

时评

强化系统性思维 促进文化遗产保护利用

□ 熊海峰 金 晶

以系统性思维,统筹处理好保护、传承和利用之间的辩证关系,以保护为前提、以传承为方向、以利用为动能,让文化遗产“活起来”“用起来”,在新时代焕发出新的活力与魅力

今年的政府工作报告提出,“推进文化遗产系统性保护,提升文物、非物质文化遗产保护利用和考古研究水平”。这对文化遗产保护与活化利用提出了更高要求,不仅意味着要全面、科学地保护和传承文化遗产,也需要以系统性思维,统筹处理好保护、传承和利用之间的辩证关系,以保护为前提、以传承为方向、以利用为动能,让文化遗产“活起来”“用起来”,在新时代焕发出新的活力与魅力。

在文旅深度融合的背景下,文化和旅游发展担负着更好满足人们美好生活精神需求以及弘扬中华优秀传统文化的重要使命,必须追求社会效益与经济效益的“双效统一”。只有这样,才能更好地活化利用文化遗产,让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。

近年来,全国各地文化和旅游系统坚持以文塑旅、以旅彰文,不断创新探索,在促进文化遗产保护利用方面,形成了系列新路径、新办法与新模式,取得了“双效统一”的良好成效。

一是数字活化模式。文化遗产历经岁月沧桑,数字活化模式可以通过数字技术手段将文物、古迹或非物质文化遗产转化为可交互的旅游体验产品,实现旅游经营增收、文化传播增效的双重效果。例如,故宫博物院“数字文物库”让10多万件藏品拥有了数字分身;泉州“宋元中国·海丝古

城”利用三维激光扫描建立云数据库,开发AR导航系统推出“元宇宙游览”;腾讯“探元计划”探寻科技助力中华优秀传统文化焕发新活力,推动了新疆克孜尔石窟、马王堆丝织衣物等文物的数字智能仿真复原,实现了数字化升维。

二是沉浸交互模式。通过场景重构、科技赋能与剧情驱动等方式,让游客从被动观览转向深度参与,推动文化传播与消费体验的双重升级。例如,青岛啤酒博物馆以青岛啤酒百年前的老厂房和老设备为核心载体,以啤酒文化为特色,开发了《觉醒的酿造师》剧本杀项目,结合4D影院、密室逃脱、VR酿酒等体验环节,构建了丰富的文旅产品与业态。北京圆明园遗址公园推出的沉浸式VR大空间体验项目《梦回圆明园》可触发增强现实叠加,让游客仿佛置身于圆明园的鼎盛时期。

三是非遗体验模式。非遗主要表现为以人为载体的知识、技能或观念,具有鲜明的活态化特征,与旅游具有天然的契合性。一方面,旅游可以为非遗保护传承提供活化场景,让非遗更好地走进人们的现代生活;另一方面,非遗通过融入旅游要素,可以极大地丰富旅游活动的文化内涵。例如,在贵州丹寨万达小镇,游客穿上苗族服饰,加入小镇的歌舞表演队伍,或画脸谱、打银饰,或自己制作非遗好物,切身感受非遗的魅力;江西

景德镇则依托陶瓷制作技艺等非遗,形成了游览、娱乐、购物、餐饮和住宿等多元业态。

四是IP塑造模式。文旅企业通过创意策划,提炼标志性文化内容与符号,打造具有独特内涵、鲜明辨识度,能够引发人们情感共鸣,且具有商业价值的“知识产权资产”。例如,陕西华清宫景区以文物遗存和历史故事为依托,打造的大型山水实景历史舞剧《长恨歌》已累计演出超过5000场,成为陕西文化旅游的标志性项目;河南卫视策划打造的《龙门金刚》实景舞蹈节目,将古代造像元素与现代舞蹈、数字技术相结合,塑造出兼具历史厚重感与当代视觉冲击力的超级文化IP,屡次登上国际舞台,对推动中国文化出海发挥了重要作用。

五是跨界联动模式。推动文旅与其他领域深度融合,通过资源共享、创意互联或营销互动,实现优势互补、共创共赢。例如,山西联动首个国产3A游戏《黑神话:悟空》,推出以游戏取景地为主题的旅游线路和主题活动,并利用三维扫描、无人机等技术为山西古建筑建立数字档案;西安打造的《长安十二时辰》同款主题街区,还原了盛世长安景象,营造出全新的文旅消费场景;北京钟鼓楼与泡泡玛特联名打造“时空茶馆”主题空间,通过销售限量版古建筑卯积木盲盒,带动周边文创产品销售额大涨。

2025年是“十四五”规划收官之年,立足新时期文旅深度融合发展的新要求与人们对更高品质精神文化产品的新需求,文化和旅游部门与市场经营主体需要进一步强化系统性思维,创新文化遗产的保护利用模式,加速释放文化、旅游等消费潜力。

一是要深入挖掘文化内涵。深度发掘出文化遗产中所蕴含的人文精神价值、历史文化价值、经济社会价值,并结合新时代新要求进行创新阐释,赋予文化遗产新的时代内涵。

二是要强化先进技术赋能。加快推进文化遗产数字化进程,积极探索“人工智能+文旅”,创造具有强沉浸感和高互动性的文旅智慧场景,更好满足游客个性化与定制化的体验需求。

三是要探索多元盈利模式。积极拓展数字藏品、数字版权、文创衍生、跨界联名等多元化盈利渠道,构建“数字资产+体验经济+IP运营+生态转化”的复合型盈利模式。

四是要促进形成保护利用合力。以“双效统一”为方向,以政策引导和体制创新为动力,整合各方资源,构建“政产学研融媒用”协同共进的文化遗产保护利用生态体系,促进高质量和可持续发展,让中华优秀传统文化在新时代绽放出更加璀璨的光彩。

(作者单位:中国传媒大学文化产业管理学院)

升级,更是运营模式的革新。

菜市场的“市集化”改造,需要在多方面发力:要强化品质化经营,不断提高菜市场的吸引力;要通过文化赋能,让菜市场更有温度,可以结合地方特色,打造主题市集,如农耕文化市集、非遗手工艺集市等,让菜市场成为文化传播的重要窗口;要推进智慧管理,提升市场运营效率,如宁波奉中菜市场就应用了智慧管理系统。在此基础上,各地还应积极探索智能支付、食品溯源、摊位预约系统等数字化管理方式。

菜市场不仅仅是交易场所,也承载着城市的烟火气和文化记忆。菜市场的“市集化”改造,为传统菜市场升级提供了样板。这让我们看到,菜市场可以成为社区的文化空间、社交空间,让“买菜”不仅是生活的必需品,也是一次温暖而美好的体验。

不再是“买完就走”,而是愿意多停留一会儿,听一出戏、喝一壶茶、逛一场展览。

与传统菜市场不同,“市集化”模式更加注重整体规划、品牌化经营和消费体验的打造。可以说,菜市场的“市集化”改造,不仅仅是物理空间的



“票根经济”促进资源共享

时下,“票根经济”在全国多地悄然兴起。目前,上海已将“票根经济”纳入今年扩消费六大专项行动,明确提出推动“票根经济”与首发经济、银发经济等协同发展。在河南洛阳,全国游客凭终点站为洛阳的火车票、高铁票或电子订单,就可以半价游玩当地11家知名景区。本质上,“票根经济”就是联动经济——串联不同消费领域,打破文体、娱乐、交通、商圈等不同领域间的“结界”,让不同领域的消费资源得以流动与共享,从而创造出新的消费增长点。

视觉中国 供图

专家解读

“全新实美”四大特征 引领智慧旅游发展新方向

□ 刘京晶

要进一步加快推动传统文化旅游业向新型智慧业态的全面转型升级,实现旅游业从资源驱动向创新驱动转变,促进数字经济与旅游业深度融合,进而更好满足人民日益增长的精神文化需求

根据《智慧旅游创新发展行动计划》有关部署,文化和旅游部组织开展了2024年智慧旅游解决方案遴选工作。近期,文化和旅游部办公厅公布了2024年全国智慧旅游解决方案名单,10个解决方案为2024年全国智慧旅游十佳解决方案,20个解决方案为2024年全国智慧旅游优秀解决方案。

此次全国智慧旅游解决方案遴选是对2024年5月五部委联合发布的《智慧旅游创新发展行动计划》落实情况的阶段性总结,充分体现了当前全国智慧旅游发展的高度和水平,代表了智慧旅游发展的风向标,必将对今后智慧旅游创新发展起到重要的示范和引领作用。此次全国智慧旅游解决方案遴选结果体现了现阶段智慧旅游发展的四个特征:全、新、实、美。

一是全:全地域发展、全链条实践。当前,全国范围内智慧旅游蓬勃发展,浙江、广东等东部地区优势明显,中、西部地区结合丰富旅游资源通过产学研用一体化在技术落地、场景创新等方面比赶超势头强劲。各地因地制宜、与时俱进,在基础设施、管理水平、产品供给、营销服务等全链条进行深入探索实践,涌现出一大批亮点突出的解决方案。例如,基于AI大模型的旅游景区智慧监管、基于“3A”技术的智能导览、基于AIGC(人工智能生成内容)的一站式内容营销服务等。旅游业全链条智能化转型已经从自发走向自觉,通过生产要素的创新性配置推动了产业深度转型升级。

二是新:新技术应用、新场景集成。人工智能作为变革人类社会的重要科技,对智慧旅游发展影响同样深远。本次入选的解决方案超过一半应用了人工智能技术,可以大幅提升智慧旅游的服务和管理效能。此外,物联网、元宇宙等技术的集成应用则开辟了新的智慧旅游场景,如“碰一下”+AI文旅智能体、旅游景区全场景智能物联应用、基于银行数字化能力的智慧文旅、沉浸式元宇宙及数字人解决方案等。这些新技术的应用集成源自腾讯、支付宝、海康威视、大华、中关村材料学城、联通、移动等众多科技龙头企业纷纷进军文旅领域所带来的技术涌

入和资本红利,为智慧旅游发展提供了无穷的想象空间,同时也为新技术对接应用场景提供了广阔的产业平台,并不断催生新的业态,开拓新的蓝海市场。

三是实:实效解决行业之难、群众之需。智慧旅游强调以需求为引领,切实破解旅游业发展的难点痛点、提升人民群众旅游获得感和幸福感。通过全域旅游协同融合管控解决西湖景区客流拥挤的问题,景区融合服务平台面向入境游客提供优质服务,为特殊人群创造便捷提出入景区的方法,借助文博讲解大模型提升博物馆参观体验……入选的智慧旅游解决方案不仅富有成效地解决了景区和文博机构面临的实际问题,也具有较强的可复制、可推广性,有利于推动旅游行业的整体发展。

四是美:体验的终极追求是文化审美。优质产品供给是智慧旅游发展的重要目标。我国每年接待近60亿人次游客的各类A级旅游景区亟待更新体验产品、激发二次消费。以LBE(基于位置的娱乐)大空间为代表的智慧旅游沉浸式体验新空间如雨后春笋、方兴未艾。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、拓展现实(XR)、混合现实(MR)、元宇宙、裸眼3D、全息投影、数字光影、智能感知等技术和设备的发展和应用有望孵化更为丰富的旅游产品。随着技术逐渐趋同并日益标准化,智慧旅游产品的竞争将归结于科技与文化艺术的融合水平,归结于产品承载的文化审美体验。此次入选的爱奇艺全感剧场沉浸式体验、光禹莱特多类型文旅目的地的叙事创意与沉浸式技术综合解决方案皆为印证。

值得关注的是,智慧旅游正面临着前所未有的重大发展机遇,同时也需要面对解决方案同质化、独创性技术稀缺、创新型复合型人才不足等问题。未来,智慧旅游发展需要进一步加快推动传统文化旅游业向新型智慧业态的全面转型升级,实现旅游业从资源驱动向创新驱动转变,促进数字经济与旅游业深度融合,进而更好满足人民日益增长的精神文化需求。

(作者单位:中国传媒大学艺术研究院)

声音

“文旅IP的可持续性不能依赖于一时流量,更需要做好后续接待服务,做强文旅新产品新业态”

——近两年,地方文旅频频出圈。对此,《光明日报》日前发表评论指出,各地通过对本地文化的深入挖掘和创造性转化,打造具有高辨识度的文化符号,丰富了文旅产品供给,形成了吸引游客的核心竞争力。面对高峰流量,提升服务和治理能力是关键。地方文旅出圈的同时,也考验着当地文旅产业的“内功”。这既需要在充分保护与开发利用文化资源上下足功夫,也需要在加快提升基础设施和转变服务理念上持续发力。

“博物馆发展需要重新考虑其功能,思考新的运营模式”

——《人民日报》近日发表题为《博物馆如何提高“科学含量”》的文章指出,博物馆天然具有公益性特征。传统的公益化组织,往往存在低效率等问题,从受益者角度考虑较少或考虑不够周全,使其公益性难以得到充分发挥。这就要求博物馆转变思路,一切从“客户”(观众)的需求出发,从“展品”提供者变成“产品”提供者。推动小型化、标准化、主题化的展陈类科普产品生产,推动小众文创产品变为大众消费产品,是博物馆发展的重要方向。

(本版编辑 龚立仁 整理)

以区域执法协作护航文旅发展

□ 王 琦

统一的执法标准和规范,能够避免不同地区之间的执法差异,让文旅企业在公平的环境中竞争发展

据《珠海特区报》报道,近日,珠江口西岸城市文旅市场执法能力提升调研活动暨《珠江口西岸城市文旅市场联合监管执法协作备忘录》签约仪式在珠海举行。此次备忘录的签订,开启了珠江口西岸城市文旅市场联合监管执法协作新篇章。

长期以来,区域壁垒和协作难题一直是文旅市场规范有序发展的一个难题。由于不同地区在执法标准、执法力量调配等方面存在着一定差异,跨区域文旅市场管理或多或少地存在执法效率低下、监管漏洞时现等情况。“不合理低价游”“黑社”“黑导”等扰乱旅游市场的行为屡禁不止,不仅损害了游客的合法权益,也影响了文旅市场的整体形象。此次珠江口西岸城市文旅市场联合监管执法协作备忘录的签订,正是破解这些难题的关键钥匙。

备忘录的签订,标志着当地文旅市场联合监管执法从“单点突破”迈向“系统集成”,具有多方面的重要意义。从执法效能提升的角度来看,通过加强协同联动,各地执法部门可以整合资源、共享信息,形成强大的执法合力。在面对跨区域文旅市场违法违规行有时,能够迅速响应、联合行动,提高执法的精准度和有效性。例如,针对“不合理低价游”,各地可以联合

排查旅游线路、价格体系,从源头上遏制扰乱市场秩序的行为。

从文旅市场规范发展的角度来看,联合监管执法协作能够营造更加公平、有序的市场环境。统一的执法标准和规范,能够避免不同地区之间的执法差异,让文旅企业在公平的环境中竞争发展。同时,加强对“黑社”“黑导”等违法违规行为的打击,可以净化市场环境,提高游客的满意度和信任度,从而促进文旅市场持续健康发展。

此外,备忘录的签订还体现了区域协同发展的理念。珠江口西岸城市在文旅资源上具有一定的互补性,通过联合监管执法协作,可以打破行政壁垒,促进文旅资源的优化配置和共建共享。各地可以共同打造具有区域特色的文旅品牌,推出跨区域的旅游线路和产品,吸引更多的游客,实现互利共赢。

当然,要让备忘录真正发挥作用,还需要各地各部门共同努力。一方面,要加强培训交流,提高执法人员的业务水平和综合素质,以更好地应对复杂的市场问题。另一方面,要建立健全应急管理机制,提高突发事件的应对能力。只有这样,才能在旅游旺季或遇到重大旅游安全事故时,迅速启动应急响应,保障游客的生命财产安全。