

观察

# 在文旅深度融合中提升遗产保护利用水平

□ 熊海峰 朱泽

遗产保护已不再是文物工作者的“独角戏”，而是逐渐为大众所广泛参与。从风景名胜到生活场景，从技艺传承到沉浸体验，文化和自然遗产正以各种创新方式融入现代社会，成为促进经济发展和增强文化自信的双重引擎

文化和自然遗产承载着中华民族特有的历史记忆与价值追求，维系着中华文明数千年以来的赓续与绵延，是中华民族立足于世界之林的重要基石。6月14日是2025年文化和自然遗产日，全国各地将开展形式多样、丰富多彩的线下线上活动。

如今，遗产保护已不再是文物工作者的“独角戏”，而是逐渐为大众所广泛参与。从风景名胜到生活场景，从技艺传承到沉浸体验，文化和自然遗产正以各种创新方式融入现代社会，成为促进经济发展和增强文化自信的双重引擎。

习近平总书记强调，“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”。

对于一个国家和民族而言，文化和自然遗产不只是风景名胜，也是书写在大山大河里的“历史档案”和“文明简史”。总体来看，让这些珍贵的遗产真正“活”起来，至少应包括三重内涵：一是文物本体要“活”，融入时代精神，获得新的内涵与意涵。二是与大众的连接要“活”，走进现代生活，创造新的功能与价值。三是转化利用方式要“活”，要转换思维，创新策划，数智赋能，形成新的运营模式与持续动能。可以说，文化遗产的活化利用正在旅游发展中不断地探索与创新。

遗产旅游是以文化和自然遗产为核心吸引物而展开的旅游活动。其

中，文化是灵魂，遗产是核心，旅游是活化与传播方式。人们在旅途中欣赏遗产景观，学习传统知识，体悟文化精髓。旅游将遗产与现代生活联结起来，让遗产获得新的滋养与能量。

旅游激发了遗产活化需求。随着人们文化自信的增强和传统文化的持续升温，越来越多的人选择到文化和自然遗产地进行游览，感受中华文明的博大精深。旅游为文化遗产带来了巨大的流量，产生了强劲的活化需求。可以说，正是因为大量游客的到访，才使得大量珍贵的文化遗产得以充分展示。

旅游创新了遗产活化场景。旅游不仅是一种休闲方式，生活方式，更是一种学习方式。旅游功能的多样性和市场的细分性，促进了遗产活化形式的创造性与丰富性。旅游在适应需求以及与科技的不断融合中，催生了更多生动鲜活的体验场景，让文物从静态展示转向沉浸式、故事化叙事，让冰冷的文物变得可亲可感。

旅游增强了遗产活化动能。遗产保护是公益事业，主要依靠财政资金，投入规模有限。旅游活动是市场行为，通过运营获得收入，实现收益稳定。遗产旅游以遗产为核心吸引物，在运营过程中又反哺遗产保护，为保护提供资金、为传播创造渠道，让遗产活化在市场经济的环境中获得持续动能。

文化和自然遗产无疑是旅游资源中的“香饽饽”，但绝不应该被视为“摇

钱树”。当前，一些地方在发展遗产旅游过程中，仍存在着折“真遗址”、建“假古董”，将非遗传承变成“作秀表演”或“营销噱头”等问题，让遗产活化的形式变得浅薄化、粗俗化、媚俗化，失去了遗产旅游应有的本真性和文化性。同时，部分遗产活化的价值、效益也未得到充分彰显。因此，在文旅深度融合的时代背景下，以旅为媒推动遗产高质量活化，需要关注如下几点：

一是坚持守正创新。遗产是不可再生的资源，保护是首要任务。在激发遗产旅游潜能的同时，应坚守保护底线，杜绝进行随意的“改头换面”。同时，要秉持礼敬和严谨的态度，深入挖掘和提炼遗产所蕴含的文化内核，并结合时代精神、价值理念和文旅消费特征，创新现代解读和价值阐释，与时代关键议题建立有机连接，如“天人合一”观念与现代生态文明的天然契合性、“共享太平之福”传统和平观与构建人类命运共同体的内在联系性。

二是延展价值链条。文化和自然遗产中蕴含着历史、文化、经济、社会和审美等多重价值。旅游可充分发挥自身优势，创新思维与策略，推动从前端的深度研究、创意策划，到中端的场景营造、产品研发、线路设计，再到后端的文创衍生、IP授权以及百业融合，不断延展遗产活化的价值链条，让遗产旅游目的地不只是一个孤立的景区，而是一个多方利益主体共同创造与分享价值的生态体系。例

如，大型文旅演艺《印象大红袍》不仅将武夷山自然与文化双遗产地品牌提升到新的高度，也有力地促进了当地茶产业和文创业态快速发展。

三是拓宽产品矩阵。随着数智技术的不断进步，遗产旅游正突破传统观赏模式，向品质化、智能化、个性化方向发展。未来，各地需要推动遗产与“吃、住、行、游、购、娱、养、学”等要素实现全方位、多层次、宽领域的深度融合，根据游客的兴趣、年龄、文化背景等因素，提供深度游、研学游、亲子游、虚拟游等多样化产品。同时，更需要注重社群参与和情感连接，让游客从消费者转变成参与者与共创者，构建起更加丰富、更具黏性、更可持续的文旅产品矩阵。

四是提升国际影响力。文旅活动是扩大文化影响力和增强文化认同的重要渠道，特别是入境旅游可以为国际游客提供直接参与和沉浸体验的机会。我国是文化和自然遗产大国，但还不是国际旅游强国。2024年，我国接待外国入境游客2694万人次，相比同年法国入境游客数量的8940万人次、西班牙的8370万人次和美国的7930万人次，还有较大差距。未来，我们还需大力创新面向国际市场的遗产类旅游产品和宣传推广活动，加速发展入境旅游，不断提升我国自然和文化遗产的知名度与影响力。

(作者单位：中国传媒大学文化产业管理学院)

时评

# 非遗遇到热剧 助力传统文化出圈

□ 王志高

传统从来不是古董架上的摆设，而是祖先留给我们的“生存工具箱”，就看你有没有打开它的想象力

热播剧《藏海传》收官了，观众记住的不只是肖战饰演的藏海如何智斗权谋，还有那些“抢戏”的非遗——皮影戏、昆曲、榫卯结构……这些传统文化元素不再是博物馆里的静态展品，而是成了剧情里的“活道具”，甚至比某些角色更让人念念不忘。这不禁让人思考：传统文化的传承或许从来不缺魅力，而是要有让它“活”起来的创意。

非遗在这部剧里有多会“演戏”？皮影戏的动物图腾成为权力博弈的暗号，老虎张牙舞爪象征军阀，蜈蚣的阴毒影射宦官，观众瞬间看懂了复杂的政治隐喻；昆曲唱词里“长刀大弓”配着叛军破门的画面，柔美的水磨腔反而衬出杀伐的寒意。最妙的是榫卯——古人用来盖房子的“乐高积木”，到了藏海手里竟成了反杀敌人的机关。这些元素不是硬塞的“文化贴片”，而是和剧情长在了一起。正如网友调侃的：“曹公公一开嗓，弹幕立刻刷‘要盒饭了’，昆曲成了最优雅的‘死亡预告’。”

而《藏海传》的聪明之处在于，它让非遗“干活儿”了：皮影是藏海的情报暗号，榫卯是他的“武器库”，昆曲是反派的“心理侧写”。当传统文化开始参与叙事，它就不再是背景板，而是成为观众追剧的“第二主角”。

这给文化传承打了样：别让

年轻人爱上非遗，先得让它从神坛走下来。就像榫卯不一定只在故宫梁柱上“炫技”，而是变成藏海手里的“解谜钥匙”，年轻人立刻懂了“古人智慧真能救命”；昆曲不再只是阳春白雪的《牡丹亭》，还能给反派当“杀人BGM”，吸引年轻人开始研究唱词里的典故。当传统文化有了创新表达，甚至带点反差萌的戏剧性，它的生命力也会更好迸发。

正如网友说的：“以前觉得皮影戏是爷爷辈的玩意儿，现在发现它简直是古代版PPT——用动物影子和光线就能开朝政发布会！”《藏海传》的热播印证了一个道理：传统文化从来不怕“过时”，只怕“无趣”。从《长安十二时辰》的报时鼓到《梦华录》的茶百戏，爆款剧的秘诀在于让文化遗产“动起来”——要么推动剧情，要么颠覆认知。

当非遗能帮主角谈恋爱、搞事业，甚至报仇雪恨，谁还会觉得它“老气”？说到底，年轻人抗拒的不是传统，而是教科书式的说教；文化传承需要的不是供起来的“尊贵”，而是能够参与当代叙事的“鲜活”。就像剧中藏海用榫卯反杀敌人的那一刻——我们终于看清了传统的真面目：它从来不是古董架上的摆设，而是祖先留给我们的“生存工具箱”，就看你有没有打开它的想象力。

# 数字园林开启传统与现代的对话

□ 吴霞

数字化没有把园林锁进“电子博物馆”，而是创造了全新的体验方式

据《人民日报》报道，最近，到访苏州古典园林狮子林的游客，可以邂逅一名“穿越”而来的“数字古人”——在园中漫步，细数当年被狮子林“奇石叠翠、曲径通幽”吸引的细节。园林管理方运用AI科技与多媒体光影设备，在古典园林勾勒出一幅鲜活灵动的草木长卷。这既是文物保护的技术升级，更是一场传统与现代的精彩对话——数字没有稀释园林的韵味，反而让它以更鲜活的方式走进当代生活。

过去，园林保护大多依赖老师傅的经验判断，修缮难免“走样”；如今，数字技术让每一块砖、每一幅彩画都有了精准档案。艺圃乳鱼亭濒临消失的苏式彩画，在数据支撑下被成功修复，并永久存档。这不仅解决了文物建筑“修旧如旧”的难题，更让濒危技艺得以延续。数字存档不是冰冷的备份，而是给未来的一封信“文明家书”，确保后人看到的园林依然是今天的模样。

更难得的是，数字化没有把园林锁进“电子博物馆”，而是创造了全新的体验方式。市民游客夜游拙政园，在光影中与虚拟小鹿邂逅；手机一点，就能360度探访见山楼

的每个角落。这些创新并非喧宾夺主，而是以现代语言重新诠释园林之美。年轻人通过VR沉浸式游览，会激发他们对实景的向往——技术成为传统文化的“引流入口”。

正如苏州园林本身融合了诗书画印的多重艺术，今天的“数字园林”也在虚实交融中拓展了美的维度。有人担忧技术会消解传统的本真，但真正的“原汁原味”从来不是固守旧态。明代造园家计成在《园冶》中强调造园要“巧于因借，精在体宜”，这种创新精神与今天的数字化实践一脉相承。当游客在元宇宙里“穿越”到留园的五峰仙馆，或是通过AI与历史上的园主对话时，他们触摸的不仅是数据，更是跨越时空的文化共鸣。

苏州园林的数字化实践启示我们：文化遗产的活力不在于抗拒变化，而在于如何让变化服务于传承。当古老的花窗遇上3D扫描，当曲径通幽的意境遇上VR沉浸，传统不仅没有褪色，反而获得了更加顽强的生命力。

## 强化技术升级 防范“黄牛”抢票

近日，上海市静安区人民检察院披露了一起利用抢票软件抢购倒卖博物馆等文化场馆门票案。该案承办检察官胡俊君表示，“黄牛”利用技术手段抢票加价出售的行为，破坏了公平的购票环境，损害了公众的文化权益。为此，近期多家文化场馆通过技术手段防范“黄牛”抢票。故宫博物院通过AI算法识别恶意请求，拦截机刷流量；南昌八一起义纪念馆利用技术识别异常IP，将频繁预约、退票的账号列入黑名单；九寨沟景区在预约满员后，游客可通过小程序候补退票资源，按候补顺序自动分配，阻断“黄牛”的“秒退秒抢”操作。

视觉中国 供图



来论

# 免费儿童游乐设施安全不容忽视

□ 刘少华

据《扬子晚报》报道，近日，青岛丽达购物中心顶层的丽达天空公园发生一起令人震惊的攀岩事故。一名五岁男童在攀岩过程中被绳索勒住脖子，导致呼吸困难。然而，现场并无专业人员协助，最终依靠好心人接力托举近20分钟，孩子被救下。调查发现，这一免费攀岩设施曾被网友曝出多次发生类似事故，而目前仍在开放使用。

攀岩作为高风险游乐项目，其安全标准本应十分严苛。而现实中，许多商场、社区将此类设施作为“免费配套”吸引客流，却对安全管理敷衍了事。殊不知，免费并不意味着可以降低安全标准，更不表示能够免除法律责任。

民法典明确规定，宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者，未尽

到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。消费者权益保护法规定，经营者应当保证其提供的商品或服务符合保障人身安全的要求。因此，免费设施同样属于商家提供的服务范畴，一旦发生事故，商家难辞其咎。将“免费”作为挡箭牌，实则是商家对法律责任的刻意逃避。

当前，我国对游乐设施有着相对完善的监管体系。现行特种设备安全法明确将大型游乐设施纳入监管范畴，并规定负责特种设备安全监督管理的部门应当对学校、幼儿园以及医院、车站、客运码头、商场、体育场馆、展览馆、公园等公众聚集场所的特种设备，实施重点安全监督检查。目前，许多免费设施由物业或商场自行管理，缺乏专业维护团队，工作人员应急处理能力堪忧。在此次儿童遇险事件中，若非路人及时施救，后果不堪设想。

破解免费游乐设施的安全困局，需要构建全方位的责任网络。立法层面应完善相关法律法规，将室内攀岩等新型游乐项目纳入强制认证范围；监管层面应建立“负面清单”制度，对屡教不改的隐患场所实施熔断机制；运营层面需转变经营理念，明白安全投入不是成本而是竞争力，用专业防护取代营销噱头。同时，公众也应提升安全素养，对免费设施保持理性审视，毕竟“零元体验”绝不应以安全为代价。

免费游乐设施不该是吞噬儿童安全的黑洞，而应是检验城市管理温度的试金石。任何商业考量都不应该凌驾于生命安全之上，免费不等于可以免去对生命的敬畏与责任。在建设儿童友好型城市的今天，我们不能再容忍以“免费”为名行“漠视安全”之实的做法。

浙江大学 THE HONG KONG POLYTECHNIC UNIVERSITY 合作办学

亚洲特色·全球视野

# 酒店及旅游管理博士学位项目

Doctor of Hotel and Tourism Management (D.HTM)

浙江大學-香港理工大學聯合中心

上課地點：浙江大學西溪校區 諮詢電話：0571-8827 3598

詳情諮詢 聯繫人：黃老師 報名郵箱：liyuanyhly@zju.edu.cn

• 前沿課程，多元教學  
• 精英校友網絡  
• 主要國際排名均居前列  
• 學位獲國內及國際承認