

文化产业信息动态

第 18 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2021 年 11 月 16 日

目 录

- 1、挖掘大院文化内涵 提升旅游文化品质
- 2、文旅公共服务融合如何从“物理变化”到“化学反应”

挖掘大院文化内涵 提升旅游文化品质

来源：山西日报 2021 年 11 月 9 日

作者：中北大学马克思主义学院 韩秀兰

旅游是不同国家、不同文化交流互鉴的重要渠道，是发展经济、增加就业的有效手段，也是不断满足人民群众物质精神需求的重要产业。当前，旅游需求更注重强调精神内涵与文化品质，旅游者需要的是一种沉浸感，一种触动视觉、听觉、味觉、触觉、嗅觉、心灵娱乐的精神感召。旅游越是具有在地性或地方性，就越能给人以一种跨文化的冲击和体验。

晋商大院是我国明清时期形成的主要集中于山西晋中一带的商贸民居院落。灵石的王家大院、祁县的乔家大院和渠家大院、太谷的孔家大院和曹家大院、榆次的常家大院，从南向北鱼贯而列，见证了晋商五百年的辉煌史，极具本土化、本地精神和商业文化特色。大院本身即是人类实物文化的重要组成部分，是制度、观念、社会习俗的承载物，又是道德文化的依托形式，说到底，晋商大院是制度、观念和器物三层文化的集中体现，极富历史性和情趣性。晋商大院文化体现了 19 世纪中叶以来山西宏大、厚重、古朴、静雅的民风，

以及近代山西人观念上的特性。因此，晋商大院在开发中要注重文化的顶层设计理念，深度挖掘大院文化内涵，不断满足人们的文化品质与精神内涵的旅游需求。

紧紧抓住游客的院落文化情结。中国民居院落是富有人情味的场所，宜于人居和家族成员交往。院落不仅是一种建筑空间形式，更是根植于中国人心灵深处的生活艺术和人文精髓。院落情结是人与院落之间的情感纽带。院落不仅承载着过去的传统，对院落的依恋亦是对过去的寻求，也承载着抒情性的场所精神和人文主义的审美意象。抓住院落的文化情结，就是要通过视觉、听觉、味觉来满足游客探索院落主人的成长史、发家史、院落风格、家风家训等的感知，满足游客对院落的具身体验，并有所启迪。

向游客尽情展现大院文化内涵。山西大院群落的出现，是晋商巨额财富积累的一种外在表现形式。晋商大院充分体现了山西民居院落文化的精华，同时它也是明清山西商人五百年辉煌史的见证，晋商文化交织于各个大院的每个细节局部之中。一要充分体现出晋商大院“古”的韵味，保持建筑统一的古典风韵。保持风格统一的原始状态能够最大化地挖掘出晋商大院自身的历史文化底蕴和文化特色，晋商大院独特的文化旅游景观，在完整地凸显出大院风貌的同时，要特别突出“古”的文化特色，让游客尽情享受其古色韵味。二

要为保持大院原貌，应保留当地原有的社会和精神实践活动、传统习俗等非物质文化环境。保护和传承具有文化和历史意义的遗产地特性，尤其需要传统文化群体，因为他们通常最能够理解和保护遗产地。所以，晋商大院开发后应保留本地村民，可以充当原始居民的角色。很显然，这些居民在私下的日常生活中用方言聊天，保持了晋商大院幽静、恬淡的环境和气质，从根本上保留了原貌，营造了原汁原味的特色。

三要让游客明了晋商大院的商业经验、家风家训及背后的历史故事。他们在经商过程中凝练了许多到目前为止，依然有高度商业价值的经验；其独特的家风家训，即使今天也值得我们学习和借鉴。要让游客了解这些商业经验、家风家训对晋商大院家庭成员心灵、人格的塑造和影响，还要对这些商业内涵进行价值提升，提升为企业管理的一些经典语录，成为商人成功的一种心理寄托。在讲好晋商商业经验和家风家训的同时，还要讲好、弘扬好晋商大院背后的历史故事。四要把大院中植物及其背后典故的意蕴讲述给游客。结合各大院中植物，在不同的季节举办不同季节植物的相关展览，为游客提供天然的休闲场所，让游客感受到大院的生气，让晋商大院“活”起来。要将植物的寓意与大院文化联系起来，使自然景观与人文景观高度融合，吸引游客前来观赏。每年的清明前后，常家庄园十亩杏园内，满园杏花依次绽放，如

烟如雾，花香袭人，吸引无数摄影爱好者慕名前来，定格这醉人的美景。殊不知，常氏取意寄情修建杏林，有三层典故和含义：其一，常氏崇尚儒学，而孔子最初讲学于杏坛，开创儒学。其二，杏花开于二月，报春最早，其时也是各地举子赴京会试之时，故而杏花又名及第花，取吉祥之意。其三，相传东汉名医董奉为人看病不收分文，只让患者家属在他门前栽植杏树为报，年久成林，董奉也以其医术医德被尊为仙，故常氏建杏林，也含有对品德高尚者的崇敬之意。

给游客打造一种沉浸式文化体验。在体验经济时代，游客追求的是一种感觉、一种别样的旅游体验，以实现情感价值与文化价值的和谐交融。这种体验能够提升游客的成就感和愉悦感，并为其留下持续性的回忆。一要通过高科技让游客感受晋商风情。复原晋商风情古韵味特色的实景地建设，可以借助高科技、智能化方式来实现。借助听觉、视觉、触觉可以实现晋商历经艰险、贩运货物的实景模拟。通过光、电、声、热等的调控，让游客体味当年晋商赶着带货的驼队在沙漠中艰难行走的经历；通过借助AR技术或者5D电影放映方式再现昔日晋商大院商业繁华景象，让游客与晋商一起生活和对话，让游客作为“当事人”感受行商的艰苦，手推肩挑游走叫卖货物；让游客体味坐商忙碌繁杂的生活，或是在醋坊里酿醋、在酒坊里酿酒，或是在豆腐坊里磨豆腐，或

是在皮革坊里制皮革产品等等；让游客感受体验晋商在衣锦还乡后祭祖、听戏、吃家乡菜、享受生活的种种情感；让游客去参与票号汇兑业务，先把人民币兑换成铜钱、银两或汇票，然后去消费的种种经历；让游客在“明清瓦子”里欣赏参与曲艺、说唱、杂技，感受当时艺人生活的不易等等。

二要引进当代艺术激活晋商大院的深邃文化，让游客尽情享受大院景观与现代艺术奇妙融合之后的独特文化体验。将“浸没戏剧”元素与本土特色相结合的大型室内实景体验，这种全新的戏剧艺术形式会给游客一种独特的“穿越”体验。可以分成几个章节，将中国传统历史故事装进“浸没戏剧”这一崭新的艺术表现形态中。观众可以自由行走在由不同主题的戏剧场景组成的剧场空间中，自主选择想要参与其中的故事场景，并且可以直接和其中的演员进行亲密互动，参与到真实的情境之中，打破观众与舞台的“第四面墙”的界限。在这样一个开放的沉浸体验的戏剧场景中，观众仿佛穿越到晋商的历史中，亲身感受着大院文化，从而可以获得一种比传统式观光游览更为深刻的沉浸式文化旅游体验感受。

文旅公共服务融合如何从 “物理变化”到“化学反应”

来源：中国文化报 2021年11月16日 作者 谢敏

习近平总书记指出：“文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。”要深入学习贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作的系列重要论述，实现文化和旅游的有机融合、深度融合，促进文化和旅游公共服务融合发展是不可或缺的一步。

文化和旅游公共服务融合，主要体现在4个维度。第一个维度是**服务对象融合，实现主客共享**。公共文化服务和旅游公共服务的服务对象各有侧重，公共文化服务是满足公民的基本文化需求，旅游公共服务主要是满足游客直接的、非商业的服务需求。但在现实中，公共文化服务和旅游公共服务都不会也不应排斥二者服务对象的拓展、延伸或者交叉。

旅游公共服务尽管主要是面向游客而非居民进行建设的，但在具体实践中，所有旅游公共服务设施都不可能排斥对居民进行服务，比如，任何一个旅游咨询中心都不会拒绝居民的信息咨询要求。这种主客共享的活动特点，自然而然也成为文化和旅游公共服务对象融合的重要特征。

第二个维度是**服务要求融合，实现效率提升**。对公共文化服务和旅游公共服务来说，提高效率就意味着用尽可能少的资源为更多的人提供服务，而不必局限这种服务的对象是居民还是游客。

在现实中，一方面，各级政府建设了大量的公共文化服务设施，但公共文化服务还存在一定程度的“空转”现象。另一方面，旅游公共服务不足的情况又制约了旅游目的地的持续健康发展，也影响了游客的满意度。

比如，在不少乡村地区，由于乡村人口大量外流，导致其建设的文化站、农家书屋等公共文化服务设施发挥的文化作用大打折扣，使得公共文化服务资源闲置；与此相对应的是，乡村旅游的公共服务设施却比较短缺。因此，促进文化和旅游公共服务融合，也是提高服务效率的必然选择。

第三个维度是**服务导向融合，实现价值趋同**。从根本上说，文化、旅游公共服务融合都需要符合社会主义核心价值观，将社会主义核心价值观贯穿到文化、旅游公共服务融合的全过程中。此外，文化、旅游公共服务融合还应该符合人民群众对美好生活的新期待。趋同的价值导向，让文化、旅游公共服务融合有了共同的努力方向。

第四个维度是**服务主体融合**。文化和旅游部组建后，公共文化服务和旅游公共服务工作职能的整合，为文化、旅游公共服务融合提供了坚实的组织保障。

由于公共文化服务和旅游公共服务都是事业属性，二者交叉融合的地方有限，如果文化、旅游公共服务融合仅限于二者本体部分的融合，不仅弱化了文化、旅游公共服务融合的效果，而且也不利于在实际工作中指导文化和旅游融合发展。

因此，有必要将二者的融合延伸到公共文化服务与旅游产业的融合，以及旅游公共服务与文化产业的融合，把事业的特点和产业的优势结合起来，实现文化、旅游公共服务融合从“物理变化”到“化学反应”的跨越。

首先，在文化、旅游公共服务本体融合方面，主要体现在4个方面：一是**将公共文化服务功能融入旅游公共服务设施中**。公共文化服务功能注入旅游公共服务设施，主要体现在旅游交通服务设施方面。比如，山东省对省内高速公路服务区进行整体提档升级，增设鲁韵非遗馆和休闲书屋，展示地方名家作品和山东特色非遗产品。二是**将旅游公共服务功能融入公共文化服务设施中**。将旅游公共信息服务、旅游消费权益保障服务融入公共图书馆、文化馆、博物馆、影剧院等文化公共服务设施。三是**功能融合**。城市区位条件较好的公共文化站可以和旅游公共信息咨询点整合起来，乡村地区的乡镇文化站、村文化中心、旅游服务中心等功能的融合潜力更大。比如，云南省昆明市升级改造昆明老街的游客服务中心，增设了游客驿站、文创空间、悦读小屋和文化茶吧 4

个不同主题的公共文化服务空间。四是**活动融合**。这些更多体现在服务内容的融合方面，如共同举行文化和旅游惠民消费活动，共同推动文化和旅游志愿者服务。

其次，在**公共文化服务与旅游产业（空间）融合**方面，公共文化服务与旅游产业（空间）的融合是文化、旅游公共服务融合的主要领域。具体可以在以下方面进行推动：一是将公共文化服务融入旅游景区或旅游住宿设施。比如，河南省开封市图书馆将图书馆文创产品与活字印刷体验活动送到清明上河园景区。二是通过文化活动营造旅游目的地城市氛围。比如，四川省成都市推动街头艺术表演，为成都平添了艺术格调和生活气息。广东省深圳市的“街头艺术四季FUN”、黑龙江省哈尔滨市的“街角艺术”也起到了同样的作用。三是非物质文化遗产丰富旅游目的地体验。各地早已出台各种举措，持续推动非遗进景区。四是将公共文化服务设施转变成独特旅游产品。将城市标志性建筑的公共文化设施转化为网红打卡地，推动有条件的博物馆成为研学旅游的承载地。

再次，在**旅游公共服务与文化产业（空间）融合**方面，随着旅游吸引物范围的扩大，文化产业聚集区正在成为新的旅游吸引物，特别是受到年轻人的关注和追捧，比如北京的798艺术区。从这个意义上说，旅游公共服务与文化产业（空间）的融合主要体现在与已经、正在或潜在成为新型文化旅

游区的融合上，将旅游交通引导标识、旅游咨询信息服务、旅游安全保障服务、旅游惠民服务等拓展到旅游化的文化产业（空间），将能更好地满足游客的需要。

（编辑 杨珠峰）