

文化产业信息动态

2024 年 第 25 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 10 月 12 日

目 录

1. 唱响新时代大运河之歌
2. 用文旅活动聚人气 把硬核工业城市变“柔和”
3. 国庆假期国内出游 7.65 亿人次

创新唱响新时代大运河之歌

来源：光明日报 2024 年 10 月 11 日 作者 郑民德

刚刚结束的国庆假期，大运河各段人气高涨、热闹非凡。在大运河杭州段，拱宸桥码头乘船处经常排起长队，据统计，一天要接待约 6000 名游客登船。在北京通州，大运河博物馆持续火爆，进入“运河之舟”展厅参观的观众络绎不绝。

2014 年 6 月 22 日，中国大运河在第 38 届世界遗产大会上被正式列入《世界遗产名录》，成为中国第 46 个世界遗产项目。今年，恰逢大运河申遗成功 10 周年。10 年来，在以习近平同志为核心的党中央引领推动下，大运河保护传承利用不断取得新进展，千年大运河焕发蓬勃生机。站在新的起点上，我们要让这条经济之河、民生之河、生态之河、文化之河绽放更璀璨光芒，造福更多百姓。

持续挖掘大运河文化遗产多重价值，推进大运河文化带、大运河国家文化公园建设。大运河绵延近 3200 公里，贯穿海河、黄河、淮河、长江、钱塘江五大水系，其开凿历史之久、分布地域之广、工程规模之大举世罕见。大运河是中华文化传播的鲜明符号和重要载体。在 2500 余年的发展演变中，大运河留下了不计其数的物质和非物质文化遗产，其中入选《世界遗产名录》的就有 27 段河道、58 个遗产点，涵盖水工设施、古建筑、历史街区、仓储等方面，充分体现了中国古代水工科技与建筑艺术的高超水平。大运河沿线集聚的音乐、舞蹈、戏剧、体育、武术、饮食、医药、民俗等非物质

文化遗产更是不胜枚举，仅国家级非物质文化遗产就达 450 多项，足见大运河文化之深厚与丰富。

作为流动的活态遗产廊道，大运河文化遗产所蕴含的历史、人文、生态、艺术价值弥足珍贵。保护好、传承好大运河文化遗产，要求我们持续通过考古挖掘、文物展示、文旅融合、产业升级等方式，将大运河文化遗产连点成线，全方位、多角度、深层次展现大运河文化的多重价值，将其融入沿线地区乡村振兴、名城名镇保护中，持续推进大运河国家文化公园建设，让大运河成为高质量的文化廊道、高水平的旅游廊道、高颜值的生态廊道。

运河沿线各地要注重突出特色、发挥优势、彰显亮点，打造特点鲜明的运河文化品牌。减少同质化与重复性建设，充分利用大运河活态文化遗产优势，讲好运河故事，提升文旅融合水平，构建精品旅游线路。比如，山东省积极打造“鲁风运河”文化品牌，强化运河文化与黄河文化、儒家文化、泰山文化、红色文化的融合发展，沿线德州、聊城、泰安、济宁、枣庄等地因地制宜，形成了各具特色的子品牌。如聊城境内河湖交错、水道纵横，因此提出并打造“江北水城，两河明珠”的城市文旅品牌。

让千年运河绽放时代光彩，离不开沿线地区的协力托举。要进一步摸清大运河文化遗产家底，加快建设大运河文化遗产管理平台与资源数据库，根据文化遗产特征制定并完善有针对性的保护举措。运河沿线各地要加强人才培养、技术交流、科技创新等方面交流与合作，形成大运河文化遗产保护传承利用合力。在此过程中，还需善用科技力量，充分利用云计算、大数据等信息技术，通过沉

浸式博物馆、智慧图书馆、多媒体互动体验馆建设与运营，让更多人了解运河、热爱运河，进而加入保护运河的行列中。

大运河文化是中华优秀传统文化的重要组成部分。努力提升大运河的教育功能，是“把大运河这篇文章做好”的题中应有之义。大运河文化积淀深厚，涉及诸多领域，为人文教育提供了生动素材。未来，要进一步加强对大运河文化的理论研究，持续加强大运河文化多重价值的挖掘与阐释，创新多种方式推动运河文化进学校进课堂。推动打造大运河文化教育基地与资源库，推动运河遗产教育体系构建，为提升运河文化育人功能提供有力支撑。

（作者：郑民德，系山东省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、聊城大学运河学研究院教授）

用文旅活动聚人气 把硬核工业城市变“柔和”

来源：人民网 2024年10月10日 记者 韩雨亭

“今年国庆的活动多，既积极正向，又潮流时尚。”河北唐山市民马先生称，他在唐山一所中学任教，原计划国庆期间携全家到外地旅游，但妻子说本地文旅活动就很丰富，何必舍近求远呢？国庆期间，唐山通过举办升旗仪式、交响音乐会、电竞、文创市集和体育赛事，把七天假期填得满满当当，吸引了很多本地市民和外地游客。

“我一些亲戚也都不外出了，我儿子都说看什么路人王篮球争霸赛。”马先生称，他此前根本不知道这个体育赛事，直到上网才知晓它是国内深受年轻人喜欢的街头篮球运动，有很多外地人为此专程到唐山来观赛和旅游。

他印象中，唐山并不是旅游城市，近两年却悄然改变，许多曾被当地人“漠视”的景区似乎一夜走红，忽然在节假日期间涌进来许多外地游客。

马先生发现，此前唐山的商场、超市和餐厅多以本地居民消费为主，现在随处可见外地游客。

“这可能和唐山不断举办活动、演唱会和赛事有关系。”马先生说，近年来，唐山通过持续举办文旅活动为城市“引流”、聚人气，经过社交媒体的传播，让唐山有机会被重新看见。

“以活动造势和聚人”

10月1日，河北唐山，清晨，阳光洒满全城，许多唐山市民早早起床，结伴而行，扶老携幼，步伐急促，奔向唐山南湖·开滦旅游景区（以下简称：南湖景区）的丹凤朝阳广场，准备参加在这里举行的升国旗仪式。

这时广场早已人潮汹涌，许多人身着红色服装，贴着国旗贴，不停用手机拍照留念，还有游客全程直播，记录下自己参与升旗的神圣时刻。

早晨 7:30，升国旗仪式正式开始，国旗护卫队队员步伐铿锵有力，英姿勃发，全场肃然而立。

在庄严嘹亮的国歌声中，五星红旗冉冉升起，现场所有人齐声高唱国歌；当《歌唱祖国》旋律响起时，现场所有人更是纷纷挥动着手中红旗，和声高唱，场面动人。

“我有一种热血往上涌的感动，差点流泪了。”唐山一位市民对澎湃新闻称，这场活动让他找到了“久违的感动”。

“我们希望通过升国旗仪式，能给所有参与者带去正向的情绪价值。”唐山文旅集团一位管理人员称。

今年7月1日起，唐山文旅集团主要领导决定在旗下的南湖景区举行升旗仪式，此后作为常态化活动，每到国家重大节庆日举行升国旗仪式。截至目前，该集团已在南湖景区组织了三场升旗仪式，一场比一场人气更旺。

“前两场升国旗仪式，通常每场参与者有几千人，今年约有2.2万市民前来参加升旗仪式。”上述管理者称，今年由于正处国庆，原以为当地市民大多外出旅游，报名预约和参加者寥寥，未承

想消息一经公布，很快获得 8000 多位市民报名参加。

这说明升国旗仪式已获得唐山市民的肯定，不少年轻市民参加完仪式后，纷纷在社交平台发布短视频，表达自己的激动之情。

当天，在完成升国旗仪式后，随即举办交响音乐会、《中华之美》大型无人机秀和光影水舞秀，同样是爱国主义主题，让游客形成了情感共鸣。

“我们举办的活动必须是积极，明媚和阳光的。”上述管理者称，虽然南湖景区升国旗仪式是民间自发行为，但它也是唐山的爱国主义教育平台。

南湖景区系唐山城市公共形象的重要展示平台，这里曾是污水横流的采煤垃圾区，经过多年的改造，才成为今天面积达 30 平方公里的 5A 级生态公园。

南湖景区是唐山从工业文明迈向生态文明的见证。故此唐山历届党委政府的主要领导，都给予南湖景区极高的关注，这里也成为唐山许多重大活动的举办场所。

“我们想用优秀的传统和精神价值作为底色，以活动造势和聚人，提高文旅的市场活力。”上述管理者称，无论举办任何形式的活动，其背后也离不开“引流”的逻辑。

据唐山文旅集团的总体布局，国庆期间，旗下所有景区均进行全新布置，举办丰富多彩时代感、文化性和竞赛性的文旅活动，以此吸引市民和游客的到来。

“唐山变得陌生了”

为提升地方形象，活跃文旅经济，全国各个城市都投入力量

举办文旅活动，期待实现社会效益和经济效益的双丰收。

如何把文旅活动办出实效，以市场为导向，面向游客，最终精准地实现“引流”，并在文旅竞争中脱颖而出，这已经成为很多文旅部门头疼的问题。

“这么近，那么美，周末到河北”是河北省文化和旅游厅等多部门为适应周末短途游蓬勃发展的新趋势，于2019年5月19日“中国旅游日”启动的一项品牌宣传活动。

因地处京津冀的城市群，唐山如何作为呢？

“我们希望通过形式多样的活动，为游客提供情绪价值。”上述管理人员称，以唐山文旅集团旗下的景区为例，通常都是以国家重大节假日作为切入点，举办高品质的文化活动和体育赛事，达到实现“引流”效果。

截至目前，在唐山文旅集团举办的活动里，影响力最大的是今年春节期间举办的南湖新春灯会，它让唐山在全国众多举办灯会的优秀城市中脱颖而出，入选全国十大热门新春灯会庙会之首，一举改变了唐山此前的刻板的城市形象。

为延续南湖新春灯会的热度和影响力，今年“五一”前夕，唐山文旅集团邀请了业界资深导演、舞美灯光设计师、编舞师和优秀演员为唐山量身打造的一场名为“一路生花 绽放唐山”的大型户外实景秀。

这场户外实景秀以唐山历史文化遗产和百年工业根基为底，结合最前沿的舞台视听技术，超大曲面屏幕、机械化舞台和赛博朋克式场景，为观众叙述完全不同的唐山，表达了一座城市的荣耀与

骄傲。

“如何把主旋律和年轻观众口味相结合，让大家在欣赏艺术之际，还能深层次感受唐山的历史和文化。”总导演陈晟对澎湃新闻称，此次实景秀由三个章节组成，每个章节都有相应的叙事诉求，“钢铁之城”反映唐山城市和工业历史；“百鸟朝凤”表达传统文化的守正创新；“硬核绽放”则体现新时代的唐山。

为达到演出效果，这场实景秀动用近 500 名演职人员，其中演员达到 350 人，如此体量的演出排练，通常提前半年，但这次从排练到进场，唐山仅用不到一个月时间。

“我们要用视觉冲击俘获观众。”陈晟称。

这场大型户外实景秀再度走红，对看演出的观众形成了视觉冲击。

“这场演出交织着传统和现代、科技和未来的色彩。”天津游客张丽对澎湃新闻称。

最让她难忘的一幕是演出尾声前夕，她不远处的巨型曲面屏幕，突然出现两只手，一只手沾满泥土，表达唐山老一辈工人阶级的辛勤建设；一只手白皙干净，象征现代年轻人用科技实现城市转型。

“我突然感受到了唐山这座城市走来的艰难和不易，却又充满了一种力量。”张丽称，全场演出下来惊艳处有很多，最让她感受热血是结尾，五星红旗点燃全场，在数百名年轻表演者打击和呐喊声中，全场观众一起喊出“中国，中国！唐山，唐山！”。

“这也是我们想表达向上、乐观的青春力量。”唐山文旅集

团一位管理人员称。

他认为，近年来唐山所有文旅活动只有一个目标——把一个客观真实的城市形象传播出去，让市民对本地文化的自信，也让外地游客了解唐山文化和魅力。

此前，唐山作为工业城市刻板印象已然形成，但近年来通过举办南湖新春灯会、大型户外实景秀、升旗仪式，包括今年国庆期间举办的路人王篮球比赛、得物潮流节，均获得良好的社会反响。

事后证明，这些文旅活动正在进一步改变唐山的城市形象，曾有网友称“唐山变得陌生了”。

“这座工业城市变得柔和了起来”

近年来，唐山着力优化旅游产业结构，不断延伸文旅新空间，为游客构建更多的“诗和远方”，已经在京津冀城市群的文旅格局中，占据了一席之地。

“唐山这座工业城市变得柔和了起来。”天津游客张丽称，她此前一直以为唐山是一座冷冰冰的工业城市，不太宜居，但来过几次以后，她发现这里开始变得时尚了起来。

她偶然一次去了培仁文化街区的城市书房，她一走进去，看见里面坐的全部都是年轻人，他们在书架和台灯下喝咖啡，读书，有人一泡就是一天。

“我认为这样的环境不仅能留住当地的年轻人，也能吸引外地的游客。”张丽称。

据统计，今年国庆期间，唐山吸引了 800 多万旅游人次，同比增长了 30%以上。

“在节假日，必须拥有关键节点活动来带动景区客流，让游客有前来参观的欲望。”唐山文旅集团一位管理人员称。

经过多次举办文旅活动，唐山文旅集团的团队也已熟练掌握了各类活动“引流”法则。南湖新春灯会是一个流量变现的成功案例，该灯会成为吸引客流的线下体验场景，互联网在传播上扮演主导力量，经社交媒体和短视频平台的传播和扩散，最终网络流量转化为现实客流。

上述管理人员认为，无论是以演唱会、灯会、音乐节，抑或其他具有文化价值的活动形式，只要能为城市 IP 赋能和吸引人流，一切都只是手段。

从南湖新春灯会起，南湖景区已初步对京津冀的客流产生吸附力，并形成以南湖开滦旅游景区为核心，联动周边唐山新体育中心、清东陵、青山关、唐山花海和山里各庄等文体格局。

“游客到了唐山，不可能只到南湖，我们也希望加强旗下景区之间的联动，争取把人流带起来。”上述管理人员称。

据唐山文旅集团景区事业部不完全统计，今年国庆假期，该集团旗下南湖景区、皮影乐园、清东陵、山里各庄、花海、动物园、青山关、培仁街区、大城山运动之山和唐山新体育中心，总共接待游客 200 多万人次。

唐山市文化广电和旅游局党组书记刘金柱此前在接受澎湃新闻新闻采访时认为，客流的到来，势必对当地住宿、餐饮、交通、娱乐和购物带来了积极影响。

从春节至国庆期间，唐山旅游市场已经出现“求大于供”现

象。

国庆假期前一周，南湖景区周边的高级酒店全部订完，经济型和快捷酒店也已满房，乃至庞大客流带动了景区和附近的消费业态。足见，举办文旅活动已经给当地带来肉眼可见的社会和经济效益。

“我听一家烧烤店老板说，他每天从中午到晚上都没时间休息，几乎全天在营业，每天有钱赚，乐坏了。”南湖景区一位工作人员称。

国庆假期国内出游 7.65 亿人次

来源：中国青年报 2024 年 10 月 9 日

文化和旅游部昨日发布数据显示，2024 年国庆假期，全国文化和旅游市场平稳有序。经文化和旅游部数据中心测算，假日 7 天，全国国内出游 7.65 亿人次，按可比口径同比增长 5.9%，较 2019 年同期增长 10.2%；国内游客出游总花费 7008.17 亿元，按可比口径同比增长 6.3%，较 2019 年同期增长 7.9%。

另据国家移民管理局消息，今年国庆假期全国边检机关共计保障 1309.8 万人次中外人员出入境，日均 187.1 万人次，同比增长 25.8%，单日出入境通关最高峰出现在 10 月 5 日，达 203.5 万人次。

全国营业性演出 票房收入 22.09 亿元

假期中，爱国氛围叠加出游热情，参与红色旅游成为广大游客欢度国庆的热门方式。各地围绕庆祝农民丰收、欢度国庆等主题开展 1000 余项“乡村创意生活季”系列活动，带动乡村旅游订单大幅增长。携程数据显示，一大批年轻人爱上“奔县游”，县域旅游日均订单同比增长 40%。各地加大保障力度，增加值守力量、采取分流措施，提升旅游高峰期管理效率和游客体验，努力让游客游得放心、安心、舒心。多地政府机关“敞开门，迎游人”，开放具备条件的机关企事业单位食堂、停车场，缓解节假日就餐和停车压力，广受游客好评。

“跟着演出去旅行”有力激发消费新动能。据测算，假日期间全国营业性演出 4.43 万场次，同比增长 14.5%；票房收入 22.09 亿元，同比增长 25.9%；观众 1169.7 万人次，同比增长 13.3%。假日期间，纳入监测的国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量达 9686.23 万人次，按可比口径每夜较 2023 年增长 25.4%。

据飞猪平台监测，国庆假期，汉服旅拍、非遗文化体验、历史名胜深度游览等文化主题游备受消费者喜爱。文博场馆持续火爆，多地开展延时服务，推出夜游项目。全国举办非遗传承实践相关活动近 3900 场，逛非遗集市、看非遗演出、品非遗味道越来越成为年轻人假期新选择。

逾 121.6 万人次内地游客入境香港

香港特区政府入境事务处数据显示，10 月 1 日至 7 日国庆黄金周期间，约有 646.6 万人次经各海、陆、空管制站进出香港。其中内地游客赴港共计逾 121.6 万人次，相比去年黄金周，增加了约 10 万。

其中，国庆首日内地游客入境最多，有约 22.1 万人次，与去年同日约 17.7 万人次相比有显著提升。香港旅游业议会总干事杨淑芬表示，国庆期间，香港迎来超过 1100 个旅行团，其中过夜旅客比例增至七成，2023 年同期仅有约一半旅客留港过夜。

国庆长假期间，香港旅游及消费市场活跃，包括山顶缆车、西九文化区、昂坪 360、海洋公园及香港迪士尼乐园度假区在内的多个景点人头攒动。打卡地标、参观文化艺术展览、CityWalk（城市漫步）更成为不少内地游客赴港游的“新标配”。

香港特区立法会旅游界议员姚柏良表示,得益于中央系列惠港措施,国庆长假期间整体消费气氛明显好转,内地游客入境数据达到了业界预测的上限。期望政府和业界通过高层次的跨部门协作,吸引更多旅客过夜,落实特区政府推广的“无处不旅游”。

香港中国旅行社总经理陈瑞东对记者说,随着旅游模式的转变,期待政府协助业界打造更丰富的深度式和体验式旅游产品,吸引更多旅客过夜。同时希望加强对香港其他旅游资源如西贡、沙头角等地的宣传力度,分散过度集中的旅客,发掘旅游市场更多潜力。

1309.8 万人次出入境 全国口岸通关安全高效畅通

记者昨日从国家移民管理局获悉,今年国庆假期全国边检机关共计保障 1309.8 万人次中外人员出入境,日均 187.1 万人次,同比增长 25.8%,单日出入境通关最高峰出现在 10 月 5 日,达 203.5 万人次。

其中,内地居民出入境 758.9 万人次,同比增长 33.2%;港澳台居民 449.4 万人次,同比增长 13.2%;外国人 101.4 万人次,同比增长 37.2%。共计查验出入境交通运输工具 57.4 万架(艘、列、辆)次,同比增长 32.6%。

国庆期间,全国口岸通关安全高效畅通。按照国家移民管理局统一部署,全国边检机关科学预测发布本口岸出入境客流情况,提示引导广大出入境人员合理安排行程、错峰出行;密切关注口岸流量变化,科学组织勤务,加大警力投入,开足查验通道,确保中外旅客出入境高效顺畅;加强多部门协作联动,周密安排高峰期客流疏导和交通配套综合保障,稳妥应对极端天气对出入境通关的影

响，及时疏导瞬时客流高峰。

全国揽投快递包裹近 63 亿件

国家邮政局监测数据显示，国庆假期全国邮政快递业揽收快递包裹 31.61 亿件，日均揽收量与 2023 年国庆假期相比增长 28.4%；投递快递包裹 31.2 亿件，日均投递量与 2023 年国庆假期相比增长 26.7%。

今年国庆假期，全国各地群众出游需求旺盛，各种消费模式、消费场景创新延展。邮政快递业抓住发展机遇，立足市场和消费需求，积极向文旅产业融合延伸，丰富服务内容，为游客出行提供景区直送、行李代收等定制化服务，有效提升了旅行体验，激发了消费潜能。

在云南，针对旅游热点地区的寄递场景和需求，快递企业合理优化资源配置，延长服务时长，全力保障景区寄递服务的及时便捷。同时，快递企业还对文旅场景的快递小哥开展培训宣导，进一步规范操作，确保揽收速度和寄递安全。

在山西，历史古建筑和传统非遗文化成假期文旅新热点，各类文创产品备受追捧。快递企业牵手当地文旅企业，提供仓储、分拣、打包、派送的全流程服务，助力文创产品快速送达全国各地。

相关

“中国游”升温显示中国吸引力和开放姿态

外交部发言人毛宁昨日表示，“中国游”的升温，显示了中国的吸引力和开放姿态。欢迎更多外国朋友来华旅行，欣赏美丽山河，感知魅力中国。

当日例行记者会上，有记者问：多家旅游平台数据显示，十一假期，入境游订单量同比增长六成左右，许多城市成为外国游客的热门目的地。我们也注意到，近期外交部等相关部门持续出台外国人入境便利化措施。发言人有何进一步评论？

毛宁表示，“中国游”的升温，显示了中国的吸引力和开放姿态。中国已同 24 个国家实现全面互免签证，对 16 个国家实行免签入境政策，对 54 个国家实行 72 小时或 144 小时过境免签，外国游客来华流程不断简化，在华体验不断优化。

“据我了解，北京推出了《境外初次来京人员城市服务指南》，系统提供各类生活服务信息。上海在出租车和地铁站配备外卡支付设备。成都、西安等 8 个城市正试点便利来华人员支付的新举措。”毛宁说。

毛宁表示，中国开放的大门会越开越大，出入境便利化水平会不断提升。欢迎更多外国朋友来华旅行，欣赏美丽山河，感知魅力中国。

（编辑 杨珠峰）