

安徽：让“渔歌”更悠扬

□ 朱文文

很多人是通过美食认识安徽的——徽州臭鳃鱼、淮南淮王鱼、芜湖虾籽面、宣城琴鱼茶、亳州曹操鱼头……成为人们了解安徽历史文化、人文风情的重要窗口。安徽分属长江、淮河、新安江三大水系，水域资源丰富，渔业发展历史悠久，素有江淮“鱼米之乡”美誉，长期的渔猎活动造就了大量独具特色的渔文化。今年初，安徽省农业农村厅、省文化和旅游厅、省文物局联合出台《关于加强渔文化保护、传承和弘扬工作的实施意见》，进一步健全渔文化保护传承体系，推动渔文化和旅游产业融合发展。

多元保护 激发传承活力

始建于唐代的歙县渔梁坝被列为全国重点文物保护单位，黄山嬉鱼灯、三河河蚌舞、无为鱼灯等渔文化民俗经久不衰……时至今日，千年文脉在江淮大地仍赓续绵延，得益于安徽对渔文化相关文物和文化遗产的持续保护、传承和弘扬。

近年来，安徽加快推动全省范围内渔文化调查研究与保护，积极开展渔文化资源调查摸底工作，强化各省级部门联动协作，合力深入挖掘渔文化遗产内涵，培养渔文化非遗传承人，不断丰富展示载体，构建渔文化保护传承体系。2021年，安徽省以长江沿线区域为重点，加大挖掘和研究阐发力度，全面普查长江安徽段渔文化资源，确认资源信息540条，涵盖与渔文化相关的物种、渔史、渔具、渔俗、诗歌、渔画等十多个类别，形成《安徽省渔文化项目清单》，为长江保存了优秀文化根脉。

位于黄山市休宁县板桥乡的梓坞村拥有明末古鱼塘、状元鱼王等鱼文化资源，是中国重要农业文化遗产休宁泉

水鱼的核心区。近年来，该乡围绕鱼旅融合发展的目标，深入挖掘泉水鱼历史文化，建设板桥乡泉水鱼博物馆，全面展示山泉流水养鱼系统的悠久历史、养殖方式、生态空间布局及民俗风情，不仅提高了泉水鱼的知名度美誉度，还推动泉水鱼产业和旅游业融合发展，成为安徽活化利用渔文化的生动案例。

通过实施渔文化保护利用工程，安徽摸清渔文化资源家底，成功为各地渔文化传承发展打造重要载体，建成龙虾、鱼类、泉水鱼、淮王鱼等博物馆（展览馆）4座，涉渔民俗场馆20多个，以有限的陆地资源推动渔文化广泛体验、有效传承，并成为当地极具吸引力的乡村旅游资源。安徽省文化和旅游厅相关负责人说，安徽将进一步梳理渔文化资源，继续加大保护传承弘扬力度，在有效保护中深入挖掘文物和文化遗产的历史价值、人文价值，推动渔文化在新时代绽放新光彩。

文旅融合 拓展展示载体

进入新时代，在有效保护的前提下推动渔文化创造性转化创新性发展，是实现千年文脉绵延赓续、奔涌不息的关键。安徽不断丰富渔文化展示载体，强化传播功能，拓展体验方式，推动渔文化与旅游在更广范围、更深层次、更高水平上融合发展。

“天门中斷楚江开，碧水东流至此回。”位于长江之畔的“江城”芜湖，自古渔业生产发达，渔文化早已播撒在城市各个角落、根植于人们的基因里。当前，以中国淡水鱼文化为特色的中国（芜湖）长江渔文化博物馆正在建设，不久将建成开放。

据介绍，该项目集科普教育、文物收藏、文化研究、休闲体验等功能于一

体，包括渔文化博物馆、游客中心、游客码头等11个单体，常设“中国渔业史与渔文化历史陈列”“长江流域渔民与渔村文化陈列”“长江流域传统渔船、渔具与渔法展”“长江水生生物与渔业资源展”“长江十年禁渔与生态文明展”等五大展区，还有“稻鱼鸭复合体验区”“生态体验区”等互动体验区。

“项目建成后将达到国家一级博物馆运行指标，不仅将成为芜湖对外宣传展示长江渔文化的重要窗口，更将成为全市文旅发展的一张新名片，具有重要的文化价值、社会价值、生态价值和经济价值。”该项目相关负责人说。

“秋浦河畔古渔村，千载风情传到今。”诗仙李白寄情山水，曾5次游历秋浦，留下诗作45篇。依托厚重的渔文化和诗文化底蕴，秋浦渔村深耕文旅融合，已成为远近闻名的文化度假基地。“在这里，游客不仅可以欣赏古老的渔具、古朴的‘渔楼’，纯真的渔俗，还能品味渔家美食、风土人情，做一回真正的渔人。渔村每年吸引大量游客慕名而来。”秋浦渔村相关负责人说。

安徽依托博物馆、农展馆、景区村落等载体，让更多人能够通过沉浸式体验主动接触了解、积极参与到渔文化传承发展中来。“接下来，我们还将进行多渠道探索，对渔业生产场所进行生态化、景观化、休闲化改造，综合观光旅游、渔事体验、休闲垂钓、科普教育、民宿餐饮等功能，建设水下有鱼、水面有景、水岸有娱的休闲渔业基地，推动渔文化保护利用。”安徽省农业农村厅渔业渔政管理局副局长何银说。

多彩活动 唱响新时代“渔歌”

安徽还不断创新文化表达方式和传播途径，通过举办多彩节庆主题活

动，源源不断地为渔文化保护传承注入新活力，生动阐释渔文化蕴含的精神内涵和时代价值。

古韵汉服衣袂飘飘、传统舞龙欢腾雀跃、民俗手工艺精彩汇聚……1月16日，第六届八里河冬捕文化旅游节（以下简称“八里河冬捕节”）热闹开幕，以旅游为媒、以节庆会友，尽展八里河的自然风光、冬捕文化和渔业资源。观冬捕盛况、品美味鱼宴、赏山水风光的多重组合，吸引众多游客慕名而至，带旺当地冬季旅游市场。

“八里河冬捕节已成为安徽重点旅游节庆活动之一，在全省冬季旅游中占有重要位置，初步支撑起全县冬季旅游的框架，推动了四季旅游发展。”阜阳市颍上县政府相关负责人说。

八里河冬捕节是安徽创新渔文化传播途径的一个生动缩影。自2002年以来，安徽省已连续举办22届中国·合肥龙虾节，推出了“虾鼓柔情”“古典虾会”“娱乐虾神”“异城虾情”等系列文娱活动，2023年开幕当天客流量突破10万人次。此外，黄山新安江渔文化节、宿州鸬鹚捕鱼民俗文化节、五河螃蟹节、巢湖渔火音乐之夜等一批节庆活动，成为安徽渔文化旅游的靓丽名片，让历史文脉不断延续，让安徽“渔歌”在新时代愈发悠扬。

安徽省文化和旅游厅相关负责人介绍，安徽将继续加强对承载安徽文化价值和地域特色的各类渔文化相关文物和文化遗产的研究、保护、传承和利用，推动渔文化与旅游深度融合，形成一批可复制可推广的抢救性挖掘和保护性利用经验，建成一批带动作用明显的渔文化保护和展示示范区域，不断提升文化特色、品牌信誉和市场竞争能力，进一步讲好安徽渔文化故事。

谷雨茶香飘满园，小暑度曲赏荷闲，白露秋风逐鹭去，冬至数九话消寒……近年来，节气作为时令指南，逐渐成为一种旅行美学，吸引游客应时应景地探寻诗和远方。国内许多旅游目的地推出了节气相关的宣传视频、主题线路等。自2022年以来，江苏省金坛茅山旅游度假区以二十四节气为内容，将金坛茅山地区的自然、人文资源与旅游深度融合，制作了24条原创节气短视频——《金坛茅山二十四节气》（以下简称《二十四节气》），在创新文化传播方面作出积极探索。该系列视频总策划人王群表示，根据调查和反馈，许多游客通过《二十四节气》重新认识了金坛茅山，度假区的知名度和美誉度得到提升。

浓缩精华 有序展示

我国的二十四节气是人类非物质文化遗产，蕴含着深厚的文化内涵和历史积淀，也具有鲜明的地域特点。王群介绍，做《二十四节气》视频首先是为了凸显金坛茅山的独特性，其次，二十四节气代表一年的24个重要时间节点，以它作为一个坐标，可以把茅山一年的自然、人文等做一个有序的、艺术化的集中展示。“它不仅是一个旅游宣传视频，也是一个人文记录视频。”王群说。

《立夏·清风徐来》讲述了茅山人家“立夏送扇”的习俗，视频用三种扇子代表茅山可体验的三种夏日风光——用书画折扇画出茅山云雾缭绕美景、用刺绣团扇绣出可体验国风的茅山东方盐湖城景区、用编织蒲扇织出美丽乡村的宁静；《霜降·盘扣系秋》巧妙地将仙姑村丰收的稻田变幻为金色的布匹，编织成琵琶扣、葵花扣、葫芦扣等三种盘花扣，这三种盘花扣分别代表望仙路公共空间山水风光、花谷奇缘景区向日葵花海景色、茅山宝葫芦制作技艺……据了解，《二十四节气》的制作从2022年7月23日“大暑”开始，到2024年1月20日“大寒”完成，共花了两年半的时间。两分钟左右一条的短视频，将时间节点与地域特点巧妙融合，浓缩了民俗内容、非遗项目、美食特产与景区、景点、乡村旅游等精华内容。其中，仅非遗项目就展示了金坛刻纸、常州乱针绣、金坛雕漆、茅山山东田歌、金坛鼓乐、古籍印刷、茅山山芋粉丝制作、茅山芦编、茅山咸货腌制等十几种。

值得一提的是，《二十四节气》不只展示了金坛地区的茅山，还根据时节适时加入了周边文旅信息。比如“春分”拍摄了整个大茅山，用“春色不分”将茅山两侧的历史、人文、风景放在迎接春天共同的喜悦之中。

坚持原创 精耕细作

从初探到成熟，《二十四节气》历时两载，内容也从一开始反映自然变化和罗列本地民俗的单一情节，转变为可了解历史人文知识、体验景区项目、品尝美食的“纪录片”式解说视频，具有旅游指南作用。如《大雪·茅盐皑皑》就从茅山“大雪腌肉”风俗讲起，介绍了金坛盐矿、茅山东方盐湖城景区的盐博物馆和《吉盐圣地》演出，以及美丽乡村仙姑村的“晒冬”场景。

“我们坚持输出原创内容，只有高质量的原创才能吸引游客。”王群表示，金坛茅山的底蕴挖掘还不够充分，坚持高质量原创，不仅是为了拍好《二十四节气》，也是为了进一步挖掘茅山的文化底蕴和旅游资源。

据了解，作为常州市金坛区茅山民俗文化研究会会长，王群早在2011年就开始研究茅山地区的地方文化和民俗。《二十四节气》系列拍摄前期，团队也进行了大量田野

讲茅山风物 助美誉提升

巧摄二十四节气短视频——

□ 许瑾

调查，实现了充分的材料积累。王群要求，拍摄时，每个节气的拍摄时间都不能提前一周以上；剪辑时，文案须与画面高度契合，要经得起推敲和反复观看。

“短视频对文案的要求很高，而文案又涉及构图、情节，往往需要一个文案要写很久。比如“大寒”文案在剪辑前才写完，因为发现有想要的画面没有拍到，只能通过修改文案，或者找画面来替代。”王群说。

江苏省金坛茅山旅游度假区管理办公室旅游发展局副局长俞璐表示，度假区在宣传上鼓励创新和探索，对《二十四节气》选题给予了大力支持，使系列视频最终得以高质量完成。

众人拾柴 忙有所得

在视频制作过程中，摄制团队还得到了多方帮助，许多视频的结尾都能看到鸣谢单位，其中既有度假区内的景区、农家乐，也有常州市毗陵昆曲社、常州市金坛古籍印刷厂有限公司、常州市金坛区民间文艺家协会等。

据了解，《二十四节气》在拍摄时克服了诸多困难，如前期创作、道具、场景、交通等，参演人员也都是友情出镜。“拍摄‘芒种’时，我们将《金坛县志》里记载的一首东汉的《三茅歌》进行谱曲，采用道情的方式唱出来，谱曲的是我外甥，唱曲的是朋友。”王群说，拍摄“春分”时，他和摄像团队凌晨3点出发等日出，一直拍摄到晚上7点等夜景；拍摄“大寒”时，为了拍到磨豆腐、浇百叶，他们凌晨1点就赶到做豆腐的村民家。每一个视频都饱含着拍摄团队和当地人对金坛茅山这片土地的热爱。

癸卯兔年的“大寒”是《二十四节气》收官之作，随着甲辰龙年到来，王群计划继续拍摄《味道茅山》“特色美食”选题和《茅山十二月令》“一月一乐（音乐），一乐（乐器）一景”选题，并重点做好《非遗里的茅山》，从非遗这个点，再对茅山文旅资源进行深度挖掘。

金坛区文体广电和旅游局副局长周晔介绍，金坛区近期发布了2024年金坛探寻长江文化系列研学游活动，其中就有“跟着二十四节气游金坛”，除了将《二十四节气》中呈现的茅山文旅资源融入研学活动，研学导师还会带孩子们在金坛溯源长江文化，实地欣赏金坛全域旅游秀美风景、感受当地风土人情、体验传统非遗技艺。



《立夏·清风徐来》视频中常州乱针绣绣人在茅山东方盐湖城景区刺绣的画面
摄制团队 供图

“龙”文化主题景观扮靓公园引客打卡

近日，北京景山公园在园区内布置了多个以“龙”文化为主题的雕塑景观，受到游客欢迎。图为游客在景山公园寿皇殿区域内的“龙”文化主题雕塑前拍照留念。

本报记者 陈晨 摄



虚拟数字人 文旅场景显身手

□ 本报记者 杨雪寒

2月2日，吉林首部虚拟数字人冰雪文旅宣传片《长白天下雪，雪域见奇遇》发布。宣传片既是两位数字人——“初一”“玄龙”的传奇爱情故事片，也是一部吉林长白山冰雪形象片，通过虚拟现实制作技术与长白山实景拍摄相结合，为大家带来全新的视觉体验。近年来，文旅行业不断拥抱科技创新，探索着数字化发展。在此过程中，虚拟数字人随之诞生，他们可以是导游、讲解员，也可以是地方形象代言人。凭借着聪明的“大脑”、极强的可塑性，他们活跃在文旅行业的诸多场景中。

惊艳亮相的“国风少女”名字透着文化气

唐代花钿妆容、双髻丸子头，身着淡雅长裙的文博虚拟推荐官文天天是一位“国风少女”，她已“入职”中国文物交流中心，负责解说镇馆之宝背后的故事。

“文天天”取名自《诗经·周南》：“桃之夭夭，灼灼其华”。有网友表示，文天天“人”如其名，处处透着“文化气”。在形象设计上，文天天融入传统中式元素的古韵之美。双髻丸子头源自古代少女发型，后部增加现代编发；妆容融入唐代盛行的花钿装饰，透出年轻与古典交织的气息；服装采用现代莫兰迪色系，以“古代扇子”为贯穿元素，展现着浓厚的时代感和艺术感。

此前中国国家博物馆推出的虚拟数字人艾雯雯，其形象设计也值得一提。据介绍，设计方山东工艺美术学院对中国女性容貌审美、中国国家博物馆馆藏古代服饰等进行了深入研究，还参考了国博已经开发的相关文创产品。目前，她已有五六套适应不同场景的服装，有印着“新青年”字样的白色T恤，也有飘逸素雅的汉服。

同时，艾雯雯的名字也有深意。“艾”通“AI”，也通“爱”，“雯”通“文”，名字寓意艾雯雯以AI（人工智能）为技术基础，表达了对文明、文化、文物的喜爱，对文博工作的热爱。

有网友说：“巧笑倩兮，美目盼兮，既有古典美人的优雅从容，又有现代女孩的活泼开朗，期待和雯雯在国博邂逅。”

“腹有诗书”的数字人 传播文化有一套

高颜值的虚拟数字人可不是只有美丽外表的“花瓶”，在传播文化方面，她们发挥着重要作用。

“一镇之地，五座园林，人文荟萃，商贾云集。这是大家普遍印象中的南浔，而在这背后，还有许多不为人知的故事。”在浙江湖州南浔古镇的官方微博，虚拟镇长林桑晚在视频里介绍着南浔古镇的历史文化和特色风景。

南浔古镇素有“文化之邦”和“诗书之乡”美称，历史上出现过许多著名人物，留下过众多诗人、散文家的足迹。不久前，身着白色西装、性格活泼开朗的虚拟数字人林桑晚成功当选南浔古镇虚拟镇长一职，为游客提供景区导览、信息咨询、知识问答等服务的同时，还录制了系列视频，在虚拟场景中为游客讲述南浔古镇的各种文化。游客可以通过有温度、有个性的林桑晚，与南浔建立起深层次的情感链接，对古镇产生认同感和亲切感。

“我的目标就是将自己的所学所用贡献给家乡南浔，更要把南浔的美、南浔的格局和视野传递给世界。”视频中林桑晚说。

“将古镇文化元素与虚拟数字人结合，旨在构建一个虚拟文旅空间，为游客提供不同于以往的沉浸式文旅体验，让更多人了解、认识南浔古镇，从而让千年古镇和江南水乡焕发新的生机和活力。”南浔区委宣传部相关负责人在接受媒体采访时说，虚拟镇长是文化旅游与元宇宙跨界融合的一次尝试，为古镇发展开辟了新的方向和思路。

“人设稳定”的形象代言 文旅应用前景广阔

“刘三姐”这个名字家喻户晓，它根植于广西山水，是几代人深刻的记忆，

也是具有鲜明广西地域特色的专属文化符号。

作为“广西文化旅游数字推广大使”，多才多艺、形象美丽的虚拟数字人刘三姐深受游客喜爱。她会唱山歌，会讲白话、壮话、桂柳话、客家话等方言以及英语、东盟语等多种语言，让美丽广西再度在互联网“出圈”。

广西壮族自治区文化和旅游厅相关负责人介绍，选择刘三姐这个文化符号作为广西文旅AI数字人的原型，既是一种文化自信，更是一种文化的传承与延展。希望借助刘三姐虚拟数字人把广西的民族文化、山水文化推向全球。

近年来，流量明星、偶像演员“塌房”的例子不胜枚举。频繁的“塌房”现象不仅会让粉丝伤心失望，给自身品牌效应带来负面影响，还会对社会造成恶劣影响。相比之下，刘三姐等虚拟数字人所具有的可塑性强、人设稳定等优势逐渐显现出来。

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋表示，如今随着技术手段不断成熟，超现实虚拟数字人在各地应用也越来越多，为文旅行业发展带来助力。基于海量数据库、人工智能等技术制作生成的虚拟数字人，拥有成本低、真实性强、安全系数高等优势，“还可以通过大数据等技术，为用户提供专属服务，拥有很高的情绪价值。”

宋洋洋认为，未来虚拟数字人或将与旅游场景、文博场景进行更深度的匹配、更深入的结合，“这需要虚拟数字人更具有真实感和共情能力，同时实现更低的成本，为各地落地应用这项技术、传播当地文化提供便利条件。”