



5月19日,我们迎来了第14个中国旅游日。为推动旅游业高质量发展,深入发展绿色旅游,积极倡导文明旅游,推进文化和旅游深度融合,各地开展了一系列旅游宣传推广活动,推出了一批旅游惠民措施,为人们畅游美丽中国、感知幸福生活提供向导。

中国旅游日已成为展示中国旅游业发展成果、透视中国旅游业发展新变化的窗口。近年来,与诸多业态融合发展,为旅游业发展注入了新活力、增添了新动能。尤其是今年年初以来,旅游主管部门加大支持力度,旅游业频频创新,多地打造旅游消费新场景,催生新玩法,提供新体验,掀起旅游消费热潮。

第14个中国旅游日观察:

“新”风遍吹旅游业

各地齐推文旅“大餐”

今年中国旅游日以“畅游中国,幸福生活”为主题,选择潮州、沈阳、石家庄、宁波、鄂尔多斯、贵阳6座城市作为倒计时活动承办城市,依次以吃、住、行、游、购、娱为主题开展活动,成为游客了解各地旅游产品、特色文化、本土生活等的窗口。根据文化和旅游部办公厅发布的《2023中国旅游业发展报告》显示,随着旅游消费的升级,消费者对高质量和深度旅游体验需求迅速增长,集个性化、较高自由度和深度体验等特点于一身的定制游成为具有市场潜力的旅游品类之一。

为迎接这场盛会,各地纷纷整合特色文旅资源,推出文旅“大餐”。例如,河北省以“主题月、主题周、主题日”等形式,策划举办旅游景区(度假区)、星级酒店、旅行社、乡村旅游(乡村民宿、乡村旅游重点村)、文博场馆、休闲街区(夜间消费聚集区)、文艺院团、非遗场所等8大场景系列推广活动,让百姓共享旅游发展成果。新疆维吾尔自治区推出“影视+旅游”“演出+旅游”“赛事+旅游”等系列产品线路,吸引更多游客入疆。浙江省以“畅游中国、诗画浙江、幸福生活”为主题,通过主题日、主题周、主题月等3个阶段开展活动。5月19日,浙江省各地开展100余场文旅活动。宁波策划推出“中国旅游、宁波开篇——跟着霞客游宁波”系列活动,包括“乡遇·宁波”“风涌·宁波”“侠行·宁波”三大系列。其中,“侠行”围绕“519”开游活动开展;“乡遇”以乡村旅游为主线,涵盖集市、民宿、研学等领域;“风涌”包括风景、风情、风物、风雅、风俗,分别对应景区活动、公共文化、美食推

广、博物展览、非遗民俗等5个板块。

高品质产品受青睐

中国旅游研究院发布的报告预测,2024年全年国内旅游人数将超过60亿人次,国内旅游收入有望突破6万亿元。与此同时,游客对旅游品质的要求越来越高。华中师范大学中国旅游研究院武汉分院发布的《2023中国旅游业发展报告》显示,随着旅游消费的升级,消费者对高质量和深度旅游体验需求迅速增长,集个性化、较高自由度和深度体验等特点于一身的定制游成为具有市场潜力的旅游品类之一。

游客旅游需求的变化,推动着中国旅游业不断提档升级,向新求变。近年



山东淄博的烧烤

来,各地通过“旅游+”“+旅游”等方式,推动旅游业跨界融合发展,不断提高旅游产品质量和游客满意度。

高品质是提高竞争力的关键,这已成为旅游目的地和旅游界的共识。黑龙江哈尔滨的冰雪资源、山东淄博的烧烤、贵州榕江的“村BA”等,为当地带来了巨大关注度,带火了旅游业,也促使当地“内外兼修”、不断推陈出新,以高质量发展实现旅游业“长红”。如今,哈尔滨正打造冰雪大世界四季冰雪项目,并加快推动重点景区度假区提档升级,从“一季火”辐射带动“四季热”。淄博策划开展“五彩缤纷·悦享淄博”四季主题推广活动,持续丰富文旅产品供给,全方位推介淄博特色文化和旅游资源,将烧烤“流量”转化为文旅“留量”,塑造和打响了“淄博文旅”品牌。因体育赛事走红后,榕江的地方美食、优质农产品、特色手工艺品、多彩民族风情等也逐渐进入更多游客视野,并成为当地旅游业发展的新增长点。

创造新的增长空间

近来,小城旅游热兴起,一批基础设施完备、交通便利、文旅资源有特色的小城,被越来越多的游客列入旅游目的地清单。携程发布的《2024五一假期旅行总结》显示,在旅游订单同比增速上,县城市场高于三四线城市,三四线城市高于一二线城市。包括安吉、桐庐、都江堰、阳朔、弥勒、义乌、婺源、景洪、昆山、平潭在内的十大县域目的地的旅游订单平均

增长36%;对比包括扬州、洛阳、秦皇岛、威海、桂林、开封、淄博、黄山、泰安、上饶在内的十大三四线目的地平均11%的增长,县域目的地已成为旅游订单同比增速的“第一梯队”。

“五一”假期后,河北游客刘睿利用年假前往江苏射阳。“我曾在出差时路过射阳,这里良好的生态给我留下了深刻印象,一直想专程来旅游。”这次,刘睿在射阳住了5天,去了安徒生童话乐园、日月岛康养旅游度假区、泊心黄沙港景区等地,除此之外,他将大量的时间花在闲逛上。“这是一座很舒服的小城。”刘睿说。

射阳县,隶属江苏省盐城市,这里河海交汇、物产丰饶,有着历史悠久的农耕文化、草编文化、“生态”和“沿海”是它着力打造的两张旅游名片。一望无际的大海、广袤壮观的滩涂、色彩斑斓的苇草地、别具特色的苏北水乡风光,让射阳在社交平台上的知名度不断扩大。“当地的向导告诉我,‘五一’假期到射阳赶海、度假的外地游客非常多。”通过这次射阳之旅,刘睿了解到,这里培育了全国70%以上的蟹苗和药用白菊花,出产的“射阳大米”品质颇高,射阳草编、农民画是省级非物质文化遗产……刘睿说:“这座城市值得一再来。”

当越来越多的游客将目光投向小城,带动了当地旅游业进入发展快车道,不仅改变了过去全国旅游市场“冷热不均”的状况,为国内旅游繁荣发展创造了新的增长空间,也为推进新型城镇化建设带来了新机遇。(尹婕)

走进博物馆这个大学校 感知中华文明独特魅力

走进博物馆聆听历史故事,在沉浸式展览中体验文物魅力,把有趣的文创产品带回家……又是一年国际博物馆日,曾经“冷门”的博物馆热度持续攀升,“为一座博物馆赴一座城”成为潮流,引领文化消费新风尚。

今年国际博物馆日主题为“博物馆致力于教育和研究”。“一个博物院就是一所大学校”,如何进一步用好馆藏资源,让更多人在触摸历史中感知中华文明的独特魅力、在思接千载中读懂“何以中国”,已成为文博人共同努力的方向。

加强研究阐释,让收藏在博物馆的文物活起来——近年来,各博物馆健全馆校合作机制,倡导进一步发挥博物馆以文化人、以文育人的重要功能,通过“博物馆进校园”“流动博物

拓宽创新表达,将国风、国潮文化融入美好生活——自故宫带起博物馆文创热潮,博物馆逐渐创新“打开方式”,自带国潮属性的文物“飞入寻常百姓家”;三星堆“面具冰淇淋”、“马踏飞燕”毛绒玩偶、多功能极简皮影书架、《千里江山图》丝巾纷纷“出炉”,古老的文物重焕生机,厚重的历史变得鲜活有趣、时尚多元。

文博人近年来不断思考、实践,做好中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,用文创产品建立与公众之间的连接,让文物“活”起来,让文化“潮”起来。正如河南博物院院长马萧林所说,“文物本身就是那个时代的‘顶流’,通过提取文物蕴含的历史信息、文化元素,进行创新表达、科技赋能,古老文物也能变成生活密友。”

汇集科技之力,为文物插上想象的翅膀——云端“穿越”千年,观看数字化“重生”的珍贵文物;换上古代服装,在历史场景中与人物互动;运用AR、VR,开启“人在画中游”的奇妙之旅……近年来,文物展示传播与当代科技手段、艺术形式实现“无缝对接”,加深了博物馆与观众之间的互动。

新手段、新技术为沉浸式展览和体验提供了发展空间,让“古今对话”变得真实可感。无论是从敦煌壁画中提取元素定制“敦煌诗巾”,《唐宫夜宴》借助技术手段复活“唐朝小胖妞”,还是用3D打印“还原”良渚先人的生活场景,馆藏文物变得“亲民”起来,让更多人在触摸历史中延续文脉。

从文物表情包的“出圈”到夜游博物馆的兴起,每一年,博物馆和公众似乎又走近了一些。在文博热的当下,期待文博人充分挖掘、利用和发挥博物馆的教育和研究功能,用活用好博物馆资源,让传统文化更好地抵达公众。(郭冠华)



多功能极简皮影书架

馆”“博物馆科学实验室”等形式,让公众在“大学校”里满载而归。

博物馆是知识的殿堂,是沟通过去、现在和未来的桥梁。各博物馆充分挖掘文物背后的故事,创办互动式研学课,打造沉浸式观展体验……对很多人来说,逛博物馆不再是走马观花般“到此一游”,而是一场与历史、文化的“走心”对话。与文物的每一次相逢,都能让人们更直观地了解先人的生活习俗、思维方式、审美取向,感受中华文化的源远流长、体会中华文明的博大精深。

文创“出圈”:让文物“活”起来 让生活美起来

展览不仅要好看,还要好买、好玩、好吃——观展之后,买上几款心仪的“周边”爆款,坐在展馆里,喝上一杯大展特调咖啡茶饮,品尝一块展览限定的甜点,和同伴玩一局衍生游戏,或者亲身体验展品工匠手作,已然成了申城当下一批文博场馆的“标配”。

今年国际博物馆日,围绕今年的“博物馆致力于教育和研究”主题,各大博物馆纷纷为“文博迷”们准备了“文博盛宴”。事实上,申城不少知名文博场馆已将博物馆的教育功能、研究作用贯穿于日常,打破“冰箱贴、环保袋”的常规思路,不仅以绣花的精细功夫不断打磨、解锁文创设计和展品“联名”的高级“玩法”,更是将一个又一个新鲜有趣的创意融入体验环节,与观众“花式”互动。

这些令人耳目一新的手法,让观展体验不断“升级”的同时,也在以寓教于乐的方式,传承悠长历史,传播中华优秀传统文化,让殿堂级美学的研究成果在都市生活中“生根发芽”。

打破常规,形神皆“联名”

前不久落幕的上海博物馆“对话达·



鲁迅纪念馆可现场制作的“唯实”漆画扇

芬奇——文艺复兴与东方美学艺术特展”,之所以能给人留下深刻印象,不仅是因为中西融合的展示方式。上海博物馆文创团队从展品中提取灵感再创作,一口气为观众带来了“匠心物语”“中西融汇”和“大师的新意”三大系列30多个品类200多种文创产品,数量最为壮观,其中不乏凭借造型、功能、内涵与展品深度契合而破圈破圈的爆款。

“中西融汇”系列中就有一款以中式古典官灯为原型的纸雕官灯,灯面选取了8幅展品,底部以达·芬奇《维特鲁威人》整体造型和线条的雕刻透光,亦古亦今的视觉效果引发了人们对中西合璧的全新理解。

在展览期间,还有观众在上海博物馆餐厅拔草了“对话达·芬奇文化套餐”。这仍然是从展品中汲取的灵感,“鹰嘴豆炖鸡”配苏式腐皮的主菜,意大利奶冻和姑苏地区传统的糖藕、酒酿结合的甜品,让孕育巨匠的佛罗伦萨和滋养大师的江南在人们的舌尖相遇,擦出了不一样的火花,跨越时空的中西对话,就这样在观众心中激荡起了共鸣。

无独有偶,在中华艺术宫观赏“中国式风景——林风眠吴冠中艺术大展”后,意犹未尽的观众可能不仅会携上一套保留原作构图风格和画作细节的系列文创“都市之恋”,还会选择到馆内艺术咖啡店点上一杯大展特调咖啡“青岛红



“卡拉瓦乔与巴洛克奇迹”联名文创咖啡

楼”,配上一块“春归何处”蛋糕。一位网友在社交媒体上发布的攻略,道出了不少观展人的心声:“这些与展品深度关联的文创不仅能带回家,还能用味蕾去感受,以后回想起大师作品时,记忆中还伴随着这些特别的味道,这是特别难忘的体验,让人收获满满。”

打破常规,与展品“联名”做到“形神聚合”有深度,其背后最重要的支撑,是设计团队对展览文创周边“精益求精、反复磨合”的研发态度。从当年在董其昌大展期间推出“联名”糕点、咖啡,到如今在中西交融中跨界寻找灵感,经历多年实战,上海博物馆文创团队在拿捏创意的细节上已显得驾轻就熟。而中华艺术宫能做到文创与展品“形神聚合”,显然也是经历了多番打磨。

还有一个例子,此前,“乔治·莫兰迪”展登陆上海外事美术馆,馆方设计团队紧扣展览内容,从“作品原画”“莫兰迪流行色”以及“画作静物”三个角度切入,开发了100余款衍生品。其中,一款运用莫兰迪的原画作为核心元素的多层文件夹相当热销。馆方研发人员介绍:“我们自主设计出7层收纳功能,因为没有可参考的模具版型,整个设计研发经历了不下20轮,反复切割,一个多月的调色校验,其间还因为预防拼接工艺可能产生的质量问题全盘推倒重来。”由于研发团队精准把握了每一个创意细节,这款赶在展览开幕前最后一天交付,与展品内容、美学内涵高度契合,兼具实用收纳的文件夹,成了很多人“留住”观展美好体验的爆款。

体验升级,文创本“无界”

人民智库2023年发布的《公众对于文创产品的认知与期待调查报告》显示,65.82%的受访者会因为“感受文化内涵”触发文创消费动机;68.95%的受访者认为成功的文创会给他们带来愉悦体验,而愿意为考古体验式盲盒、解谜游戏体验类盲盒的受访者高达45.31%。

事实上,随着申城社会大美的提升,越来越多的人走进文博场馆,其中许

多人已经不再满足于观赏展品,注重细节和过程之美的他们,更希望达成一趟沉浸式的全方位体验之旅,甚至满载而归。

值此国际博物馆日当天,鲁迅纪念馆在营造升级体验感上下足了功夫。在“博物馆奇妙夜”,观众可以选择现场制作“唯实”漆画扇,拓印伟人故事的专属印章,一起醉江南、忆伟人;也可以印制一张属于自己的藏书票图案,或是扮演身体技艺、“手不释书”的永乐大典装帧工匠,抑或亲身感受鲁迅藏线手账的制作过程。打破展览“边界”,让观众眼脑手并用,获得全身心体验,在鲁迅纪念馆中度过的时光不负“奇妙夜”之名。

实际上,上海的不少展馆都已经在升级体验感上迈出大步。上海博物馆为配合之前的“实证中国:崧泽·良渚文明考古特展”,就曾推出过“崧泽·良渚文明考古盲盒”,把玉琮、玉璧、陶壶等崧泽、良渚文化中典型文物的形象“藏”在盒中,让人们在娱乐把玩之中亲身体验考古工作的惊喜与不易。彼时,上海博物馆还在展馆大堂针对孩子举办考古盲盒现场体验活动,“小小考古学家”一起在大大的博物馆里,用手中的一铲、一刷、一竹签“挖呀挖呀挖”,吸引了不少观众饶有兴趣地旁观。

浦东美术馆则将“联名”文创研发的触角伸向了展馆之外。在“卡拉瓦乔与巴洛克奇迹”展览登陆美术馆之际,馆方团队与其他机构联合打造“卡拉瓦乔与巴洛克奇迹”定制装置,放置于大堂,还开设手作艺术沙龙,在陆家嘴商圈进行文创周边巡回展,把艺术变成近在咫尺的社区体验,用“联名”文创在现代都市开启一场巴洛克艺术之旅。

一杯咖啡、一窗风景、一方手工体验作坊、一件国风佳礼,与展品心意相通、形神相契的“联名”文创,在与文博场馆不断创新、观众体验频频升级的合力之下,“美美与共”,造就出欣赏艺术、了解历史、学习文化的崭新“打开方式”。凭此再度“出圈”,对于海派文博人来说,又是一个新的开始,一个重新定义艺术在生活中的角色的开始。(陈琳)

文化和旅游部:拟确认22家旅游度假区为国家旅游度假区

我省刘家峡旅游度假区榜上有名

根据《国家旅游度假区管理办法》和《旅游度假区等级划分》国家标准,经省级文化和旅游行政部门推荐,文化和旅游部按程序组织综合认定,以下22家旅游度假区达到国家旅游度假区标准要求,拟确定为2024年新一批国家旅游度假区,现予公示。名单如下(按行政区划顺序排列):



刘家峡旅游度假区

- 北京市 密云古北水镇国际休闲旅游度假区
- 山西省 晋城太行锡崖沟旅游度假区
- 内蒙古自治区 兴安盟阿尔山旅游度假区
- 辽宁省 大连长山群岛旅游度假区
- 吉林省 长白山华美地旅游度假区
- 江苏省 苏州吴江东太湖生态旅游度假区
- 浙江省 湖州吴兴西塞山旅游度假区
- 安徽省 黄山黟县国际乡村旅游度假区
- 江西省 南昌梅岭生态旅游度假区
- 山东省 德州齐河黄河国际生态旅游度假区
- 河南省 郑州银基国际旅游度假区
- 湖北省 武汉黄陂区木兰湖旅游度假区
- 湖南省 长沙铜官窑文化旅游度假区
- 广东省 珠海横琴长隆国际海洋度假区
- 广西壮族自治区 桂林雁山旅游度假区
- 海南省 万宁石梅湾旅游度假区
- 重庆市 石柱黄水旅游度假区
- 四川省 成都西岭雪山·花水湾旅游度假区
- 云南省 德宏芒市孔雀湖旅游度假区
- 甘肃省 临夏永靖刘家峡旅游度假区
- 宁夏回族自治区 中卫大漠黄河(沙坡头)旅游度假区
- 新疆生产建设兵团 五家渠青格达湖旅游度假区

(杨虞波罗)