

文化产业信息动态

2025 年 第 25 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 10 月 13 日

目 录

- 1.东阿中医药文化旅游区 打造政策引领下的文旅新标杆
- 2.浅析景区主题绘本创作

来源：中国文化报 2025 年 10 月 10 日 有 苓

在文旅融合与健康消费需求提升的背景下，中医药文化与旅游的深度融合成为推动文旅产业高质量发展的重要路径。山东东阿，这座位于齐鲁大地之心、黄河文化与中医药文明交汇的城市，正积极探索中医药文化与旅游融合发展的新模式，打造东阿中医药文化旅游区，为全国中医药文化与旅游融合发展提供了可借鉴的经验。

千年技艺焕新生 让非遗传承“活”起来

近日，东阿中医药文化旅游区成功入选 2025 年非遗进景区“五好”案例，这一荣誉不仅是对其过往成绩的高度肯定，更是其在多元融合发展道路上迈出的坚实的一步。

在非遗与旅游融合的赛道上，东阿中医药文化旅游区以国家级非物质文化遗产“东阿阿胶制作技艺”为核心，系统性地引入并活化县内外优质非遗资源。通过实施非遗进景区“五好”计划，为游客呈现出一幅丰富多彩的非遗画卷。在这里，游客可以欣赏精彩绝伦的非遗展演，感受传统技艺的魅力；品尝融合了中医药特色的非遗美食，如阿胶糕等，开启一场舌尖上的非遗之旅；聆听古老的非遗故事，让历史的声音在耳边回响；参与互动性强的非遗体验项目，如制作中药香囊、熬制中药膏方等，亲手触摸传统文化的温度；购买独具匠心的非遗文创产

品，将这份美好记忆带回家。

在东阿中医药文化旅游区的阿胶城内，游客正围在非遗展示区近距离观看阿胶古法炼制技艺，从泡皮、刮毛到挂旗、切块，每个步骤都承载着千年的文化密码。作为国家级非物质文化遗产，东阿阿胶制作技艺承载着千年中医药文化的智慧与匠心。如今东阿中医药文化旅游区更是通过“非遗展示+体验互动”的模式，让这门古老技艺“活”起来。

东阿中医药文化旅游区专门打造了“阿胶非遗工坊”，设置沉浸式体验区，游客可以在工作人员的指导下参与阿胶糕制作，感受非遗技艺的温度。同时，旅游区还推出了“非遗文化节”“冬至汲水炼胶祭告大典”等特色活动，让游客深度体验阿胶文化的深厚底蕴。东阿杂技、打铁花、英歌舞等非遗技艺的现场展示，更是深受众多游客喜爱。仅2024年东阿中医药文化旅游区就开展非遗体验活动20余场，吸引超百万人次的游客参与，带动非遗周边产品销售持续增长。这种“让非遗走出博物馆、走进生活”的做法，将非遗元素全方位融入旅游场景，不仅让非遗变得生动有趣、触手可及，还成功吸引了大量年轻游客，让古老的非遗在新时代“潮”起来。

东阿中医药文化旅游区的非遗传承，紧扣《“十四五”非物质文化遗产保护规划》中“推动非遗与旅游深度融合”的要求，为非遗保护利用提供了新路径。如今，东阿阿胶已成为当地的文化名片，更带动了毛驴养殖等相关产业发展，助力乡村振兴，形成了“非遗+产业+旅游”的良性循环。

全链条健康服务 让康养体验“燃”起来

东阿县素有“阿胶之乡”的美誉，东阿中医药文化旅游区充分依托这一得天独厚的资源优势与深厚的中医药文化底蕴，构建了全链条中医药康养服务体系。在旅游区内，游客可以体验中医膏方、理疗、音疗、心疗、茶疗、食疗等全方位的健康服务。“名医零距离”义诊活动，拉近了游客与中医的距离，让游客在旅行中也能享受到专业的健康咨询与诊疗服务。

“早上在阿胶城中医问诊，中午吃阿胶养生餐，下午参加中药配伍香囊制作课程，晚上还能泡中药药浴，这样的康养之旅太贴心了。”来自北京的游客李女士对东阿中医药文化旅游区的康养体验赞不绝口。旅游区还针对不同人群推出了“亲子康养营”“中老年养生班”“女性养颜课”等个性化产品，让游客通过身体力行去感受传统养生的魅力，真正将中医药康养理念融入日常生活。2024年，旅游区康养服务接待游客达50万人次。

此外，东阿县还积极融入健康中国发展战略，形成了以洛神湖康养带为“轴”，城市东西部医养产业基地为“两翼”的大健康发展格局。通过打造“防未病+治已病”双翼发展模式，东阿中医药文化旅游区让康养不再是一句口号，而是实实在在地贯穿于游客的旅游体验中，也让健康理念跳出抽象概念，在文旅融合的实践中转化为可触摸、可感知的具体场景，真正走进游客心里。

东阿中医药文化旅游区的康养发展模式，契合了《关于促

进中医药传承创新发展的意见》中“推动中医药与旅游、康养深度融合”的部署，不仅满足了群众对健康生活的需求，更推动了文旅产业向健康化、品质化转型。如今，旅游区已获评山东省文旅康养融合发展示范区、山东省旅游康养示范基地，更吸引了河北、河南等周边省份的游客前来体验，形成了“以康养带旅游、以旅游促康养”的发展格局。

科技赋能拥抱新时代 让传统文化“潮”起来

科技的赋能为东阿中医药文化旅游区注入了全新活力。阿胶世界更是打造了国内首创的沉浸式五觉体验工厂，设有幻影剧场、4D体验馆、飞行影院等高科技沉浸式体验项目，动态演绎阿胶千年文化内涵，带领观众探索气血奥秘，引领游客开启寻胶之旅，这种“场景沉浸+互动探究”的模式，让游客在沉浸式参观、趣味性演绎、互动式体验中直观感受中医药文化历久弥新的魅力。

为了让传统文化与现代科技深度融合，旅游区打造智慧文旅系统，通过大数据分析游客需求，精准推送特色旅游产品；通过“工厂直达游客”的创新模式，在“电商中心”通过直播带货、短视频，让中医药产品走进年轻消费群体。这种“科技+文旅”的模式，不仅提升了旅游区的吸引力，更让中医药文化以更时尚、更易懂的方式点燃游客的探索热情，为文旅产业发展带来新的增长点，也为旅游区的可持续发展注入源源不断的动力。

东阿中医药文化旅游区的科技赋能实践，响应了《“十四

五”文化和旅游发展规划》中“加快推进文旅数字化转型”的要求，为传统文化年轻化传播提供了新思路。如今，旅游区已成为“全国中医药文化宣传教育基地”，更通过抖音、小红书等平台吸引了大量年轻粉丝，让中医药文化成为热点话题。

东阿中医药文化旅游区的“文旅+非遗”“文旅+康养”“文旅+科技”等多元发展模式，是政策引领下文旅融合的生动实践。其成功经验对于推动文化传承、促进健康产业发展、创新旅游体验等方面都具有重要意义。

浅析景区主题绘本创作

来源：中国旅游报 2025 年 10 月 13 日 陈华文 商琬琪

随着大众旅游从观光式向体验式、沉浸式转变，游客对景区的需求不再局限于景观观赏，更渴望深入了解景区背后的文化内涵。文化影响力已成为衡量景区竞争力的重要指标，它不仅体现在文化遗产的保护与展示上，更体现在文化内容的创新表达与有效传播中。作为一种以图画为主、文字为辅的叙事媒介，绘本兼具艺术性、故事性与趣味性，既能满足人们对世界的认知需求，也能引发情感共鸣，具有广泛的受众基础。在此背景下，探索景区如何通过主题绘本创作挖掘文化内涵、创新传播形式、提升文化影响力，笔者有三个方面的思考。

现实价值

景区主题绘本并非简单的风景画册，而是以景区为核心载体，通过故事化叙事、艺术化表达，将景区的自然景观、历史典故、民俗文化等转化为可感知、可传播的文化内容。其创作价值主要体现在三个维度。

一是文化传承，让景区文化“活”起来。景区是文化的“容器”，承载着自然演化的印记、历史发展的脉络与地域民俗的精髓。但一些景区的文化资源仍处于“沉睡”状态——历史典故仅存在于史料中，民俗风情仅在特定节日展现，自然景观的科学价值缺乏通俗解读。主题绘本通过故事化重构，能让这些

文化资源从静态展示变为动态叙事。此外，绘本的视觉语言具有跨文化、跨年龄的特性。对于景区中的非物质文化遗产，如楚剧、皮影戏、传统手工艺等，绘本可通过细腻的图画还原工艺流程，用简单的文字解释文化内涵，让受众能轻松理解。

二是受众连接，扩大景区文化的辐射圈。从受众年龄来看，儿童是绘本的核心受众，而家庭旅游是当前旅游市场的重要组成部分。景区主题绘本可成为亲子旅游的前置吸引物与后置记忆载体。家长通过绘本向孩子介绍景区，激发孩子的旅游兴趣。旅游结束后，孩子通过阅读绘本回忆旅程，加深对景区文化的印象。例如，《我要去故宫》系列绘本以儿童视角展现故宫的建筑布局、历史故事，不仅成为许多家庭的故宫旅游指南，更让故宫文化在儿童群体中扎根。

三是产业延伸，打造景区文化 IP 的新引擎。主题绘本不仅是文化传播载体，更是景区文化 IP 的核心内容模块，可延伸出文创产品、主题活动、沉浸式体验等多元业态，形成“绘本+”产业生态。绘本中的角色、场景可转化为文创产品，景区景观插画可印在丝巾、明信片上。这些文创产品不仅能增加景区收入，更能成为景区文化的移动宣传载体。

核心要素

景区主题绘本创作并非简单的“景观+图画”，而是需要围绕文化内核，兼顾故事性、艺术性、在地性三大要素，从而

打造出兼具传播力与影响力的作品。

一方面，找准文化内核。景区主题绘本的核心竞争力在于文化独特性，只有挖掘出区别于其他景区的文化特质，才能让绘本具有不可替代性。首先是自然景观的独特性，包括独特的地质成因、生态特征等，例如张家界的石英砂岩峰林、桂林的喀斯特地貌、青海湖的高原湖泊生态等。创作时应结合科学知识，用生动的语言与图画解释景观的形成过程，让读者在欣赏美景的同时了解自然的奥秘。其次是历史文化的独特性，包括历史事件、名人典故、古建筑遗存等，例如曲阜三孔的儒家文化、丽江古城的纳西族东巴文化等。创作时应避免流水账式的历史叙述，选择有情感共鸣的故事片段，如孔子与弟子的游学故事、纳西族东巴纸制作技艺等，让历史文化变得鲜活可感。最后是民俗风情的独特性，包括传统节日、饮食文化、民间艺术等，例如西双版纳的泼水节、福建土楼的客家围龙屋习俗等。创作时应注重细节描写，如泼水节的服饰、客家的婚嫁仪式，让读者感受到原汁原味的地域文化。

另一方面，注重故事叙事。绘本的核心是故事，没有故事的绘本只是景观画册。景区主题绘本的故事叙事应遵循受众导向原则，根据不同受众的需求设计故事结构，构建有温度的情感连接。对于儿童受众，故事应满足趣味性、简单性、教育性。可采用冒险故事、成长故事、友谊故事等经典叙事模式，主角

可设定为动物、小精灵、儿童等，通过主角的旅程串联起景观与文化。对于成年受众，故事应满足情感性、深度性、共鸣性。可采用回忆故事、文化探索故事、人文关怀故事等叙事模式，通过主角的视角展现景区的文化内涵与人文温度。此外，故事叙事还应注重节奏把控，避免信息过载，每一页图画与文字都应服务于故事的推进。

实践路径

绘本是视觉艺术，图画的审美性与辨识度直接影响传播效果。景区主题绘本的艺术表达应兼顾景区特色与艺术风格，让读者通过图画就能认出景区，同时感受到艺术的美感。

一是艺术风格契合景区气质。不同景区的气质不同，艺术风格也应随之调整。自然类景区可采用写实风格或水彩风格，通过细腻的笔触展现自然景观的色彩与质感。历史文化类景区可采用水墨风格或工笔画风格，体现历史的厚重感。民俗类景区可采用卡通风格或民间美术风格（如剪纸、皮影造型），展现民俗的活泼与多彩。例如，苏州园林的绘本可采用水墨淡彩风格，通过留白、写意的手法展现园林的移步换景之美。大理古城的绘本则可采用白族扎染风格，将扎染的蓝白纹理融入图画，体现大理的民俗特色。

二是图画设计突出景区标志性元素。每个景区都有其标志性景观，如故宫的太和殿、西湖的断桥、敦煌莫高窟的飞天壁

画等。绘本应重点刻画这些标志性元素，通过特写、全景、多角度描绘等方式，让读者一眼就能认出景区。例如，敦煌莫高窟的绘本可通过全景图展现莫高窟的整体布局，通过特写画面描绘飞天壁画的细节，如飘带的动态、乐器的样式等，让读者对莫高窟的标志性景观留下深刻印象。

三是文字与图画协同配合。绘本中的文字应简洁生动，避免冗长的说明，并与图画形成互补。图画负责展示场景，文字则负责补充信息，推动故事发展。在展现视觉冲击力强的景观时，可减少文字占比，让图画成为叙事主角。而在介绍精神层面的内容时，则可用文字进行适度阐释，图画转为辅助说明的角色。这种“视觉主导—文字主导—图文平衡”的节奏变化，既能顺应读者和游客的心理，又能使景区的多元特质得到全面呈现。

〔作者单位：中国地质大学（武汉）艺术与传媒学院〕

（编辑 杨珠峰）