

文化产业信息动态

2024 年 第 31 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 11 月 18 日

目 录

1. “围旅游”受游客青睐
2. 以文艺创新传承弘扬传统文化

“囤旅游”受游客青睐

来源：人民日报海外版 2024 年 11 月 15 日 赵 珊

2024 年飞猪“双 11”“全球旅行节”日前落下帷幕，活动商品成交额较去年实现双位数增长，交易用户数较去年增长 40%，有 22 个品牌的活动商品成交额突破 1 亿元。

先囤货、后使用的“囤旅游”消费形式受到游客认可。今年飞猪“双 11”，消费者数量同比增长 40%，约 1/3 是新用户。同时，“囤旅游”的范围越来越大，“双 11”累计售出近 100 万张“随心飞”及机票次卡、近 300 万件酒店套餐、超 110 万件乐园门票及玩乐套餐，均刷新历史纪录。从房车游次卡到包车游通兑，从北极邮轮游到跨越多国的 32 个城市酒店通兑，新的旅游内容和商品形态不断加入；从新疆喀纳斯到西藏波密，从挪威斯瓦尔巴群岛到新西兰皇后镇，动销商品覆盖全球近 200 个国家和地区。

飞猪数据显示，“双 11”出境游活动商品销量占比同比增长 30%。从消费者下单情况来看，中国香港、日本、中国澳门、泰国、韩国、马来西亚、美国、新加坡、越南、澳大利亚等是热门目的地，冰岛、土耳其、柬埔寨、斐济、法国等目的地的销售同比增速最快。

今年“双 11”“囤旅游”商品的预约使用进度显著加快。飞猪数据显示，截至 11 月 12 日零时，已预约的活动商品成交额同比增长近 90%。其中，包括上海迪士尼度假区、北京环球度假区、日本环球影城等在内的热门主题乐园，预约率同比大幅提升，部分热门线路游活动商品的预约率已接近 50%。

中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山认为,飞猪“双 11”旅游商品热卖,是消费者需求变化、旅企创新变革以及市场趋势发展共同作用的结果。这种“先囤货,后预约使用”的预售模式体现了旅游行业的创新和变革。

以文艺创新传承弘扬传统文化

来源：中国文化报 2024 年 11 月 14 日 徐继宏

习得传统，有助于我们更好地服务时代；顺应潮流，有助于我们更好地满足受众。

一是要牢固确立主体思维，自觉做好传统文化“基因解码”文章。二是要坚持问题导向，不断在对文艺实践的科学思辨中完善文艺评论体系。三是要锚定时代方位，在更好服务文艺创作上提供价值引领。

今年的文艺市场可谓热浪滚滚、高潮不断，大型音乐节、戏剧节等接连不断，线上演出模式多样化发展，观众受益于数字技术的应用在屏幕上获得沉浸式演出体验，文学、电影、戏剧、游戏等屡屡跨界合作打造跨界作品……文艺创新不仅体现在文艺内部的创新，也体现在其他领域的创新，通过数字衍生、跨界开发等，文艺可以辐射更多领域。并且，文艺创新不仅体现在新形式新内容的创新，还体现在对传统文化的传承弘扬。

游戏从文艺作品取材的例子有很多，并且很多都有传统文化的直接影响，其中表现比较突出的是国产 3A 大作《黑神话：悟空》，这款游戏一经上场，便是直入顶流。这款游戏以我国古典小说四大名著之一的《西游记》为创作背景，以原创人物“天命人”为人物故事线，融入陕北说书等文艺形式，以及对全国多处名胜古迹的实景扫描，配以顶尖的画面、丰富的细节、沉浸的战斗体验和剧情演

绎。这些带有浓烈中国文化特色的尝试，让这款产品承载了超乎预想的关注，不仅让国内玩家倍感亲切，也让外国友人对中国传统文化产生了浓厚的兴趣。这种生动的展示方式，比单纯的文字介绍或图片展示更加直观、震撼。在数字时代，一款游戏因其巨大的影响力，已远远超出了其本身的娱乐范畴，成为文化传播的重要载体。

这些年，我国文艺创作和生产能力大幅提升，各种文艺产品和服务供给数量高速增长。随着受众文化素质、文化水平提高，受众对文艺作品质量的要求更高了。所以做好文艺供给，既要考虑“够不够”，也要考虑“好不好”，这就需要我们不断推进文艺创新。文艺的创新，既需要我们传承和弘扬传统文化，也需要我们把握当下的潮流。习得传统，有助于我们更好地服务时代；顺应潮流，有助于我们更好地满足受众。

一是要牢固确立主体思维，自觉做好传统文化“基因解码”文章。对于传统文化的传承发展，需要重视它的当代价值，并通过当代的重塑增强其内涵的说服力、形式的吸引力和未来的延续力。二是要坚持问题导向，不断在对文艺实践的科学思辨中完善文艺评论体系。需要从文艺实践中发现问题、研究问题、回答问题，在不断回答时代审美之问、艺术之问中，构建具有强大阐释力、说服力、引领力的文艺评论体系。三是要锚定时代方位，在更好服务文艺创作上提供价值引领。需要遵循受众的心理特征和认知规律，运用丰富的文化资源、鲜活的案例、生动的语言等阐释和创作，让受众在听故事、看故事、赏故事的过程中潜移默化受到良性影响，让文艺作品产生更多的影响力和感召力。

衡量一个时代的文艺成就最终要看作品，优秀作品反映着一个国家、一个民族文化创新创造的能力和水平，在对外传播的过程中更是如此。在推动文艺对外传播的过程中，我们要以优秀的文艺作品讲好中国故事，展现生动立体的中国，塑造为世界所认知和认同的中华文化形象。要学习和借鉴国外文艺创作和传播经验，努力创作和生产更多既传播当代中国价值观念又反映全人类共同价值追求的优秀作品，在尊重彼此差异的基础上向不同文明、不同文化背景的国家 and 地区展示我国的文艺发展成果。

（编辑 杨珠峰）