

# 文化产业信息动态

2023年 第20期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年7月21日

---

## 目 录

1. 沉浸式文旅变“看景”为“入景”
2. 北京用文化为城市发展赋能
3. 新业态助推暑期旅游热 旅企业绩加速修复

## 沉浸式文旅变“看景”为“入景”

来源：人民日报海外版 2023年7月20日 记者 王乐文 毕京津

浩浩黄河，出河南郑州桃花峪后奔向千里沃野；安阳殷墟，将中国信史上溯约千年光景……多姿多彩的自然景观和丰满厚重的人文遗产，犹如一颗颗璀璨的明珠散落在中原大地。

让文化“听得见、看得着、可触摸”，河南省委提出文旅文创融合战略，坚持“文化创意+科技创新”双轮驱动，让创意、科技、设计、艺术等元素充分融入文化旅游发展全链条，打造更多高品质文旅文创产品，努力建成中华文化传承创新中心、世界文化旅游胜地。

每一天，都有海内外游客开启“行走河南·读懂中国”之旅。

### 从卖门票转向“卖场景”

今年五一假期，“歌阙于民——五一劳动节专题赏听会”在河南博物院上演，演出加开多场，场场爆满。从史前骨笛到先秦遗音，从汉唐歌舞到宋韵词乐，一场场由古代音乐文物复原呈现的视听盛宴，给人带来穿越时空的震撼感受。

如何让文物活起来、文化遗产动起来？在河南博物院院长马萧林看来，文化传承和发展离不开创新思维，“通过保护并深入挖掘文化内涵，让文物的价值和意义得到更全面的展示，让传统文化与现实文化更加相融相通”。

近年来，河南大力推动传统文化的创造性转化和创新性发展，

涌现出一批富有历史文化气息、为人们所追捧喜爱的“爆款”产品。河南电视台“中国节日”持续出圈、河南博物院文创产品空前火爆，河南正在探索走出一条全国文旅文创的“河南路子”。

置身古都洛阳，仿佛游走在古装剧片场。身穿华丽的汉服，化上精美的妆容，三五好友，漫步古巷古街，自成一一道风景。今年的牡丹文化节，洛邑古城景区随处可见如此场景。

换上汉服，游走于古墓间，接力闯关游戏，解锁博物馆新玩法……洛阳古墓博物馆推出剧本杀《多少楼台烟雨中》，路线贯穿博物馆所有展区，融参观、游戏等环节于一体，游客大呼刺激、过瘾。

洛河沿岸绵延分布着夏都二里头、偃师商城、东周王城、汉魏洛阳城和隋唐洛阳城五大都城遗址，上百家博物馆散落全城。“可以说，洛阳就像一座大型沉浸式的剧本杀场馆。”洛阳市文化广电和旅游局相关负责人介绍，洛阳正在打造全国“剧本娱乐之都”，预计到2025年底基本建成全国沉浸式文旅目的地。

随着文旅市场的发展，游客已不满足于“看景”，躬身“入景”成为新的时尚潮流，沉浸式文旅新体验成为年轻受众的新宠。河南多地找准风口，提前布局，创新沉浸式、互动式文旅融合新业态、新场景，推出新内容、新玩法、新体验，汉服文化节、沉浸式剧本杀等活动成为传统景区公园、仿古街巷新的“流量密码”。

河南省文化和旅游厅厅长黄东升表示，河南各地积极探索“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”，优化文化旅

游产品供给，打造文旅消费新场景，让游客在历史文化中徜徉，满足对“诗和远方”的美好向往，推动景区从卖门票向“卖场景”转型，实现文化传播和提振消费的同频共振。

### 让文旅插上科技的翅膀

北宋景德镇窑青白瓷香炉、明代景德镇窑青花水草浮蟹杯、明代绿釉龙纹琉璃滴水、明代景德镇窑青花状元及第杯、明代龙泉窑青釉人物故事纹碗……《假如文物会说话》系列创意微视频，聚焦开封州桥遗址出土的6件文物，节目一经播出，迅速走红。

该系列微视频创新表达方式，突出科技元素，立足中国古代熏香、茶酒、科举、王府、民间教育及饮食等多个角度，展现古城开封历史发展脉络，引发人们对州桥遗址的关注。

如何让科技为文旅赋能？河南省文化和旅游厅宣传推广处处长王九位介绍，围绕“创意引领、数字先行”总方针，河南重点在数字文创领域展开布局，面向文旅机构、文创企业、设计团队、非遗“匠人”等，搭建能够复用共享、实时在线的文旅文创云平台，推动文旅资源数字化和数字文旅资产化，让文旅插上科技的翅膀。

外地人游开封，几乎必看大型水上实景演出《大宋·东京梦华》。演出运用大量科技含量高的舞美、声光设计，时而呈现五彩斑斓，时而呈现星点斑驳，时而呈现光芒万丈的视觉效果，制造出梦幻般的意境，展现出极高的艺术水准，完美再现了《清明上河图》和《东京梦华录》中所描绘的盛大场面和繁华景象。

五一假期，清明上河园接待游客人数同比2019年翻倍，《大

《宋·东京梦华》演出收入较 2019 年同比增长 300%， “原定每天演出 3 场，后期根据游客预定情况增加到 4 场，演出结束已凌晨一点多，这基本到了加场的上限。” 清明上河园营销负责人石占良表示，由于科技精品项目的加持，今年文旅市场的火爆超出了景区的预期。

“新晋顶流” 河南博物院通过整合数字资源，运用数字化技术和新媒体手段，推出博物馆云展览、虚拟博物馆、云探国宝、博物馆在移动、古乐云赏等线上活动，观看人数屡创新高，“5G+博物馆智慧展示” 项目被确定为河南省首批 5G 应用场景示范项目。郑州、洛阳、开封、安阳、周口、平顶山等地博物馆也纷纷推出云端展览，云展览通过互联互通，将各要素进行重组整合，最大限度发挥了馆藏资源的价值。

数字赋能还不止于此。许多景区致力打造智慧景区，运用大数据分析为景区运营、管理、营销等提供支撑。“大数据游客画像发现，00 后群体成出游主力军，他们的需求倾向多元化、自助化。” 老君山文旅集团常务副总经理杨佳厚介绍，大数据分析发现，夜爬金顶、观日出看晚霞、披星光戴明月、赏冰雪看雾凇等项目成为新宠，景区随即出台安保、接待、应急等预案和管理办法，沿途新增服务区 3 处、厕所 3 座，新修沿山步道 800 米，最大程度保障了夜爬游客的安全。

### **交出文旅文创新答卷**

夏日的信阳南湾湖，犹如一颗硕大的宝石镶嵌在青山翠岭之间。睡仙桥村茶文化街、楼畝村田园芳华、何家寨露营基地、嘉木饮茶

庄园……一条环湖路犹如彩带将沿线三个乡镇联结起来，串起了 8 大驿站，16 个“一桥一景”，17 个“一村一品”，共同绘就了一幅“美好生活看信阳”的新画卷。

“沿途可以品毛尖茶，吃信阳菜，住茶山民宿，体验亲子游乐。”信阳市浉河区文广旅局工作人员李倩倩介绍，“我们通过构建‘快进’‘慢游’交通网络，实现旅游公路联网成片、旅游景区串珠成链，让游客走进来、慢下来、留下来。”

当前，河南正谋划以山川地理为骨架，以历史文化为脉络，统筹重大国家战略和文化工程，构筑以国家文化公园为轴带、以文化创意城市为节点、以人文旅居乡村为腹地、以世界级文化旅游目的地为支撑、以线上空间为延展的文化旅游融合发展新格局，努力交出高品质文旅文创产品新答卷。

河南以历史断代、历史事件、历史人物等为主题主线，系统梳理在中华文明演进历程中具有重大价值、突出影响、关键意义的历史文化资源，策划推出文明起源、国家起源、逐鹿中原、追寻先贤、姓氏寻根、治黄史诗、中国功夫、考古发现等 16 条主题文化线路，涵盖 578 处文物和文化资源，让游客切身感受到“伸手一摸就是春秋文化，两脚一踩就是秦砖汉瓦”的独特魅力。

河南还围绕丰富的人文、自然、红色资源，打造一批主题鲜明的研学旅行营地、研学课程、研学线路。宝丰马街书会民俗园设置多个体验项目，让孩子们动手操作拉坯工艺、学习非遗曲艺；信阳鸡公山景区利用地处南北气候分界线、动植物资源丰富的优势，每

年吸引近百万游客科普观光、旅游养生；林州红旗渠景区打造元宇宙剧场，通过数字孪生等技术还原修渠场景，让游客沉浸式感受红旗渠的今昔之变……

黄东升表示，随着河南文旅文创融合战略的深入实施，高能级文旅正在成为新的增长极，文旅文创将成为推动河南发展的战略性支柱产业，推动各行各业在文旅文创融合领域持续创意创新、破题破冰、出圈出彩。

## 北京用文化为城市发展赋能

来源：人民日报 2023年7月20日 记者 王昊男 张帅楨 杨彦帆

在重装焕新的吉祥大戏院，点上一杯“玉堂春”特调咖啡；到工业厂房转型的798艺术区，看上一场现代主义大师艺术展；进入“最美中轴线”的虚拟世界，沉浸式感受古都北京的壮美与变迁……在北京，不断“上新”的文化新场景、新业态，丰富了人们的精神生活，也为城市的发展持续赋能。

文化是城市的灵魂。前门西河沿街220号，透过两扇朱漆大门，昆曲《牡丹亭》的唱词悠悠飘来。推门而入，一座纯木结构的二层戏楼出现在眼前，雕梁画栋、古色古香，这就是被誉为“中国戏楼活化石”的正乙祠戏楼。

“原来姹紫嫣红开遍，似这般都付与断井颓垣。良辰美景奈何天，赏心乐事谁家院……”如唱词所述，有着300多年历史的正乙祠戏楼曾几经沉浮。战争时期曾被用作仓库，之后做过煤铺、学校、招待所……后虽进行了恢复，却一度再无赏戏人。

“2019年我们接手后，按照历史原貌进行了全面修复。”北方昆曲剧院党总支书记孙明磊介绍，对重张后的正乙祠戏楼，戏迷们青睐有加。今年4月，戏楼推出“重张一周年演出月”活动，“10场演出中的4场，最高票价达到1280元，经常一票难求。”

锣鼓声重又响起，“有戏”的正乙祠戏楼，也不再仅仅有“戏”。开办名家讲座、录制8K纪录片、举办非遗展览……“结合昆曲元



素和场地条件，正在策划推出‘昆曲下午茶’等特色活动。”正乙祠戏楼经理张鹏说，“对接空间资源与创意资源，我们将打造全新的文化消费场景。”

“老旧厂房不能成为被城市遗忘的角落。”北京作为全国第一个减量发展的超大城市，文化赋能转型文创园区，成为很多老工业园的成功之选。位于朝阳区的798艺术区，就是最早尝到甜头的一个。

“目前，园区内有文化艺术类、创意设计类和文化科技类企业400余家。”七星集团副总经理、798艺术区负责人杨进维介绍，先后有百余位国家元首和政要到访，每年举办各类文化艺术活动近4000场，吸引中外游客1000万人次，其中境外游客到访占比达30%。

让文化的生产和消费两端直接对接，培育集“逛、赏、玩、游、购”于一体的文旅消费新业态。杨进维介绍，去年，798艺术区以“修旧如旧”和“给艺术留白”的设计理念进行了大规模改造，步行街区扩大至近10万平方米。“正在举办甲骨文文化节，不仅能帮助游客了解传统文化，也活跃了周边社区的夜经济，活动期间园区夜间客流增长了65.38%。”

“全市七成以上的市级文化产业园区，都是由老旧厂房改造而成。”北京市委宣传部产业处处长邹璐巍说。百年首钢、郎园Station、隆福寺文创园……在北京，越来越多的工业遗产和老商业街区成功转型文化空间，既满足了人们美好生活的新需要，也有效助力了城市更新。

“随着数字技术全面赋能文化产业，推动供给侧和消费端深刻变革，一批文化新业态应运而生。”北京市委宣传部副部长翟德罡介绍，作为全国文化中心和国际科技创新中心，推动文化与科技融合发展，北京具有得天独厚的优势。人工智能、虚拟现实、5G、大数据等新技术的应用，正在为北京的文化产业迭代装上“加速器”。

打造新场景，催生新业态，拉动新消费。数据显示：2023年1至5月，北京全市规模以上文化产业收入合计7665.3亿元，同比增长15.3%，文化产业实现快速增长。

# 新业态助推暑期旅游热 旅企业绩加速修复

来源：证券日报 2023 年 7 月 21 日 记者 殷高峰 贺王娟

旅游“暑期档”持续火爆。高温天气不挡游客出行步伐，暑期研学、影视 IP 等旅游新业态亮点不断，让暑期旅游市场更加丰富多彩。

西安交通大学教授、文化创意产业研究中心研究员黎荔在接受《证券日报》记者采访时表示，2023 年春节以来假日旅游市场的突出表现，增强了行业内外对旅游市场恢复的信心，为全年旅游复苏按下“加速键”。预计 2023 年我国旅游市场将会呈现“稳开高走，持续回暖”的态势。

受旅游市场全面回暖影响，上半年多数旅游餐饮类上市公司业绩普遍扭亏。市场机构认为，从近期 OTA 平台与多家企业公布的数据来看，2023 年暑期旅游热度达历史新高，在暑期带动下，自然景区、酒店、出境游复苏势头有望延续。

## 暑期旅游持续火爆

大唐不夜城每天一如既往的拥挤、《长恨歌》演出一票难求、兵马俑景区内人头攒动、大雁塔地铁站不定时限流……

“没有淡季，只有旺季和旺旺季。”西安当地一位旅游从业人士告诉《证券日报》记者，暑期以来西安每天都是人山人海的状态，尤其是西安城区的各个景点，游客更是络绎不绝，叠加近期国产动漫《长安三万里》的火爆，让西安旅游更是火上加火。

美团数据显示，自7月8日《长安三万里》上映以来，西安当地各类业务数据亮眼。饮食方面，省外游客到店餐饮堂食订单量同比增长387%。住宿方面，酒店和民宿订单量同比增长339%。门票方面，省外游客的旅游订单量同比增长超28倍。其中，人文古迹、展览馆和动物园的订单量分列前三。

《长安三万里》带火西安旅游并非偶然，在业内人士看来，近年来，西安全力打造世界文化之都和世界旅游时尚之都，创造了一批火爆全网的标杆文旅项目，不断创新消费载体，有力拉动了区域内的住宿、交通、餐饮等多业态增长。

事实上，不仅仅是西安，全国大多数知名旅游城市都呈火爆态势。近日，《证券日报》记者在无锡观察到，夜间十点的旅游街区，游客仍络绎不绝，江面上船只来来往往，热闹非凡。而北京地区热门景区也是一票难求，记者查阅故宫售票平台发现，近一周的门票已被预约满。

去哪儿数据显示，6月23日后，暑期（7月1日-8月31日）机票预订量进入快速增长期，7月份首周为首个预订高峰，此后每周预订量都维持在较高水平。

### **上市旅企业绩改善**

旅游市场持续回暖，助力旅游餐饮上市公司业绩改善。同花顺iFinD数据显示，截至7月20日，已有27家旅游餐饮上市公司披露2023年半年度业绩预告，其中大多数业绩扭亏及减亏，预增最多的是金陵饭店，预计上半年实现归母净利润3100万元左右，同

比上升 910.69%。

对于业绩预增的原因，金陵饭店表示，受商务出行及休闲旅游需求迅速释放，公司抢抓商旅市场回暖、酒店行业复苏的机遇，加大经营创新力度，推动业绩快速增长。

同样受益于旅游市场持续回暖，曲江文旅旗下大唐芙蓉园、海洋极地公园及酒店餐饮、体育赛事业务收入同比大幅增长。而中科云网受益于餐饮团膳项目及游戏产品陆续上线发行，公司预计上半年营收同比大增，最高实现 1.2 亿元。

值得一提的是，随着旅游市场持续火爆，上市公司纷纷看好旅游市场未来表现。

曲江文旅相关人士告诉《证券日报》记者，面对持续火热的暑期旅游旺季，公司推出了“悦动盛夏·出彩长安”暑期主题系列活动，融合盛唐文化和生态人文，打造沉浸式旅游体验，并重磅推出两大主题精品路线，以“路线”引导“核心度假目的地”+“夜游曲江”的新玩法，深度融合城市文化和旅游。

黎荔认为，近年来旅游市场发生了很大变化，人们的出行需求潜力仍然巨大，对产业新业态的渴望十分迫切。随着文旅行业强势复苏，旅游景区、酒店、旅行社等如何充分挖掘现代旅游需求，在旅游产品、旅游品牌、新业态等方面进行创新，是旅游行业面临的挑战。

（编辑 杨珠峰）