

文化产业信息动态

2023年 第25期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年8月22日

目 录

1. 体旅融合有活力 暑期旅游“动”起来
2. “在观众和历史间搭一座桥”

体旅融合有活力 暑期旅游“动”起来

来源：中国旅游报 2023年8月21日 王洋

第31届世界大学生夏季运动会印证了成都“不止烟火”；中国环塔（国际）拉力赛为新疆“再添一把火”；第八届崇礼50公里国际山地越野赛让冬奥举办地继续发光发热……今年以来，全国旅游市场复苏势头强劲，旅游人次与收入齐升，其中，体育与旅游的深度融合，不仅营造了活力动感的旅游目的地氛围，更实实在在拉动了旅游消费。

赛事牵引 引燃热情

在四川成都，东安湖体育公园旁的天府绿道上，市民或骑行或奔跑，尽享运动乐趣；城市街道两侧绿植花卉生机勃勃，各类艺术雕塑令人耳目一新；不少游客在街巷中流连，开启“看大运 耍成都”之旅……7月28日开幕的第31届世界大学生夏季运动会让成都成为世界的焦点。

成都以赛事举办为契机，充分展示了蓉城的发展活力。赛事相关负责人介绍：“大运会期间，成都推出了11条城市文化体验观光线路，提升了这座旅游名城的国际知名度和美誉度。”

“这两周，店里一天最多接待了80位外国客人，都是来参加大运会的。”随着大运会的举办，成都音乐川式烤肉店迎来了暑期客流高峰，店主黄长建直言，“小店现在生意太好了，为了更好服务各地游客，我们临时把营业时间延长到了凌晨两点半。”

美团、大众点评数据显示，得益于国内观众和国外友人的消费热情，大运会开幕后的一周，成都旅游订单量同比增长近 140%，重庆、西安、北京为订单量排名前三的外省城市。此外，成都餐饮堂食订单量同比增长超 150%，其中，异地订单量增长超 500%，休闲娱乐订单量同比增长超 250%。

今年暑期，除成都外，多地举办了丰富多样的体育赛事，吸引国内外运动员、观众，让人们在参赛、观赛过程中，领略风光，感受文化。

8月6日至10日，2023中国台协杯（华清宫·长恨歌）全国斯诺克团体锦标赛在西安举办。比赛期间，主办方同步举办首届斯诺克嘉年华主题活动，以“跟着赛事去旅游”为主题，围绕好吃、好玩、好看、好逛四大体验点，设置文旅体品牌、趣味集市等板块，为员工及观众打造全新消费场景，以知名赛事赋能体旅融合。

高山滑雪、山林徒步、野外探险……得天独厚的气候和户外运动资源，让甘肃平凉成为全国体育爱好者的向往之地。7月29日开赛的甘肃省青少年足球（乙组）锦标赛，点燃了平凉市民游客的激情，也吸引了外界的广泛关注。

中国网球公开赛、杭州第19届亚运会……接下来，一系列重大赛事还将陆续登场。北京、杭州等地将依托体育赛事的影响力，继续推动体育与旅游深度融合，展示本地旅游资源，丰富赛事旅游体验。

融合发展 丰富供给

为满足游客的多元需求，各地积极探索“体育+旅游”发展模式，进一步推进体旅深度融合，丰富体育旅游产品，激发市场活力，提振文旅消费。

“双奥之城”已成为北京的一张亮丽名片。北京市体育局副局长孟强华日前在北京培育建设国际消费中心城市两周年新闻发布会上表示，体育消费已逐渐成为北京居民消费的重要组成部分。据介绍，冬奥会后，北京全市冬奥场馆成为市民游客感受冬奥文化、体验运动休闲的打卡地，国家体育场、国家体育馆、国家速滑馆和国家游泳中心四馆联动，助推冬奥场馆四季运营整体效益提升。北京全市1800平方米以上的标准冰面数量达到45块，服务配套设施不断完善。两年来，北京持续举办“市民快乐冰雪季”活动，参与冰雪运动人数达到2220余万人次；组织发布北京冰雪消费地图，推动冰雪消费提质升级。

今年暑期，贵州“村超”“村BA”火爆全网，“村味”十足的体育赛事品牌效应逐渐显现，成为助推贵州旅游复苏的一股新势力。据介绍，榕江县借助“村超”这一品牌，带动县城及周边的餐饮、住宿、旅游等行业的发展，全力打造“超好吃”“超好玩”“超好住”等“超品牌”，推动地方特色产业发展，带动当地群众增收致富。相关统计数据显示，5月以来，上百万人次到榕江现场观战，超5000万人次在线围观。截至7月20日，榕江累计接待游客250.67万人次，实现旅游综合收入28.39亿元。

炎炎暑期，气温宜人的黑龙江吸引很多游客一路向北。近日，

在哈尔滨玉泉国际狩猎场举行的第七届自驾露营大会和首届亲子露营大会上，不少外地游客乐享骑行、徒步。

“享受闲暇时光就是旅游的意义，希望通过自驾、露营等形式，让更多人走出城市，与亲朋好友共同感受运动和休闲的乐趣，享受自然风光，领略大美龙江。”黑龙江省旅游协会体育旅游分会会长于洋说。

在北京体育大学体育休闲与旅游学院副院长蒋依依看来，近年来，从“旅游+”到“+旅游”的变化趋势明显，特别是体育等产业主动与旅游业联动合作，形成产业融合发展新局面，迸发新动能。

政策保障 释放潜能

今年以来，从中央到地方纷纷出台相关政策措施，促进体育与旅游融合发展，释放消费潜力。

7月，国家体育总局办公厅发布《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》，明确提出鼓励和引导各地因地制宜，推动“村BA”“村超”“村排”等群众身边的“三大球”赛事活动广泛安全开展。加快建设京张体育文化旅游带，推动冬奥场馆赛后利用，鼓励承办冰雪赛事活动，提高场馆利用率，实现冬奥3个赛区场馆资源联动，释放冰雪消费潜力。

云南省体育局、云南省文化和旅游厅日前发布《云南省体育和旅游高质量融合发展三年行动计划（2023—2025年）》，力争到2025年，全省培育不少于100个体育旅游精品项目，户外运动及相关经营主体超过6000家，参与体育旅游人数约占旅游总人数的5%。

北京市延庆区区长叶大华介绍，延庆区正在研究出台推进《京张体育文化旅游带建设规划》实施三年行动计划，与张家口共建京张奥运场馆联盟，编制京张区域品牌赛事目录，依托冬奥遗产资源，深入推进体育、文化和旅游多产业融合发展，为京张体育文化旅游带建设注入新活力。

对于如何做大做强体育旅游市场，蒋依依建议，体育旅游要主动融入新发展格局，以年轻群体、女性群体、老年群体作为体育旅游的重点消费人群，拉动需求的增长；以“体育+”模式为重点，促进供给侧结构性改革。此外，要以“一带一路”地区为主要客源地，以冰雪旅游为吸引物，实现入境旅游的市场扩展与产品升级。

“在观众和历史间搭一座桥”

来源：人民日报 2023年8月16日 尹婕

文化和旅游部、教育部、共青团中央、全国妇联、中国关工委近日联合印发《用好红色资源 培育时代新人 红色旅游助推铸魂育人行动计划（2023—2025年）》，将力争利用三年时间，针对青少年打造百堂红色研学精品课程，推出千条红色旅游研学线路，开展万场红色旅游宣讲活动，覆盖全国上亿大中小学师生。

近年来，红色旅游已成为人们尤其是青少年感悟红色精神、厚植爱国情怀的重要社会课堂。在各红色旅游点从事讲解工作的讲解员们努力当好红色故事的讲述者、红色文化的传播者、红色精神的诠释者。截至目前，文化和旅游部共选拔出306名全国红色旅游五好讲解员。这些政治思想好、知识储备好、讲解服务好、示范带头好、社会影响好的讲解员，将为各地红色旅游高质量发展、助推铸魂育人贡献力量。本报记者采访了其中5位讲解员，听她们讲述与红色旅游相关的故事。

“这是用生命和鲜血浇铸的民族精神，历史需要有人去讲述”

2000年9月，田悦慧师范毕业后经过层层考核被选聘到山西八路军太行纪念馆工作。住的是屋顶只裱糊着一层黄麻纸的土房子，吃的水需到500米外用桶提回来。这都不算什么，难的是，面对着一张张发黄的照片和一件件破旧的革命文物，如何和它们进行穿越时空的对话？田悦慧感到无助、苦恼，一度萌生了要离开纪念馆的

念头。

一群特殊来客彻底改变了田悦慧的想法。那是一批白发苍苍、步履蹒跚，却风骨依旧、不失血性的老八路，他们来自不同的地方，却在参观过程中反复问着相同的问题：“孩子，你看，这个地方我去过，这场战斗我打过，这是我的首长，那是我的战友……他们早早地牺牲了，而我还活着！你说，再过几年、几十年，还有人记得他们吗？”田悦慧一时语塞。“老八路浸满泪水的眼睛满含期待，分明是要告诉我：这是用生命和鲜血浇铸的民族精神，历史需要有人去讲述！”

“上至七八十岁的老人，下至小学生，为什么都愿意来馆里参观，来接受红色教育、了解党的历史？我在讲解员岗位上找到了答案”

位于韶关市仁化县城口镇锦江河畔、正龙街对岸的红军长征粤北纪念馆，是广东省内唯一一个以纪念红军长征为主题的纪念馆。红军长征途经粤北并停留 21 天，在这里撒下的革命种子、流传的英雄事迹，成为这片红色热土永恒的精神财富。如今，人们来到红军长征粤北纪念馆回望那段光辉历史，传承和弘扬长征精神。

“讲得真好，谢谢你把这段历史讲给我们听。”对于谭慧娴而言，这是对她讲解工作的最高褒奖。来纪念馆参观的观众各年龄段都有，“上至七八十岁的老人，下至小学生，为什么都愿意来馆里参观，来接受红色教育、了解党的历史？我在讲解员岗位上找到了答案”。谭慧娴介绍，每当讲到红军长征的艰难历程，爬雪山、过

草地，“红军由长征出发时的八万多人锐减至三万多人……”“中国共产党人和红军将士用生命和热血铸就了伟大的长征精神……”时，总会有观众眼泛泪花，频频点头。“铭记革命先辈们的丰功伟绩，珍惜现在来之不易的幸福生活，每一位参观者离开纪念馆时，都会更加坚定这一想法吧。”

“我们讲的不是一个个简单的故事，而是一种精神，一个信仰，一份深藏于中国人心中的红色情怀”

穿上军装是徐怡从小的梦想。她尚在襁褓中时，曾被军医救过命。成长过程中，她始终忘不了那一抹橄榄绿，也曾立志报考军校，却未能如愿。大学毕业后，她来到浙江省台州市椒江区解放一江山岛烈士陵园工作，终于穿上军装。“对我而言，这也是圆梦。”徐怡说。

随着对那段历史了解的深入，徐怡常常在思考：到底是什么让即将退伍的老兵毅然决然地奔赴一江山岛？到底是什么让吕有库烈士在腹部受伤、大量失血的情况下坚持作战6分钟？到底是什么让90多岁的“烈士营长”陈士勤老人每天来陵园看望战友？“我们讲的不是一个个简单的故事，而是一种精神，一个信仰，一份深藏于中国人心中的红色情怀。”徐怡说，“讲解员要在观众和历史间搭一座桥，让观众走进历史，认识英雄，感悟精神。”

“讲解员相当于半个历史老师，既要尊重史实，也要讲出红色故事中蕴含的红色精神”

“讲解党史、新中国史、红色故事等是我工作的主要内容。我

想，讲解员相当于半个历史老师，既要尊重史实，也要讲出红色故事中蕴含的红色精神。”内蒙古民族解放纪念馆讲解员李思宇以此标准要求自己。向青少年讲好红色故事，成为她重要的工作内容。李思宇和同事们一起，与兴安盟关心下一代工作委员会座谈，拟定兴安盟中小学生学习课程开发和未来合作发展规划的相关内容，组织开展“追忆伟人事迹 共述少年之声”内蒙古民族解放纪念馆小小讲解员红色主题研学活动，让更多青少年牢记历史，学习革命先烈事迹，追寻红色足迹，传承红色精神。

入选五好讲解员后，李思宇对自己有了更高的要求，要和同事们一道用心用情用力讲好红色故事，让人们更好地体验红色之旅、了解红色历史、感悟红色精神，让内蒙古民族解放纪念馆成为常学常新的社会课堂。

“红色故事不会过时，但讲好红色故事的方法需要与时俱进”

“和过去相比，我们的舞台更加广阔。”上海宋庆龄故居纪念馆讲解员杭垚自豪地说，“除了所在场馆，我们还可以在大中小学、街道社区、企事业单位等以及主流媒体、‘两微一抖’等新媒体平台上讲述红色故事，传承革命纪念地承载的红色基因。”做讲解员已有8年，杭垚深切地感受到，如今，红色场馆讲解员不仅是一份受人尊重的职业，也是一份令人向往的职业。“这与人民对美好生活的向往以及文博行业的蓬勃发展密不可分。”

杭垚至今记得初入行时，一位观众对她说：“小姑娘，你的年纪不大。如果你对上海多了解一些，再多一些人生经历，一定会讲

得更好。”“每一次都讲得更好”成了杭垚的目标。随身携带记事本，随手记下心得感想；梳理故居的红色资源，提炼出更多打动人、感染人、激励人的红色故事；用更富创意的讲述方式，打开故居里的红色记忆；用好网络资源，制作出接地气、易传播、群众爱听爱看的优质短视频和观众爱来、同行点赞的教育活动……“红色故事不会过时，但讲好红色故事的方法需要与时俱进。”杭垚坚信这一点。听了她的讲解，有观众说“宋庆龄不再是书本上的名字，她是一个鲜活的人”。

“讲解员这份工作，入门很简单，只要把讲解词背熟，准确传达给观众即可。但要做得出色，并不是一件容易的事情。”谭慧娴给自己提出了“沉得住、写得出、讲得好”的要求：沉下心，研究讲解内容，挖掘历史背后的故事；能将自己掌握的故事，重新总结梳理，转化成文字，更好地传达出来；针对不同观众，因人施讲、按需施讲，准确无误地呈现每一个红色故事，引起观众共鸣。

（编辑 杨珠峰）