

时评

推动文物保护利用与旅游业高质量发展相得益彰

□ 宋昌耀 杨意蕾

在文化和旅游融合发展向纵深推进的背景下,旅游业在文物保护宣传、文物价值阐释、文物资源利用、文物效益释放等方面发挥着越来越重要的作用。要大力推动文物保护利用,使之与旅游业高质量发展相得益彰

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视文物和文化遗产保护利用工作,强调全面提升文物保护利用和文化遗产保护传承水平,让更多的文物和文化遗产活起来。习近平总书记的重要指示为文物系统性保护传承与活化利用指明了方向。

2024年11月,第十四届全国人民代表大会常务委员会第十二次会议第二次修订通过《中华人民共和国文物保护法》(以下简称《文物保护法》)。《文物保护法》提出贯彻落实保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来的工作要求。

在文化和旅游融合发展向纵深推进的背景下,旅游业在文物保护宣传、文物价值阐释、文物资源利用、文物效益释放等方面发挥着越来越重要的作用。要大力推动文物保护利用,使之与旅游业高质量发展相得益彰。

一是以保护为基础,构建文物与旅游的互动体系。文物保护是利用的前提,文物利用是保护的目。《文物保护法》明确要求“贯彻保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理的方针”,“正确处理经济建设、社会发展与文物保护的关系”,为文物保护利用工作提出了基本遵循。

旅游业是文物系统性保护与高质量利用的重要抓手,有助于让文物活起来,实现文物保护与利用双向促进,构建新时代文物保护利用新格

局。一方面,要坚持以保护稳利用,始终将文物保护放在第一位。做好文物保护与传承,深入发掘文物的内在价值,实现文物资源的有效激活与合理利用。另一方面,要坚持以利用促保护,推动文物资源的创造性转化与创新性发展,坚决杜绝建设性破坏和过度商业化。

高效发展以文物为吸引物的旅游业,可以为文物利用提供场景和生态,为文物传承提供长效机制,为文物阐释提供在地化途径,为文物保护提供可持续资金,为文物社区发展提供就业和收入。

二是以科技赋能,统筹文物与旅游的数智应用。数智科技在文物与旅游业高质量协调发展中发挥着引领作用。《文物保护法》提出“加强文物保护信息化建设,鼓励开展文物保护数字化工作,推进文物资源数字化采集和展示利用”,有利于在统筹文物保护利用和旅游业发展中引入和应用数智科技的力量。因此,要全面运用数智技术,推动文化遗产的数智化保护与文物资源在旅游业发展中的数智化活化利用。

一方面,要加强数智化文物保护,以最小干预原则做好文物的数智保护与呈现工作。通过构建文物数据档案库、实时监测调整游客流量、开发数智化互动体验项目等方式,推动文物工作实现从静态保护到动态活化利用,再到创造性发展。另一方面,要

推动数智化文物利用,促进前沿科技在文化遗产保护活化方面的深度应用。例如,借助AIGC技术,提升文物景区的智慧个性化服务水平;运用VR、AR、MR等虚实结合技术,为游客营造沉浸式的文物互动体验。

三是以业态为抓手,打造文物与旅游的融合场景。《文物保护法》强调“在确保文物安全的前提下,坚持社会效益优先,有效利用文物资源,提供多样化多层次的文化产品与服务”。要以产品和业态为抓手,通过跨界融合与产业延伸,实现文物资源的深度挖掘与高效利用,构建以业弘文、以文兴业的良性循环发展模式。

为此,要推动文物与旅游深度融合发展,大力发展文化旅游,积极推广文物主题游径;聚焦消费需求与艺术审美的变化趋势,探索文物旅游业态与现代元素有机结合的方式,将时尚设计、游戏IP、影视剧、现代科技等元素融入文物旅游产品之中,创新“文物旅游+”,如“文物+游戏+旅游”,“文物+旅游+购物”等,培育多种消费新场景、新业态。在广泛的跨界融合基础上,进一步延长文物旅游产业链,以赋能文化遗产的保护与利用、传承与创新。例如,积极开发文物旅游衍生品市场,通过品牌授权、特许经营等方式,拓展文物旅游的市场空间和经济效益,增强文博单位的“造血功能”。

四是以人民为根本,推动文物与旅游的多元参与。人民群众是文物系统性保护与旅游业高质量发展的根本,既是文物资源的守护者、传承者,又是文物旅游发展的参与者与受益者。要让人民群众共享文化发展成果,让文物旅游造福于民、促进社区发展。同时,要不断强化公众对文物资源的价值认知与保护意识,打造全社会积极参与文物保护、畅享文化遗产之旅的良好氛围。

《文物保护法》提出“国家健全社会参与机制,调动社会力量参与文化遗产保护的积极性,鼓励引导社会力量投入文化遗产保护”。为此,要强化协同共建、共创共享,引入多元主体共同参与,形成强大工作合力,推动文物保护利用与旅游业的深度融合。

政府部门应发挥主导作用,完善激励机制,强化保护监管,对文物保护与旅游利用进行有效引导与规制。文博单位与文旅企业要创新合作模式,开发特色鲜明的文物旅游产品,精准对接市场需求。

研究机构要主动承担向社会公众普及文化遗产知识的责任,提升公众文化素养与文化需求。社会公众应积极参与文物保护与旅游利用活动,通过参观学习、亲身体验、广泛传播等方式,助力文物保护利用与旅游业协同发展。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

升、经营压力过大,需要调整门票价格,应组织价格听证会,邀请公众、专家、媒体等参与讨论,确保门票价格调整的公正性和合理性。

而对于非国有博物馆来说,由于其运营资金主要来源于自身营收,门票价格更加市场化,需要根据市场需求和竞争情况进行调整。各地政府可以考虑将部分社会价值较高的民营博物馆纳入补贴之列,给予同等的待遇,或者采取政府购买服务的方式,向优质民营博物馆采购门票,并将其发放给学生、老年人、残疾人等特殊人群。

此外,实施收费模式的博物馆,可以设置不同档次的门票价格,如单次票、套票、年票等,满足不同消费者的需求,同时推出优惠票、团体票等多种形式的门票,以吸引更多观众。同时,博物馆可以针对常规展览采取免费、低价模式,对临时特殊展览、商业化展览等收取相对高一些的门票。博物馆还需开源节流,一方面,通过优化内部管理,控制运营成本;另一方面,与旅游机构等合作举办研学活动,开发文创产品,经营IP授权等。

● 聚焦冰雪经济与冰雪旅游发展

扩大冰雪旅游消费 要让更多人爱上冰雪运动

□ 特约评论员 马振涛

伴随着冰雪产业规模不断扩大,市场对冰雪消费产品的需求日益多样化,丰富消费产品、创新消费模式、优化消费环境、健全冰雪标准、完善保障措施愈发重要和紧迫

国务院办公厅近期印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》(以下简称《意见》),提出以冰雪运动为引领,带动冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展,推动冰雪经济成为新增长点。《意见》从8方面提出了系列举措,直面冰雪产业发展的痛点、难点、堵点问题,就冰雪运动和冰雪产业转型升级、健康发展提出具体举措。在“促进和扩大冰雪消费”方面,《意见》提出丰富冰雪消费产品、优化冰雪消费环境、健全冰雪标准体系等要求,为激发冰雪旅游活力、有效促进和扩大冰雪旅游消费明确了工作着力点。

冰雪运动、冰雪旅游能否活跃冰雪经济、拉动经济增长,最终还要体现在冰雪消费上。让更多人因热爱冰雪运动,参与冰雪旅游,进而扩大冰雪旅游消费,是《意见》出台的目的之一,也是冰雪旅游市场参与者的期盼。

2022年北京冬奥会成功举办,冰雪运动更加深入人心,冰雪旅游逐渐升温,带动冰雪旅游消费逐年增长。以冰雪旅游网红城市哈尔滨为例,去年冬天以来,哈尔滨冰雪旅游火爆出圈,持续带动当地餐饮、住宿、娱乐、购物等相关领域消费增长。2023-2024雪季,哈尔滨市共接待游客8700多万人次,同比增长300%,实现旅游收入1248亿元,同比增长500%,冰雪“冷资源”正在变成“热经济”。2024国际冬季运动(北京)博览会发布的《中国冰雪产业发展研究报告(2024)》显示,中国冰雪产业规模自2015年以来显著增长,预计2025年产业规模有望突破万亿元大关。

伴随着冰雪产业规模的不断扩大,市场对冰雪消费产品的需求日益多样化,丰富消费产品、创新消费模式、优化消费环境、健全冰雪标准、完善保障措施愈发重要和紧迫。目前,我国已经有多项发展较为成熟的冰雪旅游项目,但还难以满足大众个性化需求。对于以冰雪运动促进和扩大冰雪旅游消费,笔者提出以下建议:

首先,丰富冰雪消费产品,创新消费模式,重在解决游客“钱怎么花”的问题。旅游目的地应结合当地实际,在尊重市场需求的基础上,形成多层次的产品体系,提升消费市场细分程度,满足不同类型消费者的需求。例如,创新冰雪旅游消费产品,提升冰雪产品和服务科技含量和个性化设计水平,多渠道研发多样化、智能化、潮流化的冰雪产品,形成数量丰富、相互配套、营销互动的格局,实现规模经济和规模效应;在创新消费模式方面,积极组织

“冰雪+”项目,强化冰雪运动与教育、文化、旅游、健康、科技等业态融合发展,加快推进冰雪产品全产业链的数字化、网络化、多元化进程,拓展新媒体冰雪运动消费;整合雪场资源,发挥冰雪赛事活动溢出效应,组织开展冰雪消费季等商旅文体健融合的促消费活动。

其次,优化冰雪消费环境、提升消费者体验,重在解决游客“不愿意花钱”的问题。《意见》提出建立冰雪消费产品和服务质量评价体系,优化冰雪消费支付服务,提升支付便利性。此外,加强消费者权益保护,支持地方建立冰雪运动、冰雪旅游消费先行赔付制度,指导各地完善高峰期大客流应对处置机制。这些措施有助于提升消费者的满意度和信任度,进而激发冰雪消费潜力。

同时,加强冰雪运动和冰雪旅游宣传也是重中之重。既要发挥冰雪领域知名运动员、体育明星、运动名人的带动作用,也需要冰雪旅游目的地地做好营销宣传,让更多人了解、知晓并产生“想去”的冲动。这方面有很多经验可循。例如,“约会哈尔滨 冰雪暖世界”的宣传为哈尔滨冰雪旅游出圈助力。央视连续3年在哈尔滨冰雪大世界打造的总台最北“冰雪广播室”,成为冰雪大世界的新晋地标,吸引了大量游客前去“打卡”。吉林省推出“长白山下雪”品牌,推动冰雪产业与元宇宙对接,采用顶尖“三维超写实”技术,打造全国首个冰雪文化虚拟数字人“初一”与“玄龙”,发布首部虚拟数字人冰雪宣传片《长白山下雪,雪域见奇遇》,实现数字人在宣传片中与自然环境有机融合。

最后,健全冰雪标准体系,完善各项保障措施,重在解决游客“钱不敢花”的问题。《意见》强调要健全冰雪标准体系,包括制定和完善冰雪运动、冰雪旅游、冰雪装备等方面的标准,以规范行业发展。建立统一的标准体系,可以提高产品和服务质量,增强消费者信心,促进冰雪产业健康有序发展。

这就需要加快推进政府部门、行业协会等力量,制定冰雪产品质量标准和冰雪服务行业规范,逐步建立冰雪运动标准体系,提升冰雪运动场地设施建设、维护运营、服务产品、职业技能、赛事管理、器材装备等方面的标准化水平。

此外,在保障措施方面,还应积极构建多渠道冰雪运动消费维权网络。充分发挥社会资源和市场力量,切实维护冰雪市场秩序;持续加强居民冰雪运动消费数据统计监测,建立冰雪及相关行业动态监测机制,客观反映冰雪运动消费发展水平,促进居民冰雪运动消费环境提升。

声音

“要坚持因地制宜、因势利导,注重长期效益和社会效益,唯有如此,乡村旅游才会更好满足人们对‘诗和远方’的向往”

——近期,我国新增7个“最佳旅游乡村”。对此,《经济日报》近日发表评论指出,人们走进乡村,希望看到原汁原味的农村生活,体验独特的农耕乐趣。当然,原汁原味和创新发展的并不矛盾。当前,农文旅融合不断深化,乡村消费场景业态不断创新,非遗体验、亲子研学、观星旅游、文创集市等新业态、新产品满足了游客多样需求。通过答好传承与创新这道题,让乡土味道、乡村风貌、田园乡愁“唱主角”,乡村旅游将持续焕发活力、魅力和吸引力。

“租电动轮椅实在不该成为任何景点的游玩秘籍”

——近日,电动轮椅扎堆上海迪士尼引发网友广泛关注。对此,《北京晚报》发表评论指出,法律上没有非伤残人士不得使用轮椅的规定,景区也难以禁止健康人使用轮椅,但每个人

都应该把公共秩序和他人利益放在心上。为保证游玩品质,景区应该通过完善规则、提前告知等措施,防范电动轮椅滥用。当然,游客愿意花钱租轮椅,也反映了景区布局上的不合理和服务上的欠缺。

“在古与今的衔接处把握住恰如其分的关键点,取决于散落在祖国大地上的古建筑物能否被发现、被关注,被挖掘出独一无二的价值与内涵”

——近日,《光明日报》发表题为《古建筑文创,缘何成“顶流”》的评论指出,文博领域热潮迭起,传统文化的创造性转化与创新性发展潜移默化地为大众厚植了文化自信。伴随着社交平台上网络传播效能的叠加,人们对古建筑文创的理解、对其背后故事的挖掘更为深刻与多样,文创成为一种文化现象,也成为引领消费的新潮流。这股风尚能否持续下去,取决于受众心中的认可与共识,也取决于文创实践者能否以品质“打底”、创意“点睛”。(本版编辑 龚立仁 整理)

来论

收费博物馆定价机制应兼顾利益与公益

□ 江德斌

如果博物馆因各方面成本上升、经营压力过大,需要调整门票价格,应组织价格听证会,邀请公众、专家、媒体等参与讨论,确保门票价格调整的公正性和合理性

近日,某知名高校艺术博物馆门票涨价的话题引发网友广泛关注。据《中国消费者报》报道,近年来,遍及全国的博物馆热,带动了展览消费的高速增长。然而,一些博物馆开始涨价,引发消费者的不满和困惑。博物馆定价机制是什么?涨价与保护消费者的参观热情如何平衡?如何提供质价相符的展览?这些问题值得业界思考,并找到合理的解决办法。

近年来,参观博物馆的热潮持续升温,已成为文化消费的重要组成部分,特别是在节假日、寒暑假期间,很多家长会带着孩子到博物馆参观,一

些旅游机构还组织研学游、夏令营等活动,各大博物馆人潮涌动,甚至还出现“一票难求”的境况。从市场供需平衡角度来看,部分热门博物馆游客众多,远远超出了接待能力,针对部分热门展览采取门票涨价的策略,确实可以抑制一些需求,缓解接待压力,也可以降低运营成本。

然而,博物馆并非纯粹的营利机构。博物馆是知识的宝库,具有向公众传授历史、艺术和科学知识的功能;博物馆收藏了大量展品,承担着文化传承发展的责任。如果门票定价过高,有可能令大量低收入群体望而

却步,削弱其公益性和社会价值。因此,博物馆门票定价机制需要合理、适宜,兼顾利益与公益,取得相对的平衡。

近年来,我国出台鼓励博物馆免费开放政策,旨在引导博物馆发挥社会公益性价值,更好地传播人文科技知识,吸引更多民众走进博物馆。

目前,国有博物馆享有政府补贴,大部分已经实现了免费开放,其他采取收费模式的博物馆,其门票价格也受到政府部门的监管,以确保价格的合理性和公益性,一般都在合理的范围之内。如果博物馆因各方面成本上

免签政策 吸引外国游客

随着免签政策的持续推出和不断优化,今年以来,利用免签政策来华的外国人数量不断增多。据上海边检总站统计,截至11月30日,今年以来上海口岸入境外国人数量达到400余万人次,其中,免签入境外国人数量达137.7万人次,分别是去年同期的2倍、4.8倍。

视觉中国 供图

