

福建出台公共文化服务保障条例

本报讯(记者 李金枝)福建省第十四届人民代表大会常务委员会第十五次会议近日表决通过《福建省公共文化服务保障条例》(以下简称《条例》),将于6月1日起正式施行。《条例》发掘地域特色,关注特殊群体,强化数字赋能,推动共建共享、面向基层、服务大众,体现公共文化服务的公益性、基本性、均等性、便利性。

《条例》提出,加强公共设施资源整合,注入地域特色文化元素、文化符号,推动在城市商圈、文化园区、公园绿地、居民集聚区等区域,打造公共文化新空间。加强红色文化资源的普查、保护、利用和宣传,深化革命史料和革命文物研究阐释,支持开展红色影视等红色文化主题文艺作品

创作及宣传,培育红色文化重点品牌,建好长汀、宁化长征国家文化公园,依托革命活动旧址、爱国主义教育基地等组织开展公共文化活

悟空、哪吒等爆款IP如何实现文旅项目转化?

□ 本报记者 李志刚

游戏《黑神话:悟空》成为2024年现象级产品,带动《西游记》全球搜索量增长470%;截至4月7日,电影《哪吒之魔童闹海》的总票房已经达到155亿元,位列全球影史票房榜前列……国产爆款IP频频出圈、出海,引起全国乃至世界受众的强烈共鸣,共同感受到了中华文化的独特魅力。国产IP如何转化为旅游项目?如何实现“长红”?中国旅游报社记者就此采访了部分文旅业界人士。

文化孕育爆款 转化需要授权

爆款国产IP根源于中华优秀传统文化,也包含了世界人民的价值取向,因此超越了国界、赢得了市场。

“中华文化历史悠久,博大精深,世界级的文化元素数不胜数。”中国人民大学哲学院教授、博士生导师张文良说,除了悟空、哪吒,还有老子、庄子等具有世界性影响的人物。他们身上存在着超越民族、地域的人性光辉和神秘的人格特质。如果用艺术手法将他们表达出来,同样可以启迪今人,震撼世界。

国产IP火爆无疑给文旅发展带来了机遇。正如南京旅游职业学院副院长张骏所说,随着《黑神话:悟空》《哪吒之魔童闹海》等传统神话题材作品火爆出圈,引发了一股文旅深度融合的新热潮。这些现象充分说明,中国传统神话不仅是民族文化的重要载体,也是文旅融合发展的优质资源。

当然,国产IP的转化首先需要完成合法授权。“文旅投资者开发《黑神话:悟空》《哪吒之魔童闹海》等相关主题的文旅项目必须有版权方的授权,否则便可能构成侵权。至于签订什么

协议,要看双方的合作模式。比如主题乐园项目,这就不是单纯的版权许可,而是要签订项目合作协议。”北京市盈科律师事务所高级合伙人、盈科丰台管委会主任王良钢律师介绍。

“用IP做商业化运作,都是需要得到版权方授权的。”动漫IP授权服务商广州授权喵版权服务有限公司首席授权师吴智勇说,文旅项目投资方需要和版权方签署授权协议,在协议中把自己的需求列明,以免后续产生纠纷;明确IP形象的使用时间,是短期联名还是长期冠名;明确在宣传上是否需要版权方配合;明确是否需要做IP见面会、巡游、人偶服、舞台剧等;明确是独家还是非独家等。

业界积极实践 爆款亟待开发

在业界的积极实践下,国产IP转化为文旅项目、带动文旅发展的案例日益丰富。

山西将悟空IP转化为“跟着悟空游山西”主题活动,成功将《黑神话:悟空》线上流量转化为线下旅游热度;四川宜宾、天津河西等地将哪吒IP转化为哪吒文化地标。此外,还有大量的三国文化、武侠文化、儿童动漫文化等IP实现了文旅转化。

比如,在欢乐谷品牌的系列景区就可以看到大量国产IP元素。欢乐谷相关负责人介绍,欢乐谷携手动画IP《大闹天宫》《葫芦兄弟》《中国奇谭》推出了“潮IP+潮场景+潮演艺+潮派对+潮商业”多维产品组合。襄阳华侨城奇幻度假区与南京欢乐谷将打造射雕英雄传、笑傲江湖大巡游;上海欢乐谷推出“天宫落花”无人机演出;成都欢乐谷推出《封神纪·哪吒》主题偶剧。

当前,热度空前的悟空、哪吒IP是否适合转化为文旅项目呢?欢乐谷负责人分析说,悟空、哪吒具备全球认知度与情感共鸣基础。游戏销量、票房等数据印证了商业价值与文化输出潜力,适合文旅开发。“投资者可打造哪吒闹海、大圣归来等沉浸式主题区域;将IP元素融入演艺与节庆活动;融合科技元素推出VR游戏等创新体验;开发主题餐饮和文创商品。这里探索的关键在于内容深耕与体验创新。”

中国旅游研究院特聘专家、闽江学院副教授杨晓燕也认为,悟空、哪吒等IP是文旅开发的理想载体。建议依托虚实共生的技术底座,在真实文旅地标中叠加数字神话宇宙;通过跨媒介剧情联动,使游客从被动观赏者转变为故事共建者,形成次元穿透型体验闭环;以业态融合重构消费逻辑,将传统文创升级为虚实双生的文化资产(元宇宙交互道具等),进而让悟空、哪吒等IP从“文化符号”进化为可生长、可交互、可交易的文旅超级接口。

成功需要条件 长红需要经营

众所周知,并非所有国产IP都适合转化为文旅项目,要实现成功转化需要满足诸多条件。比如,封神、西游、三国等相关IP众多,但是只有一部分实现了出圈、出海以及文旅项目转化。

“如何判断国产IP是否适合转化为文旅项目?”杨晓燕认为,第一,具备强文化符号属性。植根于中华文化,具备历史积淀和广泛认知度,如神话人物、经典文学、民俗故事等。第二,具备高情感共鸣与延展性。拥有跨越年龄层的受众基础,故事内核可适配多种表现形式,如主题乐园、沉浸式演

多国旅行商齐聚甘肃共商丝路旅游发展

本报讯(牛莹)4月7日,2025丝绸之路(甘肃)国际旅行商大会在兰州开幕,海内外300多名旅行商代表、文旅行业专家学者、文旅达人等齐聚一堂,共商丝路旅游发展大计。大会由甘肃省文化和旅游厅主办,以“甘肃:丝绸之路上的全球旅行者的梦想之地”为主题,将持续至4月12日。

活动现场,甘肃旅行商推出了航空包机、房车露营、酒店康养、高端定制、会展会议和特色研学六大文旅主题产品,通过全方位、多角度向海内外嘉宾宣传推介甘肃的独特魅力,为深入拓展甘肃省入境旅游市场奠定基础。

活动现场,与会嘉宾围绕中国入境游市场机遇、数字技术赋能文旅等议题,以《国际旅游市场的中国机遇》《全球在线旅游市场趋势展望和创新战略》《丝绸之路再掀中国入境游市场热潮》《甘肃入境旅游再思考》等为主题开展演讲。会上还发布了《中国入境游市场发展趋势调研报告》。

甘肃省文化和旅游厅负责人表示,甘肃将以此次大会为契机,携手各国旅行商,在旅游产品开发、市场推广、客源互送、数字文旅等领域深化合作,共同打造更具吸引力的丝路旅游线路,为全球旅游业注入新的动力。

清明假期港珠澳大桥客流车流创新高

本报讯(陈熠瑶)据港珠澳大桥边检站统计,4月4日至4月6日,经珠海口岸出入境旅客超36.5万人次,车辆超7.5万辆次,同比分别增长34%、39%,均创历史新高。

港珠澳大桥直连珠江东西岸,从香港乘车跨桥前往江门、中山、佛山等地只需1至2小时。清明假期,许多港澳家庭选择“祭祖+探亲+短途游”的模式,自驾单牌车经港珠澳大桥往返内地,推动口岸车流持续高位运行。4月4日当天,海关监管经港珠澳大桥珠海公路口岸出境车辆超2.35万辆次,同比增长32.8%。其中进

境车辆突破1.39万辆次,同比增长59.8%,创下历史新高。4月4日至4月6日,经港珠澳大桥边检站查验港澳单牌车总量超5.5万辆次,同比增长47%。

据统计,今年清明假期,持港澳旅游签证通过港珠澳大桥出入境的内地旅客数量达4.9万人次,较去年同期增长了33%。

与此同时,随着中国“免签朋友圈”扩大、免签停留期限延长等多重政策效应的释放,海外华人返乡祭祖更为便利。据统计,今年清明假期,经口岸出入境外籍旅客数量达0.5万人次,同比增长31%。

“赏花之旅·一路花香”主题列车开行

本报讯(宋海燕)4月7日20时,一列被绚烂花卉装点得如梦似幻的北京往返昆明“赏花之旅·一路花香”主题列车,缓缓驶离昆明站,向着北京进发。这标志着昆明至北京花卉主题列车正式开行。

“赏花之旅·一路花香”主题列车由中国铁路昆明局集团有限公司与云南省文化和旅游厅联合打造。目前开行的Z162/1次花卉主题列车,往返于昆明至北京之间,沿途停靠贵阳、长沙、郑州等10余个车站。

列车采用山茶花、格桑花等7种具有代表性的花卉装饰车厢,每个车

厢都拥有独特的花卉主题和装饰风格。从山茶花车厢的古典雅致,到蓝花楹车厢的浪漫梦幻,再到格桑花车厢的高原风情,每一节车厢都宛如一个浓缩的云南花卉世界,让旅客在旅途中领略云南独特的花韵。

据介绍,下一步,双方将继续深化合作,提升特色服务,计划将“赏花之旅·一路花香”品牌逐步推广到其他普速和高铁列车上。同时,结合社会大众和游客需求,开行“花开四季·‘香’约云南”赏花列车、节庆活动列车,开发更多“慢旅行、深体验”的旅游线路,努力将列车打造成展示云南魅力的新窗口。



4月8日,位于江苏扬州经济技术开发区的“大运之舟”文商旅综合体施工现场,吊塔忙碌,数百名建设者正全力奋战,力争6月底全面竣工。项目建成后,将与周边景点联动,共同打造扬州南部文化旅游的新增长极。图为施工现场。

视觉中国 供图

为文旅美好生活“加油”

(上接第1版)

释放持久动能

为整合不同领域资源优势,更好地促进文旅消费,前不久,文化和旅游部与中国石化联合印发“百城千站”文化和旅游消费消费三年行动计划,从丰富消费惠民措施、开展消费促进活动、优化消费环境体验、提高产品供给能力、加强宣传推广力度等5个方面,引导中国石化的惠民资金、优质资源向文化和旅游领域倾斜支持。

如何让存量资产打造成的文化和旅游消费新场景释放持久动能?如何落实“百城千站”文化和旅游消费行动,推出更加丰富的消费场景、更加优惠的消费措施、更加欢畅的消费体验?中国石化仍在持续探索。

中国石化销售公司副总经理、易捷公司董事长刘志华表示,中国石化积极响应文旅产业赋能城市发展的部署要求,以政府引导、企业参与、市场运作的协同模式,挖掘自身资源优势,探索网点赋能文旅、存量土地转型文旅产业等发展模式,全方位拓展文旅融合项目、升级服务设施、完善配套服务体系,打造丰富多元的消费业态与沉浸式场景。“目前,在持续推广下,‘百城千站’文化和旅游消费行动取得了一定成效。中国石化在满足出行消费者刚性需求的同时,为市民游客提供了更加便捷、舒适且丰富的旅游消费体验。下一步,我们将继续紧抓‘文旅热’发展契机,聚焦‘自驾游’等热点,重点在丰富消费惠民措施、开展消费促进活动、优化消费环境体验等方面发力,为文旅消费注

入全新活力。”

“我们将打好‘文化牌’,充分发挥灵智小镇以及周边滨荷Park等景区特色,结合车友节活动,向会员推荐文化之旅,联合商家发放消费券,引入打卡集章换礼品等特色消费方式,吸引年轻消费群体,助力地方文旅产业发展。”覃彩霞说。

做好“文旅+百业”“百业+文旅”文章,在繁荣文旅消费中培育新的经济增长点,正当其时。记者了解到,下一步,中国石化将持续与各地合作打造自驾游线路、举办自驾出行主题营销活动,积极推进中国石化旅游服务驿站、下属酒店等纳入文化和旅游消费惠民范围,盘活利用废弃存量油库、加油站,因地制宜建设文化产业园区,丰富文化和旅游消费场景。

一泉一世界 一飞一天地

(上接第1版)

“塔台,B10V0,到位关车,谢谢指挥,再见。”伴随着飞行教练与指挥塔台的对话,北京游客张立宪结束了飞行体验。走下飞机后,张立宪兴奋地向记者展示航拍画面,他说:“从空中鸟瞰,山海相连,就像一幅水墨画,特别震撼。”

“在这里,游客不仅可以体验飞行,还可以考取飞行驾照,我们提供全周期课程教学。”藏马航空飞行教

练魏高磊介绍。

“越来越多游客选择‘白天飞天、夜晚泡汤’的一站式行程。”逢伟说,度假区还特别推出了“山海瞰城”主题飞行摄影服务,游客可身着汉服或飞行制服拍摄创意大片。

一泉一世界,一飞一天地。如今的藏马山,正以“传统+科技”的双引擎,推动文旅产业高质量发展。

简讯

广西发布12条森林康养旅游线路

“2025年广西生态环境与健康暨宜居康养品牌建设主题活动”近日在广西南宁举行。会上,主办方发布了“广西森林康养旅游精品线路·春秋篇”。此次发布的12条线路各具特色,旨在让广大游客在四季变换中深度体验广西的自然之美与康养文化。

此次发布的“春秋篇”与去年发布的“夏冬篇”共同构成“四季怡养”精品线路体系,为游客提供了全域康养、丰富多彩且四季经典的广西森林康养旅游方案。2024年,广西森林康养旅游呈现出“生态引领、产业融合、市场兴旺”的良好发展态势。(孟萍)

“乡村旅游到沂蒙”主题活动启动

4月6日,“乡村旅游到沂蒙”暨临沂市“乡村好时节·畅游乡村”主题活动在兰陵国家农业公园拉开帷幕,标志着2025临沂市“乡村好时节”系列活动全面启动。

本次活动旨在通过推动农文旅深度融合,深入挖掘农耕文化、民俗风情、非遗技艺等特色资源,丰富“乡村好时节”活动内涵,打造多元文旅产品,进一步激发乡村旅游消费新活力。

活动现场,兰陵县推介了文旅资源,当地重点景区与南京的旅行社达成合作意向。下一步,临沂市各县区将陆续推出系列活动,吸引游客深入乡村,感受沂蒙大地的生态之美与人文之韵。

(高雯雯)

日喀则文旅宣传推介走进成都

4月3日,“珠峰之乡·吉祥日喀则”宣传推介暨文旅招商引资活动在成都举行。

活动现场,主办方介绍了自3月1日珠穆朗玛峰景区恢复开放以来,推出的一系列促消费措施。例如,日喀则推出了红色游、边境游、非遗游、康养游、航空包机游、火车专列游、汽车自驾游7项专项奖励补贴措施;游客在携程、美团、飞猪平台预订日喀则酒店,最高享受8折满减优惠,在携程平台购买日喀则景区门票及观光车票、套票,最高享7.5折优惠;游览日喀则3A级景区并分享宣传的游客,最高奖励8848.86元,并可获“珠峰旅游达人”证书。(柯佳其)



中国旅游新闻网



中国旅游新闻APP



中国旅游报微信



中国旅游报微博