

江苏：“博物知旅”升温 管理服务升级 科技赋能 精美石刻活起来

□ 邵子君 文樾

携一本专属集章册，循着盖章打卡南京博物院的各个特色展厅；参加扬州中国大运河博物馆推出的“双城记”研学游活动，游历扬州、镇江两座古城；加入盐城市博物馆推出的“盐引疑云”剧本杀活动，一起探秘博物馆……暑期以来，随着江苏省第二季“博物知旅”暑期系列活动的深入开展，博物馆游持续升温，全省各地博物馆在展览、活动、服务等方面持续升级，不断满足观众多元化需求。

避暑遛娃 奔赴盛夏之约

前不久，江苏省第二季“博物知旅”暑期系列活动发布，“博·览·博·学·博·雅·博·韵”四大系列千余项特色活动在全省各文博场馆轮番上演，让博物馆成为暑期出游的好去处。

“这里有个特别的‘断手佣’，他的袖子里是空的，大家来猜猜原本他手上拿的是什么呢？”8月3日，在南京六朝博物馆，“六朝青”志愿者带领近20位小朋友走进馆内参加“岁时约”主题研学活动。“是刀！”“是书！”“是西瓜！”面对志愿者的提问，小朋友们脑洞大开的回答引出了此次研学活动的主题——画扇摇清风，吃瓜迎立秋。

六朝博物馆“六朝青”志愿者曹秋萍介绍，“岁时约”是在深入发掘六朝文物文化内涵的基础上打造的研学活动品牌，暑期以来，活动针对小暑、大暑、立秋等节气设置了不同课程。立秋活动中，小朋友们除参观六朝博物馆，还可在团扇上作画，绘制“小六吃瓜”或“小姑娘吃瓜”的图案。

南京市裴女士带着女儿参加了此次活动。她表示，孩子对文博比较感兴趣，特别是暑期以来，到博物馆打卡参观几乎成了她最大的爱好。“今年4月，孩子还通过选拔，成为六朝博物馆的‘小青志愿者’。”

曹秋萍切身体会到了观众对博物馆的热情，她说：“我们志愿者通常一个月来馆服务两次，一次半天或一天，但进入暑期，我最多时一周就要来3次。”

扬州中国大运河博物馆携手意大利罗马国立当代美术馆、伊玛格艺术馆推出的“乔治·莫兰迪”艺术大展，成为今年暑期的一场热门展览。展览围绕“品形”“观象”“触景”三个主题，

展出了莫兰迪不同创作阶段的46件真迹画作。

除了画作，此次展览还设置了“莫兰迪的画室”“安静，听它的呼吸”“试着握住这束花吧”等互动体验区，让观众临摹大师真迹，抑或捕捉当下灵感，在互动票特制的小瓶子上留下观展的独家记忆。镇江游客江珊说：“没想到还能在博物馆画画，我家孩子已蹲在这儿画了半个小时了，这比‘特种兵’带娃轻松多了。”

丰富内涵 延展方式多样

“太烧脑了”“我就是冲着套色印章来的”“我玩过了，还想再玩一遍”……8月4日，“盐引疑云2——疾风劲草”沉浸式探秘博物馆活动在盐城市博物馆升级亮相，不少青少年闻讯而来，体验一番不一样的博物馆之旅。

盐城市博物馆馆长铁春燕介绍，今年暑期，博物馆围绕馆藏文物、常设展览及临展定期举办“我在盐博修文物”考古课堂、“宋风雅韵·制扇至美”非遗课堂、“盐博二十四节令”等活动，并与中国海盐博物馆、江阴市博物馆等单位联合开展“盐博品夏”“寻盐记1日营、2日营”等夏令营活动，受到广泛欢迎。

铁春燕说：“我们在暑期推出的‘盐引疑云2——疾风劲草’沉浸式探秘博物馆活动，吸引不少青年及大学生前来探索地方历史、解锁文博新玩法，通过观察、推理、破解谜题等方式，体验穿越到宋朝侦破案件的趣味。该活动在微博、抖音、小红书等线上平台引起大众广泛参与，抖音话题浏览量达910.6万次。据统计，7月以来，盐城市博物馆已先后开展社教、讲座及研学活动16场次，累计接待观众12万余人次。”

南京博物院文化创意部副主任田甜介绍，进入暑期，南京博物院盖章打卡活动人气火爆，观众对于文创产品的喜爱程度愈发高涨。为了满足观众盖章打卡需求，南京博物院已将馆内盖章点增加至4处，并绘制《南博盖章寻宝地图》，完善盖章路线指引，让观众实现“精准”打卡。

除文创外，南京博物院不断改造提升民国馆街区和餐饮服务区域经营业态。田甜说：“民国馆以活态展览为



南京博物院盖章打卡热

主，打造了集文化展览、娱乐休闲、沉浸式体验于一体的综合服务项目。餐饮服务结合南京博物院的文化定位，侧重融入南北、激活传统，打造特色餐饮文化。后续将开展形式多样的体验活动，充分满足公众多元消费需求。”

提升服务 缓解“一票难求”

随着博物馆成为游客赴江苏旅游的重要目的地，参观预约难、社会讲解乱、黄牛数量多等问题日渐增多。

南京博物院副院长王奇志表示，“博物馆热”是博物馆与观众的双向奔赴，而出现的一些问题也反映出人民日益增长的精神文化需求和高品质文化供给不平衡、不充分之间的矛盾日益突出。为此，南京博物院提升服务水平、加大管理力度，多措并举保障公众权益，尽最大可能满足公众文化需求，精心呵护“博物馆热”，不辜负每一份期待。

以预约难为例。暑期以来，南京博物院可谓“一票难求”，很多观众通过官方小程序都预约不到门票，但在部分网络平台发现有“黄牛”将免费的南京博物院门票包装成讲解套餐高价出售。

南京博物院社会服务部主任许越坦言，“一票难求”是近期观众反映最

为突出的问题。一些“黄牛”抢票、囤票让本来供不应求的票务雪上加霜，严重扰乱了正常预约秩序。由于客流量井喷，南京博物院已将日参观上限调整到了2.5万人。此外，南京博物院还动态调整放票机制，针对“黄牛”刷票、囤票、倒票等侵犯公众权益的行为加大惩治力度。4月起，南京博物院小程序还增设了“黑名单”条款，如果有账号7天内3次、30天内5次取消预约或预约后不进场馆，将会被限制预约，同时封堵“黄牛”IP地址和账号，积极联合文化执法和公安等部门加大对“黄牛党”违规行为的打击惩治力度。

此外，南京六朝博物馆从7月31日至10月8日取消周一闭馆，苏州博物馆（含本馆、西馆）、苏州碑刻博物馆、吴文化博物馆等将服务时间延长至21:00，盐城市博物馆则坚持常态化“朝九晚九”开放模式……

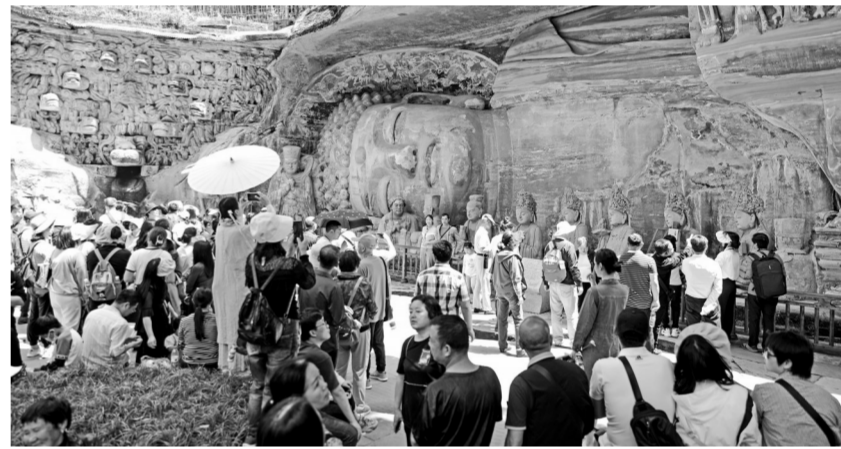
南京六朝博物馆副馆长贺湘表示，暑期旅游市场火热，六朝博物馆单日最高客流达到近万人次，取消周一闭馆后的首个周一，六朝博物馆就接待观众3000多人次。她说，周一开馆就是为了让更多游客走进博物馆。同时，六朝博物馆也将保持高品质服务质量，为观众带来更好的看展体验。

完善保护机制

大足石刻是重庆市大足区境内所有石刻造像的总称。1999年12月，以北山、宝顶山、南山、石门山、石篆山摩崖造像为代表的大足石刻被列入《世界遗产名录》。大足石刻集佛教、道教、儒家造像艺术精华于一身，以鲜明的“中国化”特色，被誉为“世界石窟艺术史上最后的丰碑”，代表着公元9—13世纪世界石窟艺术的高峰。

“大足石刻的75处石刻造像群，5万余尊石刻造像大多开凿于山岭之间、崖壁之上，地质和气候等自然环境因素影响因素多，对这些造像的保护修复一直都是国际性的难题。”大足石刻研究院院长蒋思维介绍，大足石刻建立了政府主要领导牵头，分管领导抓总负责，相关部门密切配合的联席会议制度，定期研究、解决大足石刻保护管理中的重大问题。

宝顶山千手观音造像开凿于南宋年间，是中国最大的集雕刻、彩绘、贴金于一体的摩崖石刻造像，被称为



游客在大足石刻宝顶山的释迦牟尼涅槃像前游览 瞿波摄

国宝中的国宝”。历经800多年岁月的侵蚀，千手观音造像“病人膏肓”，光残缺就多达440处，急需修复。

2008年5月，国家文物局将千手观音像抢救加固保护列为国家石质文物保护的“一号工程”，由国内十多家科研机构的文物专家组成团队，对宝顶山千手观音像进行前期勘察研究、试验及修复，并于2015年完成。

“这个工程开创了我国多学科联合开展大型不可移动文物修复的先河，在我国文物保护史中具有里程碑意义。”大足石刻研究院保护工程中心主任陈卉说，“千手观音像的修复过程共有100多名工作人员参与，历经3200多个日夜，投入各类修复材料约一吨，为同类文物的修复提供了有益借鉴。”

“长期以来，大足石刻的69处中小石窟因多种因素导致总体保护状况堪忧。”蒋思维说，“2020年9月，我们启动了中小石窟寺保护利用示范项目，制定了大足石刻中小型石窟保护3年工作规划，全面改善了中小石窟寺文物保护管理现状，让中小石窟得以‘益寿延年’。”

强化科技支撑

大足石质文物保护中心、大足石刻安全技术防范中心、大足石刻监测预警中心、大足石刻数字展示中心……一个个专业保护平台的建立，让大足石刻的文物保护工作从被动保护向主动保护转变，从抢救性保护向抢救性与预防性并重转变，使得大足石刻真实性得到有效维持和展示。

“大足石刻保护工作十分注重科技力量。在文物勘察研究的过程中引入其他学科，推动保护工程、保护项目更加科学，更加符合实际情况。”蒋思维介绍，大足石刻研究院对石刻病害检测、岩体稳定性评估、保护修复新材料、智能监控等关键技术开展攻关，先后建成多个文物保护科技平台，全面提升了对石窟寺的保护能力。

由于地处西南高温高湿环境，影响大足石刻保护与存续的最大隐患是水害。宝顶山大佛湾的释迦牟尼涅槃像，俗称“卧佛”，开凿于南宋年间，长达31.6米，是大足石刻造像中体量最大的。水害问题一直威胁着“卧佛”的安全。

在实施“卧佛”治水工程时，大足

石刻研究院开展了“卧佛”区域微环境监测、地下水监测、文物表面渗漏水监测等各项监测工作，为项目推进提供强有力的技术保障。

“我们有针对性地实施了灌浆参数监测、地层抬动监测、施工震动监测等各种预防性监测。这些数据不仅指导并优化了施工方案，确保了文物安全，同时也为工程质量的评价提供了数据支撑和科学依据。”蒋思维表示，工程后期经监测，“卧佛”大部分渗漏水不再渗水，造像的盐析现象明显减轻。

“大足石刻研究院还建立了世界文化遗产监测预警平台，通过前端各种传感设备采集的气象、岩体稳定等数据，建立起变化可监测、风险可预报、险情可预控、保护可提前的大足石刻监测预警体系。”蒋思维介绍，截至目前，平台已采集数据480万条，及时预警处理造像失稳、渗水、风化等隐患3139个，实现了石窟寺由抢救性保护向预防性保护的跨越式发展。

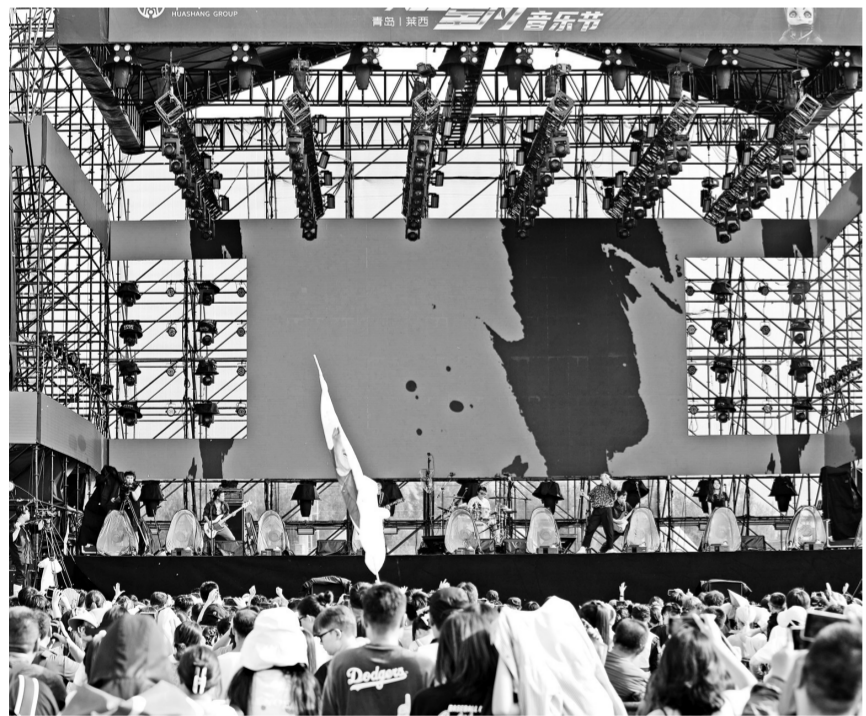
坚持合理利用

近年来，大足石刻研究院通过改善景区基础设施，提升展示利用水平，开展对外展览交流以及提高景区数字化水平，持续推动大足石刻“走出去，活起来”，向更多的市民游客展现大足石刻的独特魅力。

“现在每年有游客100万人次来大足石刻游览，文化遗产游越来越受到人们的喜爱。”大足石刻研究院副院长刘贤高介绍，大足石刻研究院在做好文物保护的前提下，合理进行旅游开发。“景区的游客中心从山上搬到山

青岛：让“狂飙”的音乐成为文旅吸引力

□ 记者 肖相波



“唤醒星河”音乐节现场 青岛莱西市委宣传部 供图

进入暑期以来，山东青岛基本以每月一场的间隔举办明星演唱会、音乐节，以“手慢无”的速度打破音乐节出票的“大麦”纪录，以多点引爆的态势让昔日旅游冷门市区变得热闹非凡，形成了今年在音乐演出领域备受行业关注的“青岛现象”。

带热暑期旅游

6月22日至23日，2023青岛凤凰音乐节时隔三年华丽回归，在金沙湾啤酒城成功举办。青岛凤凰之声大剧院品牌经理陈欣介绍，本届凤凰音乐节突出“最强阵容”品牌吸引，邀请了32组国内知名乐队、歌手，给乐迷带来了高质量、年轻化、时尚化的音乐盛宴。

7月22日至23日，首届山海星潮音乐节（崂山）在青岛国信体育中心精彩上演，张信哲等众多明星与观众万人合唱，两天的音乐节到场人数接近4万。第33届青岛国际啤酒节（崂山）也首次与该音乐节联合互动，让乐

迷和游客在崂山感受啤酒畅爽的同时，享受音乐的快乐和激情。

7月22日至23日，“唤醒星河”音乐节在青岛莱西市姜山镇举办。活动现场，全国各地乐迷齐聚莱西，打卡音乐节，一起肆意呐喊、忘情歌唱。而这场音乐+旅游的极致体验，也让游客和乐迷看到了莱西“休闲之城”尽显时尚的另一面。

“唤醒星河”音乐节期间，莱西各酒店、民宿、商业综合体等客流量、销售环比增长显著。“趁着假期和朋友一起到青岛体验音乐节，顺道品一下美食，打卡青岛著名景点，我们年轻人都非常喜欢这样的旅程。”来自湖南常德的游客苏雯说。

除了音乐节，火爆的还有歌手薛之谦的演唱会，这是青岛本年度首场个人演唱会。7月8日、9日两场演唱会总计有8万歌迷涌入青岛市民健身中心体育场。

进入8月，青岛依然是演唱会扎堆。著名青岛说唱音乐人沙洲、青

岛辣哈乐队、硬糖乐队等齐聚城阳区，为市民游客带来流行、摇滚、嘻哈等多种风格齐聚的音乐盛宴。

激发消费潜力

2023青岛凤凰音乐节举办地位于国家4A级旅游景区金沙湾啤酒城旅游休闲街区。相关机构统计，本届音乐节期间，到访此地的青岛市内观众占比44.7%，外埠观众占比55.3%，其中不乏来自国外和港澳台的观众。音乐节主要受众群体年龄层为18岁至34岁，占比达82.3%，年轻群体的消费需求被点燃。

另外，在青岛凤凰音乐节期间，西海岸新区文化和旅游局推出了“海滨文旅+音乐演出”促销活动，联合周边景点对接凤凰音乐节核心元素，提供特色岛城旅游服务。西海岸新区的各大商圈、餐厅、酒店也纷纷送出粉丝福利，释放对演唱会粉丝们的情谊。

作为凤凰音乐节主办方之一，青岛黄岛发展（集团）有限公司相关负责人表示：“借助音乐节的带动效应，西海岸新区‘吃、住、行、游、购、娱’迎来了小高峰。音乐节前1个月，举办地周边5公里范围内的酒店客房就已全部订满，客房单房收益环比提升了130%。餐饮业异常火爆，金沙湾啤酒城周边摊位经营两天、食客络绎不绝，在音乐节举办的两天里，各商家实现营业收入1500余万元。”

首届山海星潮音乐节（崂山）负责人张先秋介绍，本届音乐节采用了“音乐节+城市文旅潮牌+网红美食”的特色业态，现场设置创意互动、青年文创市集、特色手工艺品街区、新消费产品体验区、特色美食餐饮区等一系列与音乐演艺场景共生的文化体验场景，通过多层次、多元化的活动为观众带来独特的音乐文化享受。

据统计，本次参加“唤醒星河”音乐节的绝大多数游客都来自莱西市以外。莱西各大旅游景点也是游人如织，姜山镇及市区的酒店、民宿客人爆满。“几乎是一夜之间，客房预订一空，音乐节的吸引力太强了。”一家莱西酒店的客房负责人说。

塑造城市品牌

凭借音乐节客流暴涨的东风，青岛市文旅系统紧紧抓住旅游爆点，着手丰富文旅产品，优化游客服务体验，重视文旅市场扩容，推动旅游业态向前、向好发展。

“跟随音乐节的召唤走进莱西这座小城，这种熟悉又陌生的碰撞感，太棒了。”一位从淄博自驾来参加音乐节的乐迷说，她和朋友订了一间民宿，几天的旅游体验感爆棚。

“早就听说莱西是休闲旅游胜地，我们这次借着参加音乐节的契机在莱西逛一逛，看看莱西湖，尝尝水库鱼，还要去木偶艺术馆和莱夷文化博物馆看看，全面感受莱西风情”，游客张霞说。

“唤醒星河”音乐节结束后仍余音绕梁。7月20日，莱西市第五届篮球联赛LBA暨首届镇村BA开战，本次比赛场次超500场，比赛时间跨度约3个月。此外，莱西市体育中心立足“赛事搭台、经济唱戏”的发展思路，通过LBA的产业链延伸，拉动餐饮、住宿、场馆租赁等产业消费，让体育赛事带动莱西经济发展，实现体育与经济发展的“同频共振”。

从7月7日开始的“莱嗨啤”2023首届莱西啤酒·龙虾狂欢季目前正在进行中，活动以全民狂欢为主线，融旅游休闲、文化娱乐、特色美食于一体，充分激发起夏日消费新活力。凤凰音乐节举办前后，青岛西海岸新区坚持全媒体报道，强化新区城市音乐节IP形象，组织主流媒体、自媒体双管齐下宣传报道，全网媒体曝光量超16亿次，打造西海岸新区“音乐之岛”的国际名片。

青岛市文化和旅游局相关负责人介绍，青岛市借助城市音乐IP的打造，抓住机会积极对年轻一代人“种草”，引导年轻人成为出游主力军。在此期间，青岛市还从餐饮、住宿、交通、安全、景点等方面进一步提升了服务保障能力，吸引了很多“回头客”，通过口碑传播为青岛发展城市旅游树立了良好的形象。

遗失声明

云南省 郑志权 导游资格证遗失；
资格证号：DZG2009YN11794
江苏省 樊艳 导游资格证遗失；
资格证号：DZG2005JS11847
河南省 宗海莹 导游资格证遗失；
资格证号：DZG2007HEN11783

声明作废