

走,到博物馆去“旅邮”!

□ 见习记者 史晓宇 杨朝霞



□□□□□□

主题邮局,主要指中国邮政依托自身资源优势,将传统邮政服务与文化创意相结合的特色邮局。这些主题邮局以别具一格的装饰风格、琳琅满目的文创产品、独具特色的集戳盖章等吸引了众多市民游客到访参观体验。日前,记者走访了北京几家博物馆主题邮局,探索主题邮局“出圈”背后的“旅邮”新业态。



融入文博特色

旅游景物特色的明信片、文创产品以及特色邮戳都是打卡的衍生内容。另外,主题邮局所提供的寄自旅游目的



在中国国家博物馆主题邮局,游客在明信片上盖章留念。 史晓宇 摄

延伸游览体验

部门就会进行产品协调或加印。此外,邮局还成立了司机专班,保证每日送货。

主题邮局内,除丰富的文创产品和盖章服务等可供游客选择,游客还可以在这里拍摄个性邮票照片,并进行现场打印,制作属于自己独一无二的明信片。同时,邮局也提供明信片邮寄服务,现场的邮筒每日会有专人负责开筒,确保游客投筒的明信片和信件当日即可收寄。

博物馆为主题邮局带来了不小的流量,主题邮局也成为宣传博物馆的一个重要窗口。主题邮局精心设计的文创产品和创意空间,既承载了丰富的历史文化信息,又具备艺术审美

与实用价值,是博物馆主题文化的延伸。武汉大学国家文化发展研究院副教授钟晟认为,通过购买文创产品、写寄明信片、盖特色邮戳等行为,可以构建起游客与博物馆的情感纽带,增添游览体验的趣味性、互动性与仪式感。

“主题邮局是博物馆内容的另一种呈现,它增加了博物馆内容的多元表达。”在吴丽云看来,以邮局、明信片、邮戳等方式再现博物馆的主题内容,丰富了博物馆内容的表达形式,提升了博物馆的吸引力。同时,主题邮局也可以将博物馆的特色文化资源传递到更大的区域和更广的人群中。此外,博物馆主题邮局的设立,也是博物馆文化资源产品化的另一种呈现,丰富了博物馆文化资源的开发方式。

应不断创新内容,这样才能为游客带来持久的新鲜感和吸引力,吸引更多游客到访打卡。同时,主题邮局还可以推出更丰富、更多元的产品和服务,为游客的主题邮局打卡活动增加更多可参与、可体验、可观赏的内容,让游客有更强的获得感和体验感,提升市场吸引力。除了传统的明信片、邮戳等内容,还可以增加主题活动和展览。“邮局不仅仅是邮局,还是邮政文化的传播者、呈现者和创新者。”吴丽云说。

持续内容创新

对于如何促进主题邮局的多元化、持续化发展,钟晟分析,主题邮局要充分挖掘和提炼地方文化魅力,创意性地呈现文化特色与主题,打造主题邮局的复合型消费场景。

在吴丽云看来,要对博物馆主题邮局的内容进行持续创新。无论是吸引力不强的主题邮局,还是已经有良好市场效应的主题邮局,都

来,主题邮局将着重实施差异化发展战略,根据各个主题邮局所处的不同地理位置、目标受众特点以及周边资源差异,实行差异化的产品和服务定位,同时,定期评估现有主题邮局的经营状况和市场需求变化,及时调整经营方向和产品线,保持新鲜感和活力,确保主题邮局始终符合时代潮流,与时俱进。

如火如荼的城市马拉松比赛,热血沸腾的古城篮球决赛,可以尽情领略大自然风光的骑行赛……当体育的热情澎湃与如诗如画的风光、独特的历史人文结合在一起,不仅为赛事举办地吸引了更多游客,也开辟了体育消费新模式。

前不久,体育总局办公厅、商务部办公厅、文化和旅游部办公厅联合印发通知,开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,鼓励各地因地制宜、因时制宜、因需制宜,结合运动项目特点,将体育赛事活动举办地从体育场馆扩展至具备条件的景区、度假区、体育公园、商业中心、步行街等区域,推动完善配套设施,提升服务水平,加强安全管理,培育赛事活动品牌,将赛事活动带来的“流量”转换为体育和旅游经济的“增量”。

体育赛事引爆“流量”

“我和家人是来丽江古城旅游的,没想到正好赶上云南省城市篮球联赛总决赛在这里举办。因为我就住在古城里,所以很方便来看比赛。”在丽江古城游玩的这几天,篮球场几乎成了浙江游客汪先生和家人每天的打卡点。比赛期间,丽江古城游人如织,大水车旁的篮球场人气异常火爆。炫酷的球技、热闹的音乐、美丽的云南风情都给汪先生一家留下了难忘的记忆。

3月17日—21日,“‘云’端灌篮 共赴‘滇’峰”2023—2024年云南省城市篮球联赛总决赛在丽江古城玉河广场举办,来自云南省16州(市)的代表队展开激烈角逐,争夺冠军。参赛队伍、展演助威团、篮球达人、游客的共同参与,让这次比赛提升了关注度,也生动演绎了“有一种叫云南的生活”。同时,这场赛事创新性地,在世界文化遗产地丽江古城的玉河广场举办,让赛场就是景点,看比赛就是旅游,赛事与丽江古城的风景交相呼应,互相成就。

来自攀枝花的篮球迷林先生在网上看到赛事直播后,特意自驾3个多小时来到丽江,就是为了能在现场观看决赛、扣篮大赛和1V1斗牛赛。看完比赛后再转转古城,爬爬雪山,吃顿腊味火锅,在林先生看来,能够在观看篮球赛的同时享受一段旅行,是一次不错的体验。

据统计,本次赛事举办期间,丽江古城游客与2023年同期相比日均净增超2万人次,决赛当天游客增长近30%。此外,线上观赛同样火热,赛事全网点击量超过1亿。

除了精彩的篮球赛事引爆“流量”,3月23日—24日,中国跑团迎来了第一个“马拉松超级周末”。据不完全统计,全国有20余场马拉松举办,其中不乏无锡马拉松、重庆马拉松、武汉马拉松等高水平赛事,超过26万跑友一起奔跑。

在2024无锡马拉松现场,跑步爱好者刘先生说:“我已经参加过很多城市的马拉松比赛了,每个城市的马拉松都有它的特色。在我们跑圈儿有一个说法叫‘跟着马拉松去旅游’,用脚步去丈量一个城市,感受当地文化,这对于我们跑步爱好者来说也是不一样的体验。”

量身打造文化大餐

无锡,以秀美的自然风光与深厚的人文底蕴闻名于世。如今,比赛为主、顺道旅游已成为许多参加无锡马拉松跑友的参赛模式。主打太湖樱花IP的无锡马拉松,用十年时间,在所有跑友心中留下了独一无二的粉色印象,比如,十里芳堤赛道上的美景,粉色的手套和战袍等。

文化的魅力可以用旅游的方式去体验,用体育的方式去传播。4月14日,苏州马拉松举办。为了让跑友充分感受苏州文化,整个赛道途经护城河、盘门、狮山商务区、寒山寺、平江路、东方之门等多个苏州地标性建筑,将苏州的古韵今风融为一体。有意思的是,赛事奖牌也如同一幅流动的苏州古韵今风画卷,巧妙地将这座城市的古今风貌浓缩于方寸之间。

广西旅游科学研究所特约研究员宋友开认为,体育赛事的举办往往伴随着一系列的旅游推广活动,比如特色美食节、文化展览、音乐会等,这些活动丰富了游客的旅游体验,延长了他们在城市的停留时间,从而增加了旅游消费。同时,也更好地展示了当地的文化特色,提升了体育赛事的影响力。

本次云南省城市篮球联赛总决赛,就将多彩的民族文化“搬”到了赛场。开幕式当晚,在组舞《共赴“滇”峰》中,来自各个州(市)的展演助威团展示了纳西族勒巴舞、景颇族刀舞、彝族阿细跳月等特色民族舞蹈,为观众带来了一场视听盛宴。本次赛事还推出了结合云南各地方言、原生态唱腔、流行乐唱法等

看体育赛事 享文化之旅

□ 本报记者 王诗培



多种风格编排的赛事主题原创歌曲。赛事期间,16个州(市)分别用自己最具特色的唱腔和歌词进行了主题曲的斗歌传唱,成为本次比赛的一道独特风景线。

另外,赛事组委会还将本届赛事与纳西族传统节日“三多节”相结合。至今已有1200多年历史的“三多节”是纳西族的盛大节日,是纳西族文化的重要组成部分。赛事现场,组委会通过设置非遗、文旅、赛事推介展示区,让运动员及游客在观赛期间深度探寻丽江纳西文化。

丰富产品满足需求

丽江市文化和旅游局相关负责人介绍:“云南省城市篮球联赛总决赛期间,我们把赛场从传统的体育馆搬到旅游胜地,通过增强赛事体验性、娱乐性、专业性等多维特色,融合文化表演、非遗展示,打造具有多种文化内涵的篮球盛事,力求为参赛和观赛的群众、过路的游客提供全新的赛事活动体验,丰富游客的旅行生活。”赛事的主题是“跟着赛事去旅行”,赛事主办方整合丽江周边优质景区景点及美食,结合6天5晚的赛制,将旅游线路融入体育赛事活动中,打造了满足游客需求的一站式“吃、住、行、游、购、娱”精品线路。

“体育赛事活动带来的‘流量’经济是显而易见的。而体育赛事为赛事举办地带来大量游客的同时,也倒逼地方提升公共服务水平,创新旅游产品形态,丰富旅游内涵,吸引游客住下来。”宋友开说,此次体育总局等多部门联合发布的通知无疑为全国各地准备或已经实施的类似“三进”体育活动提供了政策保障。现在,地方、部门、景区等可以名正言顺根据需要举办适合的体育赛事活动,通过优质品牌体育赛事,丰富体育旅游消费新场景。

宋友开建议,地方打造“跟着赛事去旅行”的新文旅业态可以从几个方面发力。一是发展文旅新质生产力,提升赛事举办地的软实力,加强赛事举办城市的基础设施建设,提高接待能力,发展体育赛事吸引物、构建文旅消费新场景、提升城市人文吸引力,形成体育文化旅游消费良性循环的产业链条。二是做好长远规划,培育市场主体,使赛事持续连贯,形成旅游业的“长消费”。三是注重新业态IP的保护,让大家认可赛事,愿意来参加。四是注重体育赛事氛围构建。体育赛事的群众厚度,决定了体育赛事的高度,要做大体育赛事的观众群体,做强新文旅消费生产力。只有养成全面注重健康,热爱运动锻炼的社会风气,“赛事旅行”才会更可持续,那些从前鲜为人知的小型城市体育赛事或是民族特色赛事才会被人们发现和关注,从而使举办地获得良好的发展机遇。



“鹤舞樱飞”赏花季 国风文化意蕴浓

前不久,以“鹤舞樱飞 向新而行”为主题的第十届中国(鹤壁)樱花季主题活动在河南省鹤壁市举办。活动期间,30余项文化和旅游活动为市民游客带来一场充满国风意蕴的文化新体验。游客不仅可以在樱花丛中欣赏“樱花踏歌”国风舞蹈、牛派戏曲表演,参与古装巡游、“双生妙樱”剧本游等精彩节目,还可以穿上华丽汉服参加汉服跟拍活动,尽情感受国风文化。图为活动现场的汉服展示。

本报记者 陈晨 摄