探究运河文化又有新去处

□ 本报记者 王诗培 文/摄

看遍大运河千年历史，直观体会北京民间老话“大运河飘来的北京城”，探索北京城市发展历史……如果你想要了解大运河，探究北京文化，前不久正式对外开放的北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）就是一个好去处。

登上“运河之舟”

从北京城中驱车一路向东，由京通快速路进入通州区，沿运河北路行驶，途经北京（通州）大运河文化旅游景区、通州运河公园、运河生态公园等目的地后，很快就能来到城市绿心森林公园。在这座公园里，由北侧屋顶形似船体的共享大厅、南侧屋顶形似风帆的展陈大楼（主楼），以及两座建筑间270米长的休闲水街组成的北京大运河博物馆，宛如一条“运河之舟”，正等待着人们“登船”。

远望北京大运河博物馆，共享大厅北侧与草坡自然衔接，展陈大楼南侧向城市绿心森林公园自然过渡，室内室外自然和谐，为观众提供了一个在参观中享受自然的空间。近观细节，展陈大楼立面通过街巷路口、篷架、门楼等柔化建筑体量的元素与休闲水街相结合，形成一处类似于运河驳岸码头的场景。休闲水街内，漕运驳船、遮洋船、漕舫船3艘铜制帆船非常逼真，给人穿越时空之感。整条水街形成一个永不落幕的室外展场，也可在博物馆闭馆后成为向城市开放的公共空间。

记者从北京大运河博物馆西侧的入口完成身份证刷脸、安检等流程后，进入共享大厅。只见共享大厅、展陈大楼、休闲水街相对独立又彼此联系，比单体式博物馆建筑空间更开放、更自由。北京大运河博物馆工作人员介绍，这个共享大厅是博物馆展陈解读和多种文化活动的空间，可以作为城市的会客厅。“这里可以独立对外开放，会不定时举办各种活动，即便夜间有惠民演出，也能保证展陈大楼文物的安全。其他延伸空间如报告厅、4D影厅、开放式展陈厅也有独立的出口，博物馆日常闭馆时均能正常使用。”这名工作人员说。

值得一提的是，为了抵抗地震，确保文物安全，北京大运河博物馆展陈大楼周边设置有620米长的隔震沟，展陈大楼地下一层下方设置有1.8万平方米的隔震层，是我国已建成的隔震博物馆中隔震区域投影面积最大的一座。在展陈大楼负一层一角，北京大运河博物馆在地面和墙面预留了两扇方形的玻璃窗口，作为“博物馆防震科普展”，让观众可以亲眼看到楼体下方的隔震支座和楼体之间的隔震沟。

纵览古今同辉

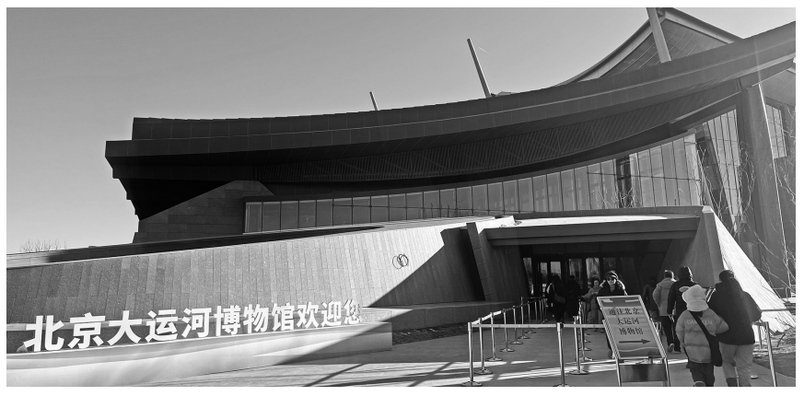
首都博物馆以“都”为核心，聚焦北京建都史；北京大运河博物馆则以“城”为核心，讲述北京城的历史发展脉络与大运河文化有机结合的故事。

大运河始建于春秋时期的邗沟，由京杭大运河、隋唐大运河和浙东运河3部分组成，是世界上流经距离最长、规模最大的古代运河。2500年来，大运河及相关漕运水系的出现和发展对北京城市的经济繁荣发挥了重要作用。

作为大运河文化展示与传播的重要载体，北京大运河博物馆设基本陈列、专题展览、开放展示、临时展览四大类型展陈。讲解员小常介绍，位于展陈大楼二层展厅的“京华通惠 运河水济”北京与大运河历史文化陈列是博物馆目前最重要的基本陈列。这个展览有超过1000件的文物和艺术品，以时间为轴，生动还原了大运河的发展演变历史。记者看到，大部分文物从北京地区出土，位置分布于昌平、海淀、西城、东城、朝阳、通州、顺义等多个区，年代跨度大、类型丰富。

展厅有一批重磅文物吸引了不少观众的目光，其中，一个独立展柜展示了一块800年前的墓志。小常介绍：“这上面可以看到‘通州’两个字。”记者仔细辨认，只见这块墓志上有“以大定十七年四月四日，葬于通州潞县台头村之新莹”的字样。

小常讲解道，1151年即金天德三年，海陵王完颜亮于潞县城西约八里处置通州，取“漕运通济”之意。这是历史上“通州”地名的首次出现。1975年，通州城关出土了一座金代宣威将军石宗璧墓，证明了这个历史记载。“通州地区此前称路县，这个墓志中明确出现了‘通州’一词，是目前为止关于‘通州’最早的实物见证。”小常说。



北京大运河博物馆

历史上，大运河是运送物资的航道，展览展出的一块“光绪十四年成造细料二尺见方”铭文金砖由太湖的泥烧制而成，烧造工艺极为讲究，成品挑选标准非常高。在紫禁城，只有太和殿、中和殿、保和殿这三大殿才铺有金砖。“三大殿的数千块金砖都是通过大运河运到北京的，因此北京民间也有‘北京城是大运河上漂来的’说法。”小常介绍。

品味传统风物

多元化的沉浸式体验，是北京大运河博物馆的一大亮点。比如，看完展览，可以到运河风物（文创空间）、运河书屋（阅读空间）、码头小叙（咖啡厅）、运河食舫（餐饮服务）和运河小铺（文创体验）去玩玩坐坐。

在码头小叙和运河食舫，可以品尝到一系列可以吃的文创。码头小叙里最受欢迎的运河茶果子——精致好看的“绿玉含珠”“研膏焙乳”“露芽错落”一上午就销售殆尽。店员说：“卖得太好了，根本不够卖！”还有不少观众排队购买运河沿途风物咖啡，纸杯上有插画师画的运河地图和沿线著名地标，杯身展开就是大运河沿线彩绘地图。

在展陈大楼一层的运河风物，包括龙生九子、大运河舟楫、古建筑系列等八大类的500余种文创产品让人眼花缭乱。“这个‘龙生九子’系列文创憨态可掬，每个龙子都有自己的性格特征，囚牛喜欢音乐，手里就拿着一件乐器。今年是龙年，我准备挑选几个送给家人朋友。”观众李凯歌说。在互动区域，观众可以通过打卡互动的方式，了解运河文化历史，体验榫卯、书法、纸扇、灯笼等丰富的传统技艺。

运河小铺则售卖了很多首都博物馆的文创精品，观众还可以在这里参与有趣的纪念品体验互动，比如给明信片涂色。运河小铺的店员说：“自北京大运河博物馆开放以来，文创产品的销售很可观，我们还将持续上新更多的‘首博文创’，让观众把心仪的大运河礼物带回家。”

北京大运河博物馆工作人员介绍，为了让观众“常来常新”，博物馆陆续推出了“四大主题活动”——“运河之声”曲艺秀，不定时表演过杂耍游艺、说书唱戏等非遗代表性项目，让观众体验漕运时代北京的市井文化；“运河之星”创意汇，包括北京策展人大会和北京文博创意设计大赛；“运河有戏”演艺周，由中国煤矿文工团、大运河沿岸非遗演出团体带来民歌、曲艺、戏曲等运河沿岸省市的传统艺术；“运河有约”惠民月，以北京大运河博物馆为主会场，以通州区博物馆、北京韩美林艺术馆、北京祥体育博物馆等12家博物馆为分会场，推出一系列惠民文化活动。

在北京大运河博物馆附近还坐落着北京艺术中心和北京城市图书馆。作为北京城市副中心的三大文化建筑，未来，市民游客可在这里感受建筑之美、观看运河文物、欣赏舞台艺术。

为游客提供更多沉浸式文旅体验——

南浔古镇有了“虚拟镇长”

□ 章璇

前不久，在浙江省湖州市南浔古镇剧场，一场专属于虚拟数字人的“虚拟镇长”比赛精彩上演。“南浔古镇是江南水乡的代表，小桥流水、宽街窄巷、重檐黛瓦是这里的一大特色……”舞台上，“虚拟镇长”候选人林桑晚为台下观众推介古镇。

“你好，林桑晚。我喜欢看古建筑、吃美食，喜欢江南文化，你能为我定制专属的古镇一日游行程吗？”观众的问题刚一抛出，涵盖“明朝私宅百前楼”“唐朝庙宇镜中寺”“定胜糕”“南浔油条”等知名景点与特色美食的3条旅行线路，便被林桑晚一一道来，为观众提供了多样化的旅游选择，彰显出虚拟数字人的独特魅力。

敲开“元宇宙”大门

南浔古镇位于湖州市南浔区，素有“文化之邦”和“诗书之乡”之称，是中国历史文化名镇，也是湖州市首个国家5A级旅游景区。其独特的水乡风光、古朴的建筑风格和丰富的人文底蕴，每年吸引着数万游客前来游玩体验。

近年来，南浔区聚焦数字赋能，以“谋创新、提能级、促成效”等为抓手，着重推进数字文旅、数字商贸、数字健康等重点领域发展。在推动古镇景区数字文旅发展方面，“虚拟镇长”征集选拔是南浔文旅积极推进的一大创新举措。2023年6月，南浔古镇官方微博正式宣布面向全国发起“虚拟镇长”征集大赛，“百万重金浔‘镇长’”活动全面启动。

大赛主办方之一、湖州南浔古镇旅游度假区管理委员会相关负责人介绍，大赛吸引了全国网友和各行各业人士踊跃参与，不少参赛者将“辑里湖丝”“南浔四象”等地域元素运用到形象设计中，巧妙构建起自己眼中的南浔古镇“虚拟镇长”，展示出古镇悠久的历史文化与蓬勃发展的新时代古镇形象。同时，选手们以AI为技术支点，通过超写实技术、智能算法等，为大家带来一场科技与文旅碰撞的元宇宙盛宴。

在经历海选、20强形象塑造、20进5等大赛环节后，来自国内元宇宙科技行业的5家精英团队进入总决赛，角逐金奖。在决赛展示环节，不少观众发现，这些“虚拟镇长”们不仅个个是“南浔通”，还能通过互动驾驶舱与提问者实时对话，既能满足个性化的旅行咨询需求，也让南浔古镇在“元宇宙”时代拥有了“出圈法宝”。

经过激烈比拼，横空（杭州）文化发展有限公司设计的“虚拟镇长”林桑晚最终脱颖而出，成功摘得创意设计金奖。同期入选的五强“虚拟镇长”将瓜分此次大赛的百万元奖金。

文旅业加“数”前行

“将古镇文化元素与虚拟数字人结合，希望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介绍，“虚拟镇长”将助力古镇文旅产业在数字化技术推动下加速前行。

横空（杭州）文化发展有限公司代表李玥认为，随着虚拟现实、边缘计算、实时动作捕捉等技术的快速发展，虚拟数字人正朝着智能化、精细化、多样化和大众化的方向发展，在人们日常生活中扮演着更多角色，发挥更多功能和作用。

“接下来，作为虚拟数字人的林桑晚，将化身多种角色，与大家进行线上线下互动，比如，她可以作为虚拟导游，为大家带来景区导览、信息咨询、知识问答等服务；也可以当一名研学老师，给来古镇玩的小朋友讲讲历史文化，一起做游戏。她还可以化身主播，在直播间里推介南浔美食；或是出现在民宿酒店，当一位智能前台……”李玥说。

唯物（杭州）科技有限公司是此次比赛的技术支持，在数旅融合方面有较为丰富的经验。该公司创始人吴靖仇介绍，虚拟数字人主要有身份型和功能型两大类，“虚拟镇长”林桑晚拥有镇长的身份，是人格具象化的表现，也可以为游客提供导览等服务，是区别于其他文旅产品的独特所在。未来，公司会继续完善林桑晚这一人物形象，拓展其知识储备库，让她独立完成售票、接待等系列文旅服务，更好地惠及湖州市民游客。

南浔区文化和广电旅游体育局相关负责人认为，“虚拟镇长”的诞生是古镇紧跟时代前沿，融入元宇宙发展新赛道的一大突破，对行业形成新业态、聚集新用户、培育新市场等具有突出示范作用。“下一步，南浔将推动‘虚拟镇长’在文旅产业的深度应用，挖掘数字品牌价值内涵，加强产品建设与推广，开拓、融合多元化场景，拓展文旅消费空间，走好千年古镇文旅‘元宇宙’之路。”这位负责人说。

“智慧旅游”正当时

“在线上购买小景点门票，线下通过闸机刷脸验票，5秒的时间就可以完成验票流程了。”近日，来南浔古镇旅游的胡女士惊喜地发现，景点门口刷脸验票的形式既方便又环保，省去了很多时间。

南浔区文化和广电旅游体育局相关负责人介绍，“虚拟镇长”是文化和旅游产业与“元宇宙”跨界融合的一次新尝试。刷脸验票也是南浔古镇以数字化技术助力景区管理和游客体验的创新举措之一。近年来，南浔古镇以空间载体，以“一核联三区，两轴展十景色”为规划框架，以数字文旅为主导产业，探索发展智慧旅游、数字影视、数字创意、“直播+旅游”等新业态，加快构建具有南浔特色的数字文旅产业体系，高品质引导区域联动发展。

在景区“智慧旅游”建设方面，南浔古镇通过对景区进行实景三维建模，打造了南浔古镇三维可视化管理平台。景区相关负责人介绍，这个平台可全面还原景区场景，综合监测分析景观资源、自然环境、客流、停车管理、基础设施运维等管理领域的关键指标。同时，平台还能迅速采集、分析景区日常运营管理数据，帮助决策者实现园区“人、事、物”统一管理和运营态势的全面掌控。

此外，南浔古镇还以游客需求为导向，建设开发“畅游水晶晶南浔”“乐游南浔”等一站式文旅信息场景应用，涵盖水韵南浔、品味南浔、浔根解码、文物可阅读等高频服务，通过手机面向游客提供服务，全方位解决游客的“吃、住、行、游、购、娱”需求。另外，南浔古镇还引进了非遗文创集市，打造水晶晶南浔直播基地，招引数字文创类企业、影视企业等数十家，让数字创意业态更丰富多元。

“如今，南浔古镇突破了时空的限制，实现多元链接、跨区联动，借助‘乐游南浔’‘虚拟镇长’等创新举措，持续扩大古镇‘朋友圈’，实现抱团发展、越级攀升。”南浔古镇旅游度假区管委会相关负责人说。

青岛市集让生活更有趣

□ 本报记者 肖相波

“近年来，市集已经成为青岛购物中心、景区和传统节日上的必备元素。”青岛艺术森林市集品牌负责人石鹏说，最近他们接到很多咨询如何策划和组织市集的电话。青岛海上丝路文化传媒有限公司策划部部长刘涛，有多年市集策划组织经验，他也认为，青岛的市集有点“火”的势头：“从2023年10月以来，青岛已举办超百场的市集。”

如今，在现代城市核心区举办的市集宛如潮流盛宴，逐渐演变成了年轻人热门的消费去处。这些市集不仅满足了年轻人对独特文创产品的渴望，还为城市高品质品牌打下了坚实的基础。有烟火气氛与潮流魅力的市集让青岛商业更加多彩，使城市生活更加有趣。

“游购娱”全面升级

刘涛说，如今的青岛市集内容已经“千姿百态”，比如，文创手工、漫画书法、餐饮小吃、进口零食等，亲子娱乐等游玩体验项目也增加了人们体验市集的乐趣。

“市集很热闹，好吃的、好玩的，加上各种独一无二的手工艺品，每次逛市集都能有新的收获。”青岛市民李女士说。青岛市中山路一带的历史城区被人们称为上街里，这里常年举办各种市集，比如春天时有爱尔市集、时光记忆市集，冬天时有新春市集等。这些市集与上街里的老建筑、商铺、花海艺术装置一起构成了新潮的旅游景观，使老城区焕发出新的生机。

“在青岛，市集不再只是孤立的商业活动，而是更多与文旅资源融合在一起。”刘涛说，2023年7月22日，在莱西市举办的“唤醒星河”音乐节就融合了漫展市集、餐饮和娱乐等多元业态，使音乐节成了一场文旅嘉年华。

在如今的“游购娱”场景中，“市集+”注入了新的文旅活力，多元化在市集中得到充分体现。青岛旅游集团下属青岛文旅融合发展集团有限公司营销总监高立冬介绍，近年来，青岛文旅融合发展集团有限公司积极响应青岛市旅游品质提升三年攻坚行动的号召，坚定不移地推进文化和旅游深度融合发展，2023年活动举办量超110余场次，旅游旺季日均客流量超万人次以上。以OH·FUN PARK多元空间一期项目为例，公司深化旅游文化休闲活动区的功能定位和场景营造，将城市夜经济市集、旅游休闲文化、艺术展演活动等固定化、品质化、常态化打造，打好“文化引流、旅游服务”的文旅融合发展组合拳。

“城市市集所带来的流量对旅游的带动作用非常明显。”石鹏说，“我们曾在青岛奥帆海洋文化旅游区举办了城市规模最大的市集。普通市集通常有30个摊位左右，这次的市集我们组织了80余个摊位，市集的推出直接拉动了目的地客流量增加50%以上。”

打动游客的秘诀

“青岛”“顺遂”“哈啤酒”……上街里市集的书法文创小摊“迷路集”挂着各式各样的扇子，摊主帮顾客进行画像服务，可爱的小女孩、恩爱的情侣，快乐伴随着油纸墨留在了扇子上。

市集如今已经成为一个小有气候的商业模式，能不能吸引游客的眼球直接取决于市集的组织者。这些组织者手里有丰富的商业人脉和资源，他们能根据不同主题和需求，在极短的时间内策划并组织一场市集。

在位于青岛万象城六楼的艺术森林市集，令人惊叹的场景常常上演：市集一开市，便被年轻人占领。他们簇拥着围绕某个摊位驻足，即便这个摊位上的商品价格可能有些小贵。值得一提的是，这些小摊位在购物中心也能够与大品牌门店形成资源互补，成功吸引年轻一代消费群体，让人刮目相看。

市集的精髓在于原创性，石鹏解释，市集的摊位主要可以分为两大类：一是原创类，这些摊主可能自身是设计师、艺术家、文化创作者。他们有的还自带流量，有自己的商业品牌，不销售商超里常见的商品。另一类则是零售类，包含了各种食品、饮料、娱乐等商品，这些摊主往往更关注市集的热闹和多元化，而不是产品内容的独特性。不过，市集的吸引力主要依托于前者，他们为市集注入了创意和独特性。

对组织方来说，市集的收益主要依赖于摊位费用。不过，这些摊位费的盈利并不高，尤其是在扣除场地费用后。市集每天使用的高档场地费可能需要数千元，一个规模较小的市集，平均每个摊位的场地成本也需要几百元。石鹏说：“摊位费用无法带来明显的额外收益，一个原创类摊位的每日收入可能仅有数百元。因此，为了保障效益，市集通常还会招商一些零售类的摊位以保证正常运转。”

政策支持促消费

市集的崛起与政策支持和消费环境的改善密不可分。2023年3月，青岛市商务局与市城市管理局共同发布文件，鼓励商业综合体进行特色经营，特别是推广外摆经营，并合理规划区域。

“新政策出台后，市集审批流程非常迅速，提交申请后不到一个星期就可以组织了。”银座集团青岛区域营运部的李雅珍说。2023年五一期间，由银座集团青岛区域营运部承办的“青岛新消费·大商场春日市集”活动举办，吸引了大批市民游客参与。另外，海信广场、万象城、大鲍岛等商业综合体以及特色街区也推出了各种主题的文创市集。

2023年以来，青岛丰富的文旅活动为市集带来了更多绚丽多彩的场景，点燃了城市的烟火气，同时也为未来商业的发展开辟了崭新的大道。从温暖的“春日市集”到火热的“嗨购仲夏”，从充满活力的“上街里·逛春天”到美味丰盛的青岛莱西啤酒龙虾狂欢季，再到青岛国际啤酒节，市集已经成为各种节庆的“宠儿”，见证青岛在各个时刻提振消费、繁荣经济的不懈努力。

青岛市文化和旅游局相关负责人介绍，青岛的市集品牌仍有很大的提升空间。目前，青岛的市集还没有形成规模，仍然依赖人气旺的商业地段和景区带动流量，没有形成品牌效应。同质化现象比较突出，要想进一步提升市集的品质和品牌必须对市集的摊位加以筛选，才能得到更多消费者的青睐。

石鹏说，摊主们只有抓住机会努力让市集回归到匠心和原创设计产品的本初模样，才能有助于市集茁壮成长，为青岛的文旅融合发展贡献更多力量。

四川万源文旅：乘风扬帆启新程

近日，中国共产党四川省万源市第七届代表大会第四次会议召开。大会确定“巴山画屏，红城万源”作为四川省万源市发展总体定位，全力打造“步步胜景，全域画屏”的文旅之廊，开启万源文旅发展新征程。

夯实文旅基础。持续巩固提升“天府旅游名县”创建成果，大力开展“景区提档升级、文旅基础补短、服务水平提升、全链深度融合”四大行动，在功能配套上强完善，在环境治理上增颜值，在景区品质上提气质，在服务水平上添温情，将万源打造成为“近悦远来，闻者向往”的最佳旅游目的地。

塑造文旅品牌。对标国家5A级旅游景区创建标准，开发建设原本属于八台山景区一部分的飞龙峡和棋盘山景区，对八台山景区进行扩容增景，力争用3年时间，将八台山创建为国家5A级旅游景区；加快龙潭河国家级旅游度假区建设，延伸景区上至两扇门、下至下崩口，新建酒店、度假村，增加度假游乐、体验和康养项目；切实推进黑宝山康养度假旅居地打造，力争在2024年年底前，完成星级酒店、民宿、度假村、景点景观及各类型“养、疗、健”项目建设；以万源保卫战战史陈列馆为核心，打造以展示“智勇坚定、排难创新、团结奋斗、不胜不休”精神为主的红色文化一条街，让红城万源成为游客和市民铭记革命先烈、传承红色基因的革命传统教育基地。

开建文旅通道。强力推进包茂高速万源段（铁矿出口）至黑宝山快速公路建设，确保2024年年底通车，方便游客快捷进入黑宝山度假区；开工建设八台山景区至龙潭河景区快速通道，全力建成秦巴地区独特的游山玩水核心景区；启动建设八台山—龙潭河景区至宣汉县巴山大峡谷景区快速通道，促成两地道路大通畅、景区大联合、客源大共享。

研发文旅文创。引进专业的文创团队，充分利用万源五彩产业（“金色”粮油、“绿色”茶叶、“黑色”黑鸡、“褐色”药材、“青色”果蔬）和红色文化、民俗文化，设计和研发制作类型多样的文创产品，推出名特菜品和富有文创意味的特色商品，不断提升万源文旅品牌传播力、影响力和美誉度。

强化文旅宣传。通过网络平台、社交媒体及第三方合作机构的联合互动，将“迎接四川第一缕阳光”、富硒温泉等独具地域特点的景致和“旧院黑鸡、富硒茶”等万源特色旅游商品作为切入点，强化对八台山、龙潭河、黑宝山等景区的持续推广，使之成为万源文旅品牌的核心卖点和爆点，全方位、多视角增强“巴山画屏·红城万源”的影响力、吸引力。

（唐天荣 王江 郑青川）

编辑：王诗培 电话：010-85168168 E-mail：wsp@ctnews.cn