

文化产业信息动态

第 16 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2022 年 8 月 2 日

目 录

- 1、塑造景区经典 IP 让红色文化更年轻
- 2、小镇建起 63 座博物馆 一个“文博 + 文旅 + 文创”的融合发展样本

塑造景区经典 IP 让红色文化更年轻

来源：2022 年 7 月 25 日 中国文化报 胡 芳

每年暑期都是红色旅游备受欢迎的时间段，不仅很多家长在暑期带孩子“打卡”革命旧址，“00 后”“90 后”也成了红色旅游的新生力量。

红色旅游年轻化趋势显著

一直以来，人们对红色旅游存在一种刻板印象，即红色旅游是老年人的专利，提到红色景区，总是跟夕阳红旅行团联想到一起。殊不知，经过多年的沉淀和发展，红色旅游已经覆盖了不同年龄段的游客，不仅深受夕阳红旅行团的喜爱，也得到了年青一代的追捧。

中国旅游研究院和马蜂窝自由行大数据联合实验室发布的《中国红色旅游消费大数据报告（2021）》显示，参与调查者中，41.7%的游客参加红色旅游的次数达到 3 次以上，其中 7.1%的游客红色旅游的次数超过 5 次，40%以上的游客经常、自主选择红色景区参观学习。根据马蜂窝旅游大数据，红色旅游搜索热度连年增长，其中，京津冀红色旅游区、湘赣闽红色旅游区和沪浙红色旅游区的热度增长最高。

在 2021 年公布的数据中，参与红色旅游的“00 后”“90 后”的“Z 世代”人群总数已经占比 51%以上，相较于 2019 年增长了 2 个百分点，红色旅游正呈现越来越年轻化的趋势。

前不久，携程发布《2022年上半年红色旅游大数据》，从红色景区的游览客群年龄来看，红色旅游用户年龄主要以“80后”“90后”为主，分别占比41%和26%。这一数据表明，年轻群体参与红色旅游的比例显著提升，已经成为红色旅游的主力军。

无论是家庭亲子游、红色研学游，还是一个人出发的说走就走的旅行，感受红色文化、分享红色之旅，成为很多人的日常选择，看革命动漫、读革命书籍、逛革命景点蔚然成风，看红色演艺、买红色文创产品也日渐成为年轻人的一种新潮流。

“红色+”融合业态引领新消费

受疫情影响，近郊游、周边游成为很多消费者的新选择，从《2022年上半年红色旅游大数据》报告中，我们也看到了这个趋势。数据显示，暑期红色旅游景区门票增长5倍；88%的游客选择本地周边红色旅游；今年红色旅游周边本地客比例增长超四成；上半年88%的游客在携程预订“本地+周边”的红色旅游景区门票。

红色旅游本地周边化，让我们看到一种趋势，即红色旅游正朝着大众化、“家门口”的常态化旅行发展。这其中，

“80后”的消费拉动是显著的，从“80后”红色旅游占比41%的比例、亲子家庭红色旅游占比近三成的数据中，我们可以看到“80”后群体对红色旅游的拉动功不可没。

据统计，“红色+”融合业态中，游客最喜爱的是“红

色+影视”，其次是“红色+体育运动项目”，第三位是“红色+动漫/游戏”，这三项总占比为40%。在具体项目中，游客最喜爱的红色旅游项目的类型中，排名第一、第二位的分别是红色民宿、红色实景演出，两项占比均接近20%。

对应庞大的“80后”消费群体，红色景区应该充分考虑、结合该群体的消费偏好，有的放矢地推出“红色+”融合业态，吸引更多的消费黏性。

打造经典 IP，增强审美认同

针对年轻群体和亲子游，应该用足用好“红色+影视”“红色+动漫/游戏”“红色+演艺”等手段，加大年轻人和儿童喜欢的沉浸式体验项目比例，用以拓宽红色文化传播渠道，拓展红色文化影响力。

“红色+演艺”项目能让红色故事通过更直观的方式快速进入人们视野，入脑入心，充分挖掘红色资源的文化价值，除了现场观看，其视频作品传播还能突破时空限制，扩大红色文化的影响力和传播力。通过科技手段加强“红色+演艺”项目的互动性，让游客在融入剧情的同时，深度体验红色故事中的情境，经历一场身心都被红色文化洗礼的旅程，这样的效果要比说教有成效得多。

此外，红色文创也是吸引游客、加强旅游体验的重要媒介。红色旅游纪念品早已有之，以前多为一些纪念币、挂件、雕像摆件等。随着年轻人对红色文化越来越热衷，红色文创产品也开始创造性转化、创新性发展，在潮流化和年轻化方

面做出一系列探索，引发了红色文创产品研发热潮。

找准红色旅游景区历史文化和潮流文化的结合点，在流量和口碑上做文章，应该是红色文创产品的研发方向。在此过程中，如何运用好当代设计语言，用好新颖别致的奇思妙想，是红色文创能否取得成功的关键。

目前，我国已经建成了 300 家红色旅游经典景区，“十四五”时期我国红色旅游经典景区数量有望进一步扩大、内涵将更加丰富、覆盖范围将更广，更加需要红色经典 IP 为红色旅游经典景区发展赋能。

“红色+”产业的发展，既需要好的 IP，也需要审美认同。打造“红色+”IP，尤为需要对红色文化内涵进行深入理解和现代阐释，注重提炼红色资源核心要素，加强科技创新，增加数字化研发和科技感，进行年轻化、潮流化的设计，才能加强对年轻消费群体的吸引力。在 IP 转化方面可以不拘一格，善于运用歌舞剧、话剧、儿童剧等不同的艺术形式来展现红色故事，用好红色旅游文创产品，深入挖掘当地历史、文化，开发出符合游客心态和审美的有特色、有新意的独创性旅游产品，使红色旅游景区及红色演艺、红色文创产品的开发得到更多游客的青睐，从而让红色价值观愈发深入人心，让红色文化的传播越来越广。

小镇建起 63 座博物馆

一个“文博+文旅+文创”的融合发展样本

来源：2022 年 7 月 27 日 四川日报 吴梦琳

日前，文化和旅游部发布《关于确定 12 家旅游景区为国家 5A 级旅游景区的公告》，四川再添一家国家 5A 级旅游景区——四川省成都市安仁古镇景区，全省 5A 级旅游景区总数达到了 16 家。

能够在全国激烈竞争中获得中国旅游景区等级评定的最高“成绩”，拿下这块金字招牌，实属不易。据了解，安仁古镇也是目前我省 5A 级旅游景区中唯一一个古镇类旅游景区。

从 2015 年正式启动创建工作以来，安仁发展起了 63 座博物馆，形成全国最大民营博物馆聚落，成为名副其实的“中国博物馆小镇”，并探索出了一条“文博+文旅+文创”的创新融合发展路径。

一个小镇建起 63 座博物馆

夏日氤氲中，绿树掩映之下，安仁古镇青砖黛瓦的老建筑们无声“讲述”着百年前这里的盛极一时。

安仁地处成都平原西部，因拥有大大小小的清代、民国时期老公馆 27 座而闻名，也是全国规模最大、保存完好的老公馆群落。在这之中，以刘氏庄园为最盛，占地 7 万余平方米，中西结合的建筑风格，浓缩着近现代川西平原那一段

风云历史。

安仁的另一张重要名片，是中国博物馆协会命名的全国唯一的“中国博物馆小镇”。在这里，有着全国最大的民营博物馆聚落——建川博物馆聚落，包括综合陈列馆、辉煌巨变改革开放陈列馆、国防兵器馆、新中国瓷器馆、长江漂流馆等，场馆规模、藏品数量、藏品种类等都在国内非国有博物馆中首屈一指。

不仅如此，大邑县安仁古镇旅游发展管理委员会相关负责人介绍，近年来，安仁牢牢抓住“中国博物馆小镇”这一核心优势，编制《安仁文创文博集聚区产业总体规划》《安仁文创文博集聚区总体规划》等，以建川博物馆聚落、刘氏庄园博物馆为核心，在充分利用老公馆资源基础上，发展了唐卡博物馆、钱币博物馆、咖啡博物馆等一批小而微的特色博物馆，目前已形成拥有63座博物馆的现代博物馆聚落。

走进一座老公馆，里面正是一座特色博物馆。这样的活化利用，打破了公馆的“多馆一面”，变身为数量丰富各具特色的博物馆、展览馆，共同构建了一个丰富多彩的“精神世界”，让游客可以穿梭在不同“时空”之中。

“三文”融合探索文旅消费新场景

不论是老公馆还是博物馆，在传统发展模式中都更趋向于静态。基于此，在创建5A级旅游景区过程中，安仁创新提出了文博、文旅、文创“三文”融合的发展路径，打造新业态的消费场景。

大邑县安仁古镇旅游发展管理委员会相关负责人介绍，在公馆老街区域本着“修旧如旧、最小干预、完全可逆”原则，改造建设了今时今日安仁演艺综合体、华公馆文博展示综合体、方知书房生活美学体验综合体、天福美院音乐文创综合体、非遗文化体验等新型文旅消费体验综合场景。

其中，今时今日安仁演艺综合体，由杨孟高公馆、刘元琥公馆、刘元瑄公馆、陈月生公馆4个老公馆组成，共同组成实景演出《今时今日安仁》的四幕演出空间。在这些穿越历史风云的一砖一瓦、一草一木中，游客以行走式观看的方式，进入抗战时期一个关于家国情怀的动人故事中，已成为如今游客来到安仁重要打卡项目之一。

去年上线的《今时今日安仁·乐境印象》沉浸式戏剧，则在实景演出基础上再度升级，引入“剧本杀”玩法，两天一夜的历程，让游客不仅仅是看表演，更能亲身参与到情景中，成为故事中的一角，开创了全新的体验。

让文博资源充分“活”起来，近几年来，安仁引入和孵化“旅游+科技、旅游+网络视听、旅游+音乐、旅游+会展”等新业态，不断丰富“博物馆+文旅消费”场景体验。

“如今我们已孵化了《今时今日安仁》《我是川军》等演艺作品20余部，推出安仁白瓷、安仁文创雪糕、安仁君系列文创衍生品100余个。”该负责人介绍，并形成了“穿上旗袍去安仁”、安仁双年展、文化名镇博览会等系列品牌活动。

如今的安仁古镇，已有不少外来的艺术家、创业者等成为“新镇民”，例如建川博物馆馆长樊建川，就常常在社交网络平台分享自己在安仁生活的日常，与出生、生长在这里的本土居民们的各种互动。

在安仁古镇发展过程中，定位为“生活着”的古镇——不对原住民进行迁建，而是与原住民共建共享共治，让“居民变景民”。据统计，2018年以来，安仁“三文”企业吸纳就业、带动辐射1.6万农村居民成为“新景民”，拉动当地农村居民人均年收入从1.8万元提升至3.2万元。

记者观察

国家5A级旅游景区，是我国景区建设的最高标准，对景区各方面综合考评都有着最严格的要求。随着安仁古镇的入选，我省国家5A级旅游景区达到16家，数量位居全国前列。

仔细梳理这份名单，能够看出，安仁古镇作为我省第一个入选国家5A级旅游景区的古镇类景区，某种程度上也代表着我省文旅发展的一个“缩影”：从资源型景区，到通过现代化文旅融合发展理念打造而成的景区。

实际上，放眼全川，历史悠久胜于安仁的古镇并非没有。安仁为什么能够入选？其一大核心优势或许在于，安仁古镇对于民国公馆老街、刘氏庄园博物馆、建川博物馆三大核心资源整合运用，在已有优势基础上进一步突出，打造全国最大的民营博物馆聚落，并形成文博、文旅、文创“三文”融

合的文旅特色小镇发展新路径，成为文博资源活化利用的一个独特样本。

在这个样本中可以看到，坚持历史文化保护传承与文化旅游产业发展有机结合，既让历史留下的老建筑等宝贵遗产“活”起来，也为如今的游客走进历史、感受传统提供了有效路径，形成了全方位、多感官的现代文旅新体验。

四川省旅游景区质量等级评定委员会相关负责人表示，从市场吸引力来看，最直接的反映就是安仁一个镇上已经有了国际品牌酒店，年游客量超过200万人次，已成为集观光游览、度假休闲、特色体验于一体的复合型旅游目的地，也是成都和四川重要的旅游接待基地。

（编辑 杨珠峰）