

文化产业信息动态

第 10 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2022 年 5 月 17 日

目 录

- 1、“五一”假期市场观察：亲子消费受青睐
- 2、“微度假”正兴起，家门口也精彩
- 3、城市文化地图：“探城”工具 + “品城”指南

“五一”假期市场观察：亲子消费受青睐

来源：中国经济网《经济日报》 2022年5月4日 常理

“五一”假期，尽管受新冠肺炎疫情影响，部分地区出行不畅，但亲子消费热度不减。

北京市民张燕一家到郊区旅游。“这几天一直在关注北京的出行政策，很担心计划泡汤。结果还不错，按规定持核酸阴性证明到郊区游玩不受影响。”张燕对记者说，“五一”假期前，自己就开始在网上关注北京周边民宿，几经筛选，最终订了怀柔区的一家民宿。

“以前放长假就坐火车飞机远行，现在因为疫情等原因，不能跑太远，就带孩子到郊区活动，发现也是不错的选择，而且距离近，节约了交通时间。”张燕说。

近年来，随着城市周边游的火爆，民宿成为不少游客出行首选。北京“一山间”民宿位于怀柔区九渡河一自然村内，改建后共有8间民宿。工作人员告诉记者，“五一”假期客房基本满员，大多是带孩子的旅客，游客持48小时内核酸证明、行程码、健康宝便可入住。

记者注意到，在各大旅游平台，“五一”期间均推出亲子相关主题活动，重点推荐城市周边亲子游景点、酒店、民宿、露营点等，吸引消费者关注。

市场机构日前发布报告显示，今年“五一”期间旅游市场较清明假期有所回暖，“省内游”“周边游”成为主流出

行方式，乡村游订单占比较清明假期提升10%，乡村游酒店预订单量较清明假期增长560%，其中，亲子游贡献近三成订单。此外，露营同样受到“亲子游”消费者的青睐。数据显示，“五一”假期，“90后”游客和“80后”亲子人群是露营消费主力军，占比近九成。

此外，还有一些游客带孩子去博物馆或科普教育基地参观。位于北京市通州区的文旺阁亲子手工DIY木作博物馆内，既有中国传统生产生活木制品，比如锄头、车轱辘、纺纱机、船坞等，也有供孩子们上手体验的工作间，提供小锤子、小锯等工具。一位游客对记者说，这种参观加动手的体验活动，很适合家长带孩子一起参加，工作人员会讲解物品的历史背景及演变过程，有助于孩子了解中国传统文化，家长也受益匪浅，是个不错的体验。

“五一”假期，陪伴孩子在书海中遨游，也成为部分家长的选择。这两天，北京市民郭云陆续收到十几本童书，既有国内经典的儿童故事，也有国外经典儿童绘本。“平时上班比较忙，陪孩子时间少，趁着放假跟孩子一起看书学习，也不失为一种健康的放松方式。”郭云说。

京东新书销售数据显示，去年儿童图书成交额同比增长三成，占整个图书市场份额16%左右。京东消费及产业发展研究院研究员陆飞告诉记者，亲子阅读、陪伴式阅读越来越受到年轻父母的青睐，儿童用品消费达到一个新高度，尤其是童书消费正释放巨大的市场潜力。

“微度假”正兴起，家门口也精彩

来源：新华日报 2022年4月29日 付奇 颜颖

疫情防控常态化下，这个五一假期去哪儿玩？以城市游、周边游为主的“微旅游”“微度假”正赢得越来越多人的青睐。

面朝千亩花海露营野餐、在观景平台上赏百种玫瑰、与可爱的小鹿零距离互动……4月28日，南京地区规模最大、品种最全的蔷薇科科普观光园——溧水玫瑰园，“美溧之旅玫瑰满石湫”踏青游园活动开启。今年，景区超大观景台投入使用，以提升游客赏花体验，还通过增加玫瑰路面彩绘、墙绘等方式增添赏花乐趣。

既然不便远游，省内各地深度挖掘城市近郊和周边资源，引导市民游客发现“家门口的精彩”——盐城市大丰区的荷兰花海景区官方微信公众号连日来不断更新，送上鲜花美图；常州金坛茅山风景区内，茅山森林世界将举办“森林放风节”，游客可在6万平方米草坪上野餐烧烤、草地射箭；南京浦口推出一日游线路，串联佛手湖郊野公园、珍珠泉度假区等景点，游客可在沿途体验竹排漂流、观光索道……

距离近、时间短、随心性、慢体验的赏花和露营项目，成为假日里家庭出游、朋友聚会的首选。“今年露营也太火了！”在南京从事文职工作的朱蓉吐槽说，她原计划五一假

期和同事去周边露营，“几天前打电话，结果聚宝山公园只剩一个5月4日下午的露营位置。”

露营的火爆也带动业态更新和供给端升级。连云港市文旅集团相关人士告诉记者，5月1日—2日，改造升级过的渔湾景区推出两天一夜“户外研学课堂”，帐篷搭建、趣味野炊、篝火晚会、山林徒步等，将带给孩子们别样的假日体验。

不少景区还推出省心省力、拎包入住的精致露营产品。

“我们结合自身花海优势和自然条件，今年特别推出露营套餐。”南京玫瑰园园主严家富介绍，露营套餐包含天幕、帐篷、烧烤架、露营车等全套装备，提前一天预约，景区提前准备露营食材，让游客在花海之间享受“一站式”露营服务。

五一假期，南京玄武湖景区推出深度玩转玄武湖专线，4月30日—5月4日，游客报名后可跟随游览观光车轻松游遍玄武湖。“从玄武门出发，第一站是环洲月季园，第二站是玄武广场，第三站是明后湖黄册库遗址展馆，第四站是蒲仙岛游乐场。各景点配有专职讲解员，游览全程约2小时，游客还可品尝玄武湖特色文创雪糕。”景区工作人员介绍。

这一深游玄武湖项目，正是日渐兴起的“Citywalk（城市漫游产品）”玩法。这一产品的目标客户，多为年轻人且不乏本地客，对他们来说，城市漫游不但可以重新感受生活的城市内在魅力，往往还可以发掘本地人都不知道的宝藏

“打卡地”，让“微旅游”更有“深度”。

城市“微旅游”的玩法愈发多样。5月1日起，无锡市新吴区将举办“品千年文化 看万象高新”旅游打卡活动。

“游客可至新吴区文化馆、鸿山泰伯景区、中华赏石园等地领取畅游新吴打卡手册，凭手册就可免费游览册中展示的新吴区七大景区。”新吴区文体旅局工作人员介绍，游客游览任意两个景区并盖章打卡，以文字、照片、视频等形式写下游玩感受，就可享受餐饮折扣、客房优惠。

随着疫情防控形势向好，各地博物馆、文化馆、图书馆等室内场馆纷纷“解封”，假日里到博物馆“赏花看景”成为可能。省直文博场馆4月21日全部恢复开放，执行网上实名制预约。中共代表团梅园新村纪念馆、宿迁市博物馆、扬州八怪纪念馆、史可法纪念馆等展馆纷纷重启。

假日出游虽令人舒心，但疫情之下安全依然不可忽视，陆续恢复开放的室内场馆依旧是防控重点。假日期间，省内多数文博场所实行“限量、预约、错峰”开放，限制参观人数，如宿迁市博物馆目前只接受散客参观，每日限额800人；淮安市文化馆在馆人数达到限额时，实行“出一进一”措施，半小时瞬间流量不超过30人。

城市文化地图： “探城”工具+“品城”指南

来源：人民日报海外版 2022年4月29日 秦兰珺

“五一”小长假即将到来。无论我们“宅”在家里“云游”，还是在条件允许的情况下用双脚丈量我们的城市，文化地图都是一个不错的“探城”工具和“品城”指南。

100多年前，国外的城市社会学家开始将地图应用于社会空间研究。在他们看来，城市不只是建筑的排列，更意味着人的互动。要了解一个城市，就需要绘制这个城市不同区间、不同人群的文化地图。人们的日常文化实践及其地图化呈现逐渐得到更多关注。文化地图不仅要描述特定地区的物质性文化资源，包括文化设施、文化组织、文化产业、文化遗产等分布状况，也要折射特定地区的非物质性文化风貌，包括文化习俗、文化记忆、文化认同、文化价值等大体情况。近年来，文化地图不仅在社会实践、学术研究和政府规划等方面发挥着重要作用，更是在文化与旅游融合发展、文化遗产活态传承的发展导向下，在地理信息服务和本地生活服务的创新融合中，日益深入寻常百姓家。

立体的信息平台

提到地图，或许很多人脑海中首先浮现出的是人文景区售卖的旅游地图。其实，如今地图的信息承载量，尤其是城市文化地图承载的信息量，早已远胜往昔。

制图技术与现代信息技术的紧密融合，使本来只能容得下符号及简单描述的印刷空间，在地理信息数据库的支撑下，成为更具包容性、拓展性和读写性的数字空间。这就为我们以图像、文字、音频、视频、全景 VR 等更立体和多元的方式存储、展现和更新地理标记点的信息，提供了媒介技术上的保障。

冯骥才主编的《天津文化地图：热爱我求学的城市》曾随着一些大学本科生的录取通知书一起送到新生手中。这套文化地图由一本小小的口袋书和一张地图组成，背后支撑它的是一个可以不断扩容和更新的信息平台。地图上约 200 个文化点位都配有二维码，扫一扫就能查看更多图文信息。更重要的是，数据库里的图文视频可以不断更新，甚至可以把同学们以这本书为窗口“探城”和“读城”过程中创作的视频和照片也添加进来。以这样的方式，《天津文化地图》成了“活着”的地图，而地图的读者，作为这本书的真正主角，就成了文化地图的共同作者。

其实，今天更多的文化地图在开发时就包含“实体印刷地图+线上移动地图”双版本。比如，《上海红色文化地图》的印刷地图表达的是与红色主题紧密相关的、最核心最凝练的内容，读者第一时间就能获取他们最关心的信息；线上移动地图则能让用户进一步了解红色建筑历史沿革、红色人物生平经历和红色革命故事等，获得更丰富的上海红色文化知识。

文化生活的服务平台

今天，地图还内嵌各种各样的出行导航和本地生活服务，满足人们理性规划生活和探索发现的双重需要。在这样的大趋势下，文化地图不再仅仅是静态信息的呈现，而是在承载同城服务的同时，助推文化以更时尚、鲜活和亲民的方式，走入百姓生活。

比如，北京市海外文化交流中心即将在线上推出的“京剧文化之旅智慧地图”，不仅以图文影音的多元形式展现北京市数十处京剧古戏楼、名人故居、会馆、演出场所，引导用户在关于京剧的实地探访中见证国粹的兴起与辉煌，重温隐藏在大街小巷的梨园佳话，还兼顾实用性，提供涵盖吃、住、行、游、购、娱六要素的旅游服务内容，并密切配合与京剧文化相关的骑行、体验、演出等同城活动。

将地图应用与生活服务、同城活动相结合，或许对经常从小红书、抖音、大众点评等平台跳转到数字地图应用的年轻人已不是什么新鲜事，但在流行的“打卡晒图”之外，我们也可以借助更具专业性和专题性的文化地图，让城市体验不但有轻松、时尚的消费行为，而且吸纳关注厚重、丰富的城市文化底蕴，让探城之旅不但是“景观之旅”“消费之旅”，也成为“文化之旅”。

城市记忆的建构平台

很多文化地图都会选择“手绘”这种更具个体性情和情感温度的形式来呈现地理信息。这也意味着，文化地图的绘

制和传播过程，常常也是一个地区文化记忆和文化身份的建构过程。

在“记忆江宁”活动中，上海市江宁路街道组织当地居民绘制社区文化地图。最终“记忆江宁”文化地图包含了红色记忆场所、民族工业厂房、优秀历史建筑等5大类、30个地标，不仅包括虽然留存但功能业已变化的建筑，也有不少完全消失、仅存于居民记忆中的地标。比如，地图在现住宅小区地界上标记了曾经的国棉四厂，还配上了一幅由当地的“老江宁”提供的上世纪70年代的厂门印象插画。插画中，两棵大树作为“老江宁”记忆中的厂址特征，被表现得十分突出。这样的地图绘制无疑为居民重访集体记忆、建构地方身份提供了契机。

又如百度地图有一个全景地图功能，且支持在虚拟场景中打卡留言。于是，用户纷纷自发在一些城市文化地标进行“云打卡”。比如，在清华大学老校门，我们不仅能读到各种故地重游的感慨，也能看到许多面向未来的向往。这些跨越时空的打卡和交流，表达的是人们对该地点的观感和浮想，承载的是人与城在情感和意义上的深刻关联。

在城市行走，文化地图不仅是我们的字典、体验城市的指南，也愈益成为城市文化生活的载体，并进一步建构着人们对城市的爱与认同。

（编辑 杨珠峰）