”，憨厚、善良、热情、温暖。

肖迪介绍，熊洞街是博涛文化在疫情期间利用大连冰山集团旧厂房改造而成的创新型文商旅综合体。它把商业与主题游乐链接在一起，将主题公园式的引流手法与现代商业相结合，通过创新运营模式和产业融合，打造多元化增收模式，吸引游客在街区内进行深度消费和社交互动。

熊洞街建筑面积近1万平方米，由一个核心IP“巨熊北北”和3条大街——北北大街、尖叫大街、潮玩天街构成。建筑形态最大程度保留原有厂房形态，采用LOFT空间结构和朋克设计风格，集巨兽巡游、美食娱乐、潮流艺术、科技研学、潮玩周边和夜游活动于一体。工业风的蒸汽朋克和未来风的赛博朋克相结合，用高科技与创意承载人间“烟火气”。

“可以用‘大空间’+‘小商业’概括熊洞街的特点。”肖迪说。“大空间”主要是指“巨熊北北巡游打卡”的大文旅空间。浑身雪白，身高6米、重25吨的巨熊北北站起来有3层楼高，每一层的商业空间都可以与其互动。巨熊北北仿生动作生动，呆萌可爱，可以扮鬼脸，喷水喷雾，低头摆pose、挥手互动，作为熊洞街的主人迎接每一位客人。

“小商业”指的是围绕巨熊北北在一到三层构建的小商铺业态。一层是围绕巨兽巡游和游乐设置的蒸汽朋克风的美食餐饮区；二层是文创零售与主题品牌餐饮区；三层是ACG（动漫游戏）主题文化街区。

熊洞街试营业以来，接待游客80多万人次，相关话题在抖音、小红书、B站等新媒体平台的浏览量超5亿。五一假期平均每天接待游客1万多人次，最高峰达1.7万人次。

肖迪表示，熊洞街以“强IP性+强创意性”将文旅的流量思维、商业的运营思维以及新媒体营销相结合，探索出一种城市更新的新模式——“机械巨兽+文商旅综合体”。“尽管现在还无法预判大连熊洞街是否能保持其持续火爆和长效运营能力，但这种创新型消费驱动的免费开放式街区，或许可以为文旅和商业转型提供一些借鉴。”



北京密云力推“四带”做好休闲文化旅游

□ 本报记者 张宇

春天踏青赏花，夏天避暑纳凉，秋天摘果吃鱼，冬天滑雪赏冰……提到一年四季在密云能玩点啥，北京市密云区文化和旅游局党组书记、局长赵志政如数家珍。

在近期举办的2023年密云区文旅产业高质量发展大会上，密云区发布了“四条特色文化旅游休闲发展带”文旅升级计划，吸引了众多投资者关注，也让业者对密云未来的休闲文化业态有了更多期待。

“这‘四带’分别是京承高速文化旅游休闲发展带、休闲美食和旅游度假发展带、时尚运动和体育旅游发展带、长城文化旅游发展带。”赵志政告诉记者，目前“四带”的建设正在有序推进中。

据悉，依托良好的生态环境及丰富的文化资源，近年来，密云聚焦生态文明、历史文化，着力打造特色文旅集

群品牌，涌现出了古北水镇、日光山谷、东方绿洲、邑仕庄园、冯家峪中华蜜蜂小镇、溪翁庄镇渔街、金叵罗田园综合体等一批网红打卡点。密云二八席、鱼宴、荠菜宴、贡米打包宴、养生石锅宴、栗子宴等特色美食品牌，“密云八珍”“密云三烧”等特色文创品牌正被更多人熟知。

“我们需要一个强有力的抓手来进一步整合现有资源，使其发挥出更大的协同效应，助力特色文化旅游休闲示范区的构建。”赵志政介绍，“四带”的建设，密云现有的文旅休闲资源将根据其各自功能被归类，此外还将根据“四带”的不同定位，引进更加丰富的业态，让密云品牌更具辨识度。

据介绍，东部京承高速文化旅游休闲发展带，主要发挥东部文化旅游

资源优势，以京承高速为轴线，在两侧布局，促进旅游产业与文化创意、体育、农业等产业的融合创新，将京承交通带升级为形象带、产业带和旅游带。通过景观地标打造、文化资源挖掘利用、生态经济促进、产业融合及多元化旅游新业态构建，打造更多消费场景，形成众多微度假区。

西部休闲美食和旅游度假发展带将充分发挥西部密云山水资源优势，打造美食文化、山水文化、红色文化休闲旅游产业。以云蒙山水品牌景区打造、特色旅游项目创新、农林旅综合建设、高端康养度假和“云水之家”特色民宿集群发展、“密云水库鱼”美食文化为依托，增加产品供给，丰富业态种类，激发文旅消费潜力。

“南部时尚运动和体育旅游发展带会大力发展时尚体育、都市田园休闲旅游产业。”赵志政说，将以密云机

场、南山滑雪场、南山房车小镇、潮白河休闲运动、矿山极限体育公园等重点项目为核心，推进现代航空服务、冰雪运动、时尚体育、极限运动产业升级壮大，同时与密云新城的建设相呼应，形成时尚运动文化休闲旅游体验产业集群。

谈到北部长城文化旅游发展带时，赵志政表示，将统筹古北口、石城、冯家峪、不老屯、大城子、新城子等镇域长城资源，融合长城抗战文化、军防村镇文化、观庙宇文化、红色文化等特色文化，形成密云长城沿线自然和人文资源保护传承利用互促共进的产业发展局面。“着重从‘长城文化+’价值体系构建、精品风景廊道和航线打造、‘生态长城’特色品牌塑造、长城沿线农林文旅教深度融合、‘多彩长城’产业链条撬动等方面促进长城文化的传承保护与发展，擦亮密云长城名片。”

“通过‘四带’的建设，未来，生态密云、文化密云、休闲密云、活力密云的磁力会更加彰显，也将吸引更多投资者共同参与密云文旅市场的开发。”赵志政说。



熊洞街的主人巨熊北北与游客互动 博涛文化 供图