

文旅动态

孝感市图书馆 编

二〇二二年第一期（总第 32 期） 2022 年 4 月 6 日

本期要目

文化体制改革

02 深化文化体制改革——晋安区新店镇综合文化站启用惠民大餐上新

03 福州全力打响闽都文化国际品牌

文旅产业

05 15 年来我国文化产业增加值增速首次“触底”，原因何在？

09 南京文化产业展开“数字羽翼”

专题研究

12 从十四五文旅规划窥探未来五年文旅竞争趋势

16 数字文旅的当下与未来

文化遗产

17 激活历史文化遗产保护“一池春水”

21 多举措助力霸陵文物保护 让文化遗产惠及民生

新农村文化建设

23 融产业创品牌增收 接续乡村振兴的民企力量

25 让农业文化遗产为乡村振兴赋能

他山之石

26 自贸助力优势产业出口 韩流加持文化产品输出

文化参考

27 元宇宙热潮下的文化产业数字化发展

文旅湖北

29 复兴长江文化带

31 湖北崇阳：擦亮提琴文化名片，让老百姓唱好“非遗”大戏

深化文化体制改革 晋安区新店镇综合文化站启用 惠民大餐上新

新浪网 2021年12月20日

3D裸眼效果的新店古城半空呈现，交互式体验学习地术拳，电子瀑布屏上3万册图书任选……17日，位于晋安区浮村新城二期的新店镇综合文化站启用，总面积约1200平方米，既保留既定功能，又植入数字化资源、智能管理模式和更多便民服务，可为辖区群众提供图书阅览、信息查询、教育培训、文体活动、公益讲坛等文化惠民大餐。

智能化管理 用活文化资源

新店镇综合文化站毗邻该镇开放式组织生活基地，包含两层及户外文化广场。内部空间包括文化体验展示区、沙龙活动区、图书阅览区、多功能会议室、棋牌室、书法室、健身房，采用半开放式格局，风格现代、明快。

开馆现场举办了新店腰鼓、同利肉燕、地术拳教学、书法教学等丰富多彩的展示活动，吸引不少群众“尝鲜”。

软木画市级传承人陈君锟向文化站赠送软木画作品，新店镇还聘请晋安区地方文化研究会会长“十九先生”为文化顾问。

新店镇党委书记郑忠棋表示，原文化站位于镇机关大院，场所有限，无法最大限度发挥惠民作用。

新文化站不仅规模变大，还在保留传统图书阅览、文化展示等功能基础上，进一步拓宽文化阵地，引入数字资源和智能管理模式，探索订单式、预约式服务，希望能用好用活本土文化资源，培育“立得住、叫得响”的文化品牌。

数字化展示 尽显高大上

新店镇文化底蕴深厚，拥有新店古城、状元岭古道、闽王王审知遗址公园等19处文物古迹，孕育了软木画、同利肉燕、地术拳、新店腰鼓等国家级、省级非物质文化遗产。为了更生动形象地展示文化，文化站内大量采用新技术、新设备、新媒体等数字化设备，营造出“高大上”的体验感。

在古城遗址展示区，通过三维建模和全息影像，一座饱经沧桑的“古城”悬浮于空中，参观者无论站在哪个角度都能观赏到画面。

在地术拳展示区，通过应用AR/MR增强现实技术，参观者站在地面感应点，大屏幕出现真人影像教授拳法招式，市民可以学习并拍照，甚至还能和真人影像互动比拼在电子阅览区，电子瀑布屏嵌入逾3万册电子书籍，点击图书，扫码即可阅读。

多样化活动 满足群众需求

除了文化展示，综合文化站还设置多个群众文化活动功能区，包括沙龙活动区、图书阅览区、电子阅览区、健身房、多功能活动室等。

图书阅览区提供3000册纸质书，健身室内跑步机、椭圆机等健身设备一应俱全，多功能活动室集培训、会议、讲座等功能于一体，书法区、棋牌区、舞蹈室等满足群众不同的文化娱乐需求。

为进一步培养文化人才、非遗传承人才，综合文化站设置了软木画、书画展示区，群众可体验软木画制作工艺，甚至和书法大师和非遗名匠面对面交流。“这么丰富的资源都向群众开放，以后我要常常来。”市民江先生竖起大拇指点赞。

晋安区副区长林柳强表示，新店镇综合文化站将发挥大众文化的交流平台作用，挖掘好乡土民俗和历史人文资源，通过丰富多彩的文体活动，让群众在家门口就能享受文化惠民的福利。

福州全力打响闽都文化国际品牌

香港 凤凰网 2021年12月21日

随着变异毒株的出现，疫情出现了多地频发的态势，各地“非必要不出省市”的管控政策，让很多家庭不得不改变暑期旅行的计划，刚刚复苏的国内游又陷入停摆的危机。但在经历了去年一年疫情“黑天鹅”事件的大考，通过调整产业结构，探索新型模式来尝试自救的文旅业，韧性也得到了明显的增强。

千年闽都的枝头，文化产业春意正浓

“十三五”期间，全市文化产业增加值保持年均两位数增长，成为支柱性产业；截至2021年底，全市规模以上文化企业1000多家，数量居全省第一；三坊七巷、上下杭、烟台山等历史文化街区焕发新生，世界遗产大会、丝绸之路国际电影节等国际盛会接连举办……

近年来，福州文化产业规模不断扩大，园区、载体遍地开花，龙头企业强势崛起，闽都文化国际影响力与日俱增，老百姓享受到更优质更丰富更实惠的公共文化服务。文化之光闪耀榕城，为福州加快建设现代化国际城市凝聚强大的精神力量。

培育载体，厚植产业兴旺沃土

信步新店古城遗址公园，年代久远的古厝经过保护修缮已开辟为文化创意产业园区，引入文化食俗展示、国风动漫体验、非遗技艺体验、直播基地等文化创意业态，成为网红打卡点、研学基地，迎来一批又一批的游客。

新店古城遗址保护利用工作启动以来，福州同步推进保护、考古、规划、建设、营运等七大环节，通过开创性的工作为福州守住一方史迹，更形成多元文化产业的有机载体。如今，这里以全年不断的“文化流水席”“艺术连轴戏”等精彩活动，吸引游客纷至沓来，催生多元业态的同时，探索出独具特色的文旅融合发展之路。

福州有2200多年建城史，散落各地的古城古街区成为孕育文化产业的天然载体。近年来，福州不断推动历史文化街区（风貌区）保护修复与活化利用，从“里坊制度活化石”的三坊七巷、闽商文化发祥地的上下杭，到“万国建筑博物馆”的烟台山，17个特色历史文化街区及261个传统老街区不仅“活”起来更“火”起来，培育新兴文化产业兴起与集聚的沃土。

与此同时，福州还依托老厂房、老工业园做好“新文章”：海峡创意产业园从老旧厂房变身文创“聚宝盆”，设计、互联网应用、广告传媒等业态的“潜力股”层出不穷；互联网小镇腾笼换鸟，二期引入的直播生态园引领“数字+文化”的发展热潮。

此外，厚积薄发的福州软件园、面向全球市场的福州数字教育小镇等一批园区也不断发展壮大。

截至目前，福州已培育打造5个国家级文化产业示范园区。

龙头引领，挺起高质量发展脊梁

在全国文化版图上，福州企业表现愈发抢眼——网龙公司连续三届获评全国文化企业30强，市文投集团获第十届全国文化企业30强提名……

龙头舞动产业兴。在福州，一批文化龙头企业挺起文化产业高质量发展的脊梁。立足数字福州优势，做强数字内容——宝宝巴士以文化启蒙为出发点，以互动APP、音乐为载体，累计服务5亿全球家庭；来玩互娱成立仅3年多，凭借一套“快打法”弄潮互联网，营收有望突破15亿元。

开拓发展新前景，发力文化装备——和声钢琴作为福建首家钢琴生产企业，成长为东南沿海最大的乐器制造基地；坤彩科技始终保持行业领先，成为国内A股“珠光第一股”。据介绍，在2021年省文化企业十强中，福州占4席，十强提名占3席，最具成长性占6席。根深则叶茂，本固则枝荣。文化企业繁荣发展，离不开本土的扶持。福州加强文化产业顶层设计，编制《文化产业“十四五”发展专项规划（2021~2025年）》，出台《关于进一步加快福州市文化产业发展若干政策》，推出培育龙头企业、加快产业集聚发展等8大类20项扶持政策，同时安排每年至少1000万元的专项资金，用于资助或奖励重点扶持的文化企业、产业园区、重点项目和原创精品等。

福州还大力实施文化企业上市培育工作，先后扶持网龙公司、鸿博印刷等9家文化企业上市，大力培育葫芦弟弟等21家重点上市后备文化企业。

塑造品牌，闽都文化国际范十足

近年来，福州文化产业加快“走出去”的步伐，通过办会、贸易出口、多元传播等塑造品牌，在打开更广阔市场空间的同时，让闽都文化更具国际影响力。一场场盛会，打开世界认识福州的窗口。

12月8日，第八届丝绸之路国际电影节让世界的目光再度聚焦福州。全球影人齐聚福地，共话合作新篇，感受福文化与海丝文化的深厚底蕴。

福州充分把握承办国际性盛会的机遇，提升闽都文化影响力：世界遗产大会上，三坊七巷沉浸式演出《寻梦·坊巷》让世人领略千年坊巷古韵，向世界展示文化保护遗产的“福州样本”；海丝国际旅游节上，《海丝奇妙夜》登陆上下杭历史文化街区，重现闽都繁华，邀世界宾朋赏福州之美。

一件件“福州制造”，在异国他乡“圈粉”。

福建汇益家居用品有限公司从闽都艺术流派中获取设计灵感，海丝茉莉软木雕成为欧美客户装点书房的“心头好”；风靡全球的宝宝巴士将福建茶文化、福州美食美景等融入产品呈现，向万千家庭传播……越来越多的文化企业和文化产品跨洋出海，去年，福州13家企业获评国家文化出口重点企业、21家企业获评省文化出口重点企业。

一系列活动，让闽都文化传播无远弗届。已连续举办3年的“我把福州寄给你”文创设计大赛邀设计师围绕闽都文化创作，将时尚、创意与趣味融入传统，今年更面向全球征集，邀请世界各地设计者共同“创福”。依托“四季的福州”文化产业官方抖音号，福州创新“媒体+文创”发展模式，发起“邂逅福州文创”抖音挑战赛等活动，该话题短视频播放量超1.6亿次。

文化惠民，家门口乐享艺术盛宴

让百姓共享文化发展成果，是文化发展的出发点和落脚点。在福州，蓬勃的文化产业催生高质量文化供给，给榕城市民带来更多获得感。

11月，市民林蓉在海峡文化艺术中心欣赏了一场国际级的文化演出——乌克兰和哥伦比亚知名演奏家上演“钢琴对话”，“在家门口就能看到一流的文艺演出，幸福感爆棚”。在海峡文化艺术中心这个家门口的“艺术殿堂”，3年间，来自全球25个国家（地区）的200多个演出的团体带来350多场表演，几乎每周都有中外艺术家、知名交响乐团等带来精彩演出。

而对于市民，这样的优质演出“高贵不贵”。场地运营方——福州保利剧院管理有限公司依托自身资源统筹运营，用平均150元的惠民票价吸引20多万人次观众走进剧院。

不仅是海峡文化艺术中心的连台好戏，对市民而言，本土“文化大餐”越发丰盛。在古厝欣赏传统技艺——每逢节假日，一系列丰富多彩的非遗表演、体验活动在福州历史建筑、历史文化街区上演，每年累计举办上千场。

在榕城大地飞扬歌声——福州打造“激情广场大家唱”“艺术公益课堂”等群众文化活动品牌，让更多市民从被动享受文化到主动参与创造。

在体育场馆挥洒汗水——福州海峡奥体中心、全民健身中心等公共体育场馆遍地开花。其中，海峡奥体中心在过去5年间累计接待健身市民298万人次。

阔步“十四五”，奋进新征程。福州将坚持“3820”战略工程思想精髓，借助福州都市圈建设机遇，加快发展六大优势文化产业，着力实施七项重点工程，培育文化产业发展新动能，健全现代文化产业体系，持续打响闽都文化国际品牌，把福州建设成东南区域有辐射带动力的文化中心城市。

文旅产业

15年来我国文化产业增加值增速首次“触底”，原因何在？

新华网 2022年1月8日

近日，国家统计局公布最新数据显示，经核算，2020年全国文化及相关产业增加值为44945亿元（人民币），比上年增长1.3%，占GDP比重为4.43%，比上年下降0.07个百分点。据文化产业评论梳理，这是近15年来，我国文化及相关产业增加值增速罕见“触底”。究竟是什么导致了这一结果？（人民币），比上年增长1.3%，占GDP比重为4.43%，比上年下降0.07个百分点。据文化产业评论梳理，这是近15年来，我国文化及相关产业增加值增速罕见“触底”。究竟是什么导致了这一结果？

实际上，对于2020年文化产业增加值比重“不增反降”的结果，大家并不意外。2020年因新冠肺炎疫情突袭，对我国各行业造成了巨大影响，文化和旅游产业更是首当其冲。国家统计局同日披露的数据还显示，2020年全国旅游及相关产业增加值为40628亿元，比上年下降9.7%，占GDP的比重为4.01%，比上年下降0.55个百分点。

值得注意的是，文化及相关产业细分领域中，增速有升有降。其中，内容创作生产增长速度最快，实现增加值10321亿元，比上年增长11.1%；文化娱乐休闲服务受疫情影响最严重，实现增加值1922亿元，比上年下降19.8%。究竟是什么导致了这一结果？对推动文化产业高质量发展又有哪些启示？文化及相关产业细分领域中，增速有升有降。其中，内容创作生产增长速度最快，实现增加值10321亿元，比上年增长11.1%；文化娱乐休闲服务受疫情影响最严重，实现增加值1922亿元，比上年下降19.8%。究竟是什么导致了这一结果？对推动文化产业高质量发展又有哪些启示？

15年来首次“触底”，增速放缓是内因

自2004年建立并实施《文化及相关产业分类》统计制度以来，我国文化产业进入快速发展期。2004-2010年，文化产业增加值年均增长24.8%。据统计数据显示，2010年文化及相关产业增加值为11052亿元、同比增长25.8%，增加值占同期GDP的比重由2004年2.15%提高到2.58%，提高近0.6个百分点。2004-2010年，文化产业增加值年均增长24.8%。据统计

数据显示，2010年文化及相关产业增加值为11052亿元、同比增长25.8%，增加值占同期GDP的比重由2004年2.15%提高到2.58%，提高近0.6个百分点。

“十二五”期间，我国文化产业进入结构调整期，文化及相关产业增加值开始出现波动。2011年文化及相关产业增加值13479亿元、同比增长21.96%，增加值占GDP比重为3.28%、同比增长0.53%，突破文化产业增加值统计以来的“峰值”。

2013年，受欧美债务危机等国际环境影响，我国国民经济出现短暂“放缓”，文化及相关产业增加值和增速开始出现大幅回落。2014年文化产业增加值为23940亿元、同比增长12.13%，比2012年是34.07%下降了近22个百分点；占GDP的比值为3.76%、同比增长0.13%，比2012年的0.2%下降了0.7个百分点。2014年文化产业增加值为23940亿元、同比增长12.13%，比2012年是34.07%下降了近22个百分点；占GDP的比值为3.76%、同比增长0.13%，比2012年的0.2%下降了0.7个百分点。

从国家统计局连续发布的数据来看，进入“十三五”期间，我国文化和相关产业的增速相对放缓，从2014年之前平均增速超20%，到2015—2019年间降至13%左右。与此同时，文化产业增加值占GDP的比重和增速也逐步收窄。2017年增加值占GDP的比重4.12%、同比仅增长0.06%；到2019年增加值同比增长仅有7.8%，占GDP的比重只增长0.02%，收缩0.26个百分点。进入“十三五”期间，我国文化和相关产业的增速相对放缓，从2014年之前平均增速超20%，到2015—2019年间降至13%左右（详见下表）。与此同时，文化产业增加值占GDP的比重和增速也逐步收窄。2017年增加值占GDP的比重4.12%、同比仅增长0.06%；到2019年增加值同比增长仅有7.8%，占GDP的比重只增长0.02%，收缩0.26个百分点。之所以会出现这样的情况，主要与我国宏观经济转型有关。“十三五”以来，我国经济发展方式逐渐从规模速度型向质量效率型转变，传统工业制造业和服务业的增速明显放缓，包括出版发行、广电、文化娱乐等传统文化产业在不同程度受到冲击，由此也直接影响到文化产业的整体增速。之所以会出现这样的情况，主要与我国宏观经济转型有关。“十三五”以来，我国经济发展方式逐渐从规模速度型向质量效率型转变，传统工业制造业和服务业的增速明显放缓，包括出版发行、广电、文化娱乐等传统文化产业在不同程度受到冲击，由此也直接影响到文化产业的整体增速。

与此同时，随着2018年国家和地方文化和旅游机构融合，以“文化+”“旅游+”“科技+”为依托的文旅新业态、新模式不断涌现且迅速发展，文化、旅游和体育相关业态深度融合成为投资热点，传统领域文化产业发力点和投融资力度开始逐渐减弱。加之，2020年新冠肺炎疫情的突袭，进一步加剧了文化及相关产业增加值、占GDP的比重等增速放缓。

因此，2020年全国文化及相关产业增加值（44945亿元）比2019年仅增长1.3%，占GDP比重为4.43%、同比下降0.07个百分点，也就并不意外了。虽然文化及相关产业增加值未进入负增长区，但与“触底”仅差毫厘，形势依然严峻！（44945亿元）比2019年仅增长1.3%，占GDP比重为4.43%、同比下降0.07个百分点，也就并不意外了。虽然文化及相关产业增加值未进入负增长区，但与“触底”仅差毫厘，形势依然严峻！

疫情引起产业变革，细分领域竞争加剧

值得注意的是，国家统计局发布的2020年文化及相关产业增加值分类统计数据显示，文化及相关产业细分领域中，增速有升有降。其中，内容创作生产增长速度最快，实现增加值10321亿元，比上年增长11.1%（1032.5亿元）；文化传播渠道和休闲娱乐休闲服务下降最严重，同比分别下降5.9%（-312.2）和19.8%（-473.2亿元）。（1032.5亿元）；文化传播渠道和休闲娱乐休闲服务下降最严重，同比分别下降5.9%（-312.2）和19.8%（-473.2亿

元)。从行业活动性质看，2020年文化及相关产业增加值起伏较大的细分行业主要集中在文化核心领域，其增加值为31565亿元，占文化及相关产业增加值的比重为70.2%，比上年（2019年69.3%）提高0.9个百分点。其中，内容创作生产增加值占比为23%，创意设计服务增加值占比为17.2%；文化传播渠道和休闲娱乐休闲服务占比分别为11%和4.3%。从行业活动性质看，2020年文化及相关产业增加值起伏较大的细分行业主要集中在文化核心领域，其增加值为31565亿元，占文化及相关产业增加值的比重为70.2%，比上年（2019年69.3%）提高0.9个百分点。其中，内容创作生产增加值占比为23%，创意设计服务增加值占比为17.2%；文化传播渠道和休闲娱乐休闲服务占比分别为11%和4.3%。

一是数字内容服务快速补位。从行业垂直项看，内容创作生产领域共涉及出版服务、广播影视节目制作、创作表演服务、数字内容服务、内容保存服务、工艺美术品制造、艺术陶瓷制造这7个中类。如，数字内容服务包括动漫、游戏数字内容服务；互联网游戏服务；多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发；增值电信文化服务及其他文化数字内容服务等新文化业态。二是数字内容服务快速补位。从行业垂直项看，内容创作生产领域共涉及出版服务、广播影视节目制作、创作表演服务、数字内容服务、内容保存服务、工艺美术品制造、艺术陶瓷制造这7个中类。如，数字内容服务包括动漫、游戏数字内容服务；互联网游戏服务；多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发；增值电信文化服务及其他文化数字内容服务等新文化业态。

2020年全球疫情的暴发对宏观经济下的每一个细分领域产业带来前所未有的挑战，尤其加速了文化及相关产业的变革。疫情时代打破了传统文化产品供给线下市场壁垒，促进文化内容与科技深度融合，催生了数字化、虚拟化、体验化、跨界化、分众化等线上文化消费内容供给品类。数字内容服务无疑是助推内容创作生产补位和增速的关键所在。据国家统计局发布的2020年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入数据显示，16个文化新业态行业小类，实现营业收入31425亿元，比上年增长22.1%。其中，互联网其他信息服务、其他文化数字内容服务、互联网广告服务、娱乐用智能无人飞行器制造、可穿戴智能文化设备制造等5个行业小类的营业收入增速均超过20%。

二是文化传播渠道线下受阻。在统计分类中，文化传播渠道共分为出版物发行、广播电视节目传输、广播影视发行放映、艺术表演、互联网文化娱乐平台、艺术品拍卖及代理、工艺美术品销售这7个中类，且每个中类又分为不同的小类。如，广播影视发行放映又包括电影和广播电视节目发行，及电影发行和进出口交易、非电视台制作的电视节目发行和进出口服务等。二是文化传播渠道线下受阻。在统计分类中，文化传播渠道共分为出版物发行、广播电视节目传输、广播影视发行放映、艺术表演、互联网文化娱乐平台、艺术品拍卖及代理、工艺美术品销售这7个中类，且每个中类又分为不同的小类。如，广播影视发行放映又包括电影和广播电视节目发行，及电影发行和进出口交易、非电视台制作的电视节目发行和进出口服务等。

尽管近年来文化传播渠道增加值占构成比例年平均增速保持10%左右。但随着互联网传播渠道的拓展，传统文化传播渠道也进入了发展“瓶颈期”。2014年构成占比为10.1%，中间2017年、2018年分别下降至8.3%、8.2%，到2019年回升到11.9%（详见下表）。尽管近年来文化传播渠道增加值占构成比例年平均增速保持10%左右。但随着互联网传播渠道的拓展，传统文化传播渠道也进入了发展“瓶颈期”。2014年构成占比为10.1%，中间2017年、2018年分别下降至8.3%、8.2%，到2019年回升到11.9%。

2020年受疫情影响，文化传播渠道严重受阻，由于无法实现空间上的传递，局部地区已

经出现报纸名存实亡的局面；广播电视尽管依旧占据着一定的传播份额，但广告等传统优势收益却大幅度收缩；电影发行放映更是遭遇“寒冬”，全年票房总收入199.1亿元，比2019年全年电影票房总收入641.49亿元，蒸发了440亿元；在艺术拍卖方面，2020年艺术品和古董的公开拍卖销售额达到176亿美元，比2019年的252亿美元下降了30%。

三是文化休闲娱乐多重叠加。文化休闲娱乐服务是文化产业中相对传统产业，也是起步发展时期各地重点支撑行业之一。近年来，随着文化消费转型升级和新兴业态的不断出现，开始逐年收缩。2014年其构成占比为7.1%，到2019年已经下滑到5.4%，收缩接近2个百分点。因此，在疫情防控等因素影响下，2020年文化休闲娱乐服务增加值增速下滑至-19.8%。三是文化休闲娱乐多重叠加。文化休闲娱乐服务是文化产业中相对传统产业，也是起步发展时期各地重点支撑行业之一。近年来，随着文化消费转型升级和新兴业态的不断出现，开始逐年收缩。2014年其构成占比为7.1%，到2019年已经下滑到5.4%，收缩接近2个百分点。因此，在疫情防控等因素影响下，2020年文化休闲娱乐服务增加值增速下滑至-19.8%。与此同时，文化娱乐休闲服务行业，在文化产业分类统计中主要包括娱乐服务、景区游览服务、休闲观光游览服务这3个中类，且每个中类又分为不同的小类。而且，与“旅游及相关产业增加值”统计分类中“旅游游览”“旅游娱乐”，以及体育产业统计中的“体育竞赛表演活动”“体育健身休闲活动”等领域存在关联与分摊。加之，同属受疫情影响最为严重的“三兄弟”，导致关联领域增加值增速均为负增长。

机遇与挑战并存，探索与创新并举

综上所述，疫情对文化产业发展的影响是深远的，但也引起了文化产业结构性转型升级。经历两年来的积极应对、趋利避害，有效解决了新兴文化产业主体支撑不够，传统文化产业动能不足等发展中的现实问题，2021年我国文化及相关产业整体态势持续向好，文化企业营业收入保持较快增长。疫情对文化产业发展的影响是深远的，但也引起了文化产业结构性转型升级。经历两年来的积极应对、趋利避害，有效解决了新兴文化产业主体支撑不够，传统文化产业动能不足等发展中的现实问题，2021年我国文化及相关产业整体态势持续向好，文化企业营业收入保持较快增长。

据国家统计局发布的“2021年前三季度全国规模以上文化及相关产业企业营业收入”情况看，前三季度，全国6.4万家规模以上文化及相关产业企业实现营业收入84205亿元，同比增长21.8%，两年平均增长10.0%。在九大类行业中，除文化娱乐休闲服务业外，基本恢复到疫情前水平。在九大类行业中，除文化娱乐休闲服务业外，基本恢复到疫情前水平。

一是助企纾困政策落实有力。新冠肺炎疫情发生后，各级文化和旅游行政部门会同有关部门推出一系列纾困惠企政策，为疫情防控常态化条件下推动文旅产业加快恢复和高质量发展奠定坚实基础。据文化产业评论统计梳理，截至2021年底，中央部门及各地方出台惠及文化和旅游企业纾困政策措施多达200多项，涉及各类文化和旅游市场主体，包括减税降费、金融支持、稳岗就业、降低成本等等。一是助企纾困政策落实有力。新冠肺炎疫情发生后，各级文化和旅游行政部门会同有关部门推出一系列纾困惠企政策，为疫情防控常态化条件下推动文旅产业加快恢复和高质量发展奠定坚实基础。据文化产业评论统计梳理，截至2021年底，中央部门及各地方出台惠及文化和旅游企业纾困政策措施多达200多项，涉及各类文化和旅游市场主体，包括减税降费、金融支持、稳岗就业、降低成本等等。

二是核心领域营收整体上扬。前文就2020年文化传播渠道和文化娱乐休闲服务行业增加值下降严重情况进行了分析。在一系列政策措施的扶持下，2021年前三季度，文化传播渠道相关企业营业收入为9309亿元，比2020年同期增长30.1%，比2019年同期增长8.6%，保持

了良好上扬势头。除文化娱乐休闲服务受疫情冲击较大外，新闻信息服务、创意设计服务、内容创作生产等3个行业两年平均增速超过两位数，分别为19.5%、16.3%和11.1%。二是核心领域营收整体上扬。前文就2020年文化传播渠道和文化娱乐休闲服务行业增加值下降严重情况进行了分析。在一系列政策措施的扶持下，2021年前三季度，文化传播渠道相关企业营业收入为9309亿元，比2020年同期增长30.1%，比2019年同期增长8.6%，保持了良好上扬势头。除文化娱乐休闲服务受疫情冲击较大外，新闻信息服务、创意设计服务、内容创作生产等3个行业两年平均增速超过两位数，分别为19.5%、16.3%和11.1%。

三是文化新业态成为重要支撑。两年来，疫情给文化消费市场带来了巨大的外部冲击，同时也加速了文化产业的转型升级和创新发展，最显着的例子是以“互联网+”“科技+”为载体的数字化文化产业新业态和新场景，成为满足居民多元化文化需求的新趋势，为扩大内需带来持续性拉动力。据《2021年中国数字文化娱乐产业年度综合分析报告》显示，截至2021年数字娱乐核心产业规模达到7824亿元人民币，同比2020年增速13.5%。三是文化新业态成为重要支撑。两年来，疫情给文化消费市场带来了巨大的外部冲击，同时也加速了文化产业的转型升级和创新发展，最显着的例子是以“互联网+”“科技+”为载体的数字化文化产业新业态和新场景，成为满足居民多元化文化需求的新趋势，为扩大内需带来持续性拉动力。据《2021年中国数字文化娱乐产业年度综合分析报告》显示，截至2021年数字娱乐核心产业规模达到7824亿元人民币，同比2020年增速13.5%。

另据国家统计局的数据显示，2021年前三季度，16个文化新业态行业实现营业收入28322亿元，比上年同期增长26.1%；两年平均增长24.0%，高于全部文化企业平均水平14.0个百分点。其中，可穿戴智能文化设备制造、互联网广告服务2个细分行业营业收入两年平均增速分别为54.0%和37.0%。

机遇与挑战并存，探索与创新并举。结合前文综合分析，文化产业评论判断，在疫情防控新常态背景下，2021年全国文化及相关产业增加值有望大幅反弹，增加值占GDP比重极有可能突破2019年（占GDP比重4.5%）同期水平，实现历史性逆转。（占GDP比重4.5%）同期水平，实现历史性逆转。

南京文化产业展开“数字羽翼”

芮天舒 江苏商报(数字报) 2022年1月12日

如果说文化产业是一根魔棒，当它与城市相融合，就为日常的生产生活注入了化茧成蝶般的神奇力量。在秦淮区老门东景区，3D立体投影秀吸引众多市民前来打卡，明城墙化身巨幅银幕，在流光溢彩中讲述历史；在南京城墙神策门至太平门段，一条“最美徒步智道”铺展开来，健走爱好者们通过手机App就能监测运动信息，得到科学运动指导；南京硅基智能把企业的服务内容输入到其知识图谱中，打造“数字人”；南京达斯琪研发“光场成像”设备，无须介质承载即可实现裸眼3D影像……

“十三五”期间，南京文化产业取得累累硕果；迈入“十四五”，南京加速推动文化与科技的融合，打开了一扇名为数字文化产业的大门。

从日前公布的南京市第九届文化产业“金梧桐奖”获奖名单中可以看出，达斯琪、网觉、硅基智能等本土文化领军企业正顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，不断拓展文化发展新业态、开辟文化体验新场景、创新文化消费新模式。他们的探索和付出，向我们展现了南京文化产业蓬勃发展的活力和守正创新的定力。

好政策释放强劲动能

我国数字技术发展迅猛，现已广泛应用到文化领域，给文化产品的生产、传播和消费方式带来很大的变化。习近平总书记指出：“要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，加快发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，提高质量效益和核心竞争力。”

南京作为六朝古都、十朝都会，这里的一砖一瓦皆寓底蕴，一草一木都有故事。如何用数字技术激活焕新南京最独特的文脉资源，让历史遗存“开口说话”，让人文积淀具有“现代表达”，成为南京创新发展的一道必答题。

2020年5月，南京出台了《数字经济发展三年行动计划(2020~2022年)》，在其中“数字文创”一节提出要以文化科技融合为主线，找准产业发展新路径，探索传统产业新模式，不断增强抗风险能力，推动产业高质量发展。

2021年4月，南京市印发了《关于促进南京市数字文化产业高质量发展的实施方案》，推动文化产业“上云用数赋智”，重点打造创意设计、网络文学、数字文旅、现代演艺、数字场景、影视动漫、数字文化装备等7个优势业态。

南京在全面贯彻落实中央、国务院、南京市相关促进文化产业数字化相关文件基础上，以实打实的政策进一步促进文化产业与数字经济、实体经济深度融合，推动全市数字文化产业高质量发展。数据显示，2021年前三季度，全市规模以上文化企业实现营业收入2446亿元，同比增长20.9%；实现营业利润144.94亿元，同比增长52.6%。其中，数字化成为新增长极，数字文化企业营业收入占规上文化企业营收超60%，数字出版、动漫、多媒体等16类文化新业态的规模以上文化企业，营业收入同比增长25.9%，营业利润、利润总额和应交增值税等主要经济指标继续呈现两位数高速增长。

南京数字文化产业的澎湃动力，也吸引着越来越多的优秀文化项目在南京落地。重点文化产业项目签约77个，涵盖人工智能、广播影视、动漫游戏、电商供应链、直播、网络文学、AI、智能家居等多个数字文化产业门类，签约金额达231亿元——这是2021年三场南京市文化产业资源共享会交出的成绩单。

与此同时，数字文化产业园区正成为产业和人才聚集的“强磁场”。

2021年，南京在市级文化产业园区认定中新增数字文化园区类别，新认定网易南京数字产业基地、南师大玄武文化科技园19家市级文化产业园区，其中数字文化园区9家，全市文化产业园区达到141个；前三季度全市重点文化产业园区入驻企业数同比增长70.5%，吸纳就业人数同比增长20.5%。

数字赋能文化产业发展，加深了文化与人、文化与产业、文化与城市的联结，持续推动古城南京焕发新活力。

活化传统文化讲新故事

传统并非食古不化，文化亦非曲高和寡。近年来，南京众多文化企业不断探索内容生产与消费全流程数字化转型，为优秀传统文化插上“活化”之翼。

在线下展览方面，正在德基美术馆举办的“金陵图数字艺术展”引得市民游客争相打卡。在电影科技、定位技术、三维声效等现代科技的帮助下，德基文化科技有限公司让馆藏的冯宁版《金陵图》在全长近110米、高3.6米的大屏幕上被放大了100倍。观众只需要戴上定位手环，打开手机，通过App程序，就能一秒钻进画中，变身画中人物，享受古代南京的社会生活。“凤凰台上凤凰游，凤去台空江自流……”在去年的深圳文博会上，南京文化科技企业达斯琪凭借研发的3D全息智能炫屏这一载体，将南京市越剧团打造的“金陵三部

曲”中的第二部《凤凰台》带到了展会现场，重现了梅花奖得主、南京市越剧团毕派小生李晓旭倾情演绎的诗仙李白，吸引了众多参观者的目光。

在线上视频方面，由江苏原力数字科技公司制作出品的网络动画片《故宫里的大怪兽》，以孩童视角带领观众感受“故宫奇妙游”，累计播放量已达4.2亿次。该动画片采用“真人+计算机动画”的制作方式，打造一个既深度结合传统故宫元素，又充满无限想象力的国风奇幻世界，新鲜的视听呈现让人对传统文化的了解更直观有趣。

而南京第七区文化科技有限公司则是在文创开发上做起了文章，通过深度挖掘项羽与浦口的历史故事，制作了动漫作品《霸王之战》，以“项羽文创IP开发”为发展方向，将历史文化融合现代元素进行一系列的文创、动漫、文艺创作。同样是文创开发，高淳陶瓷在陶瓷的生产制作过程中大量应用3D打印等技术，将陶瓷的设计创意与美的创造和文化的承载融入其中，制造出科学、技术、文化与艺术高度融合的陶瓷产品。

当传统文化拥抱数字技术，新型文化业态创新发展，文化产业链也随之延长。多位南京文化企业家表示，随着数字经济高速发展，科技带来的创意和价值不断升级，文化产业萌生了更多新形态，也将会有更多满足市场需求、具有全球竞争力的文化产品出现。

场景再造焕新千行百业

数字技术如同一座“穿越门”，连通了虚拟与现实，把梦想变成体验，让未来近在眼前。《“十四五”规划和2035远景目标纲要》明确提出，要实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。

不少南京企业以这道“穿越门”为发展利器，以新产品、新技术、新模式，持续探索文化新业态，用高质量供给不断满足群众新期待。

你听过“数字人”吗？在南京硅基智能科技有限公司的展厅里，就有一位“健身数字人”。它能指导来访的人一起完成深蹲、开合跳、肘膝碰等多种健身动作。据了解，硅基智能采用AI+数字人复刻技术被广泛应用于咨询、娱乐、教育、医疗、旅游、政务、交通等众多行业的数字化商业服务交互场景中，承担起智能客服、新闻主播、销售顾问、旅游向导等角色。

目前硅基智能已创造100多万“数字人”，投入服务40多个行业4万多家企事业单位，到2025年预计为全球输出1亿硅基“数字人”。

同样是用科技赋能千行百业，南京网觉软件有限公司则借助大数据力量，为合作伙伴提供全球跨平台高效的游戏娱乐、用户增长以及效率创新服务解决方案，利用“创意+算法”，帮助中国企业在全球商业生态中把握数字化先机；南京百音高科技用创意冲破想象边界，从气膜馆建筑声学改造、展览陈列场景开拓到文化IP运营，用匠心铸造行业标杆，用专业成就品质未来。时代的发展、科技的进步，大众对文旅产品的体验需求越来越多元化，不少游客更加注重新鲜感、体验感及互动性，沉浸式文旅产品应运而生。南京大美金旅文化旅游有限公司打造的《南京喜事》集沉浸场景、沉浸表演、沉浸互动、沉浸视效为一体，让每个观众都能在互动演出中收获不一样的“南京故事”。

在视效方面，《南京喜事》除了采用世界级最新的多媒体技术，还在中国首次打造出五面屏360度的全沉浸感官体验，其舞美置景也高度复原了数百年前的南京大家族古宅。在演出中，观众还能欣赏到云锦、剪纸等南京非遗，听金陵方言，品南京味道，从“视、听、嗅、味、触”全感官来感受这场南京的文化，感受南京喜事。在“数字技术+文化”的征途上，更多的文化企业在细分领域默默耕耘。在农业领域，汇通达网络股份有限公司通过产业

互联网+智能零售的新模式，建设了城乡流通“新商路”，培养了乡村本地“新农商”，培育了乡镇经济“新动能”。其业务覆盖超1.9万个乡镇，惠及超过3亿农民消费者；

在传媒领域，龙虎网从传统的新闻网站变身科技型互联网信息服务企业，5G直播、云上助农、VR展陈……以互动式、服务式、体验式新闻形成“网上网下同心圆”；在教育领域，江苏欧帝电子科技有限公司利用智能显示技术打破空间场景束缚，将传统文化内容转换为在线化、实时化和虚拟化的数字内容，探索数字文化传播新模式……

融合发展激发城市新能级

在各类产业中，文化产业最大的特殊性就在于它有经济属性，但从根本上来说是与创造美好生活息息相关，数字技术则构筑了赋能美好生活的能量场。南京市第十五次党代会确立了“全面建设人民满意的社会主义现代化典范城市”的奋斗目标，提出致力于放大古今交融特色，提升历史文化名城世界影响力。坚持以文育人、固本培元，让城市闪耀信仰之光；突出以文铸城、延续文脉，让城市散发人文芬芳；注重以文兴业、融合发展，让城市彰显时代气息。

蓝图已经绘就，逐梦唯有笃行。未来南京将坚持以产业数字化作为发展主要引擎，进一步推动全市文化产业与数字经济、实体经济深度融合，持续聚焦创意设计、影视动漫、数字出版、网络文学等领域，培育壮大云演艺、云展览、数字艺术、沉浸式体验等新型文化企业、文化业态、文化消费模式，改造提升传统业态，推动线上线下融合，谋划产业长远布局。

同时，继续做大做强特色园区集聚区。推动园区载体建设成为文化科技融合创新的先导区、高端文化产业的集聚区；推动全市公共文化空间、艺术街区、众创空间等特色文化集聚区建设，让艺术深入街巷，文化融入城市肌理。

专题研究

从十四五文旅规划窥探未来五年文旅竞争趋势

搜狐网 2021年12月4日

文化和旅游“五年规划”是国家和地方国民经济和社会发展“五年规划”的重要组织部分，也是细化分解上位规划发展战略和重大任务的专项子规，主要包括总体要求、发展目标、空间布局、发展任务及保障措施等内容，对未来5年乃至15年文化和旅游发展具有重要的目标导向作用。据不完全统计，截至2020年12月3日，已有包括北京、天津、上海、河北等在内的20个省份发布了省级层面的“十四五”文化和旅游发展专项规划（以下简称“文旅规划”），对“十四五”时期文旅发展进行顶层设计和系统谋划。研读分析各地《文旅规划》发现，在其“总体目标”中，出现次数最多的两个关键词就是“国际化”“世界级”，彰显了各地国际化视野和前瞻性思维，同时也预示着，未来五年乃至十年，增强地区国际竞争力将成为新常态。

一是战略导向作用明确。紧扣国家发展战略，锚定2035年远景目标，已经成为各地“十四五”文旅规划共同的焦点。如京津冀三地的《文旅规划》，“世界文化名城”“国际消费中心城市”“国际知名旅游目的地”等成为支撑“总体目标”的关键词。北京作为首都城市和“双奥之城”，被国家赋予了担当“四个中心”和承接非首都功能纾解的战略使命，其在《文旅规划》提出，到2025年，文化和旅游服务保障国家对外工作大局和重大国事活动的能

力和水平显著提升，服务首都城市战略定位、助力全国文化中心建设的作用持续增强，世界文化名城和世界旅游目的地城市建设取得重大进展。

天津作为拱卫首都的门户城市、京津冀世界级城市群之一，被定位为“全国先进制造研发基地、北方国际航运核心区、金融创新运营示范区、改革开放先行区”，在“十四五”《文旅规划》中则提出，强化天津城市形象的国际化、多元化、生态化、智慧化，打造国内外知名的文化旅游目的地和集散地、旅游装备制造基地、国际消费中心城市。并提出“一核一带两园三区六组团”文旅融合空间布局。

同样，河北省作为京津冀战略拓展的腹地，是“全国现代商贸物流重要基地、产业转型升级试验区、新型城镇化与城乡统筹示范区、京津冀生态环境支撑区”，在其《文旅规划》总体目标中明确，到2025年，文化强省和旅游强省建设取得重大进展，文化创新发展新高地、文化和旅游融合发展新样板、国际知名的旅游度假休闲目的地建设取得重大突破。

二是门户节点优势凸显。与北京和天津不同，上海作为长三角一体化发展龙头，承载着服务国家战略、建设开放型世界经济、代表国家参与全球合作与竞争的使命。其中，文化和旅游被赋予了重要任务。《上海市城市总体规划（2017—2035年）》明确提出，上海将建设成为卓越的全球城市、具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市、世界著名旅游城市、世界一流的旅游目的地城市。在新发展格局背景下，上海围绕打造“国内大循环的中心节点和国内国际双循环的战略链接”世界级城市核心枢纽功能，再次将提升文化和旅游全球影响力和竞争力列入“十四五”时期重点规划内容，分别以建设社会主义国际文化大都市和深化世界著名旅游城市建设为目标制定了“两个专项”。

在《上海市社会主义国际文化大都市建设“十四五”规划》中确立，到2025年，快建设成为更加开放包容、更富创新活力、更显人文关怀、更具时代魅力、更有世界影响力的社会主义国际文化大都市”的总体目标。并围绕总体目标，重点聚焦“两中心、两之都、两高地”，加快推进全球影视创制中心、国际重要艺术品交易中心、亚洲演艺之都、全球电竞之都、网络文化产业高地、创意设计产业高地建设。

在《上海市“十四五”时期深化世界著名旅游城市建设规划》中将“一梁四柱”写进总体目标，即加快形成具有全球吸引力旅游产品体系、全球竞争力旅游产业体系、全球配置力旅游市场体系的高品质世界著名旅游城市新格局，着力将上海建设成为都市旅游首选城市、国际旅游开放枢纽、亚太旅游投资门户、国际数字旅游之都。

三是区域同题竞争加剧。随着长三角一体化发展战略向纵深推进，沪苏浙皖三省一市在文化事业、文旅产业逐步走向共建共享、互融互通，在全国文旅产业版图中有举足轻重的地位。据相关统计，目前上海、江苏、浙江和安徽的GDP约占全国1/4，其中文化产业增加值超过全国1/4，在区域GDP中的占比也超过了5%，高于全国平均水平。

值得注意的是，“十三五”期上海都市圈乃至整个长三角区域都存在产业发展趋同且目标定位不明确等问题。因此，“十四五”期间，如何融入双循环新发展格局，在长三角整个区域内进一步做好产业分工与功能互补，增强区域文化和旅游国际影响力？成为沪苏浙皖三省一市“同题竞争”的重中之重和关键抓手。

浙江省与上海同出一辙，分别制定了《浙江省文化改革发展“十四五”规划》《浙江省旅游业发展“十四五”规划》，以“两个专规划”同步推动文化和旅游高质量发展。浙江省在《文化规划》中提出，到2025年，基本建成中国气派、古今辉映、诗画交融的文化强省；到2035年，全面建成文化强省，浙江成为展示社会文明进步和中华文化魅力的闪亮窗

眼。而在《旅游规划》中则提出，到2025年，率先基本建成现代化旅游经济强省，努力成为长三角休闲度假胜地、中国最佳旅游目的地、国际知名旅游目的地和未来旅游先行地。浙江“十四五”期间的旅游总体目标与上海确立的“世界著名旅游城市、世界一流的旅游目的地城市”不相上下，甚至有点“曲同词不同”的文化意境。与此同时，江苏省《文旅规划》目标定位是，到2025年优质旅游产品成为“人们心目中最美的江苏”重要窗口，江苏建成文化建设高地、旅游高质量发展示范省、文化和旅游深度融合发展样板区，推动江苏成为水韵人文魅力充分彰显的世界著名旅游目的地。并设置“打造国际国内知名旅游目的地”专章、“实施世界级旅游目的地重点产品培育计划”专栏。目前，虽然安徽省“十四五”文旅发展规划尚未公布，但根据上述“两省一市”的规划目标，顺应长三角一体化发展的大势，抢抓国际化发展的机遇，肯定是文旅规划不可或缺的关键词。

四是文旅质量发展优先。在东南沿海地区主要包括山东、江苏、上海、浙江、福建、广东、海南“六省一市”，无论是经济总量还是文旅产业增加值，几乎占据了全国的半壁江山。接上而论，虽然沪苏浙“两省一市”文旅规划总体目标呈现“问题竞争”的态势，但“粤闽琼鲁”四省的《文旅规划》却显得自信和从容，总体目标更加注重质量发展优先和固强补弱。

在东南沿海及至整个泛珠地区，广东是无可替代的第一经济大省和文化产业强省。2019年广东的文化产业增加值为6227.18亿元，占全省GDP5.8%、占全国文化产业增加值14%，连续17年居全国第一。其《文旅规划》明确，到2025年，广东更高水平的文化和旅游强省建设取得重大进展，文化和旅游产业发展质量显著提高，携手港澳打造粤港澳大湾区世界级旅游目的地。总量之外，广东更加关注“质”的发展。

海南是中国旅游的靓丽名片，被誉为旅游度假的天堂。但文化产业相对较弱，2020年文化产业增加值为205.48亿元，占GDP比重3.7%。对此，海南省在《文旅规划》中明确，到2025年，将海南打造国际旅游消费中心、国际知名度假天堂、康养天堂和会展高地，建设成为国家文化和旅游高质量融合发展先行区、国家对外文化贸易基地、“一带一路”国际文化交流基地、世界文化艺术品交易基地、彰显中国文化自信的重要窗口。强化了文化及相关产业目标取向。福建省在《文旅规划》在中长期目标中提出，到2025年，文化强省建设和全域生态旅游省建设取得重大成果，文化和旅游领域高质量发展超越迈出重要步伐，文化产业和旅游产业在全国的位次明显提升。福建作为我国重要的自然和文化旅游中心、21世纪海上丝绸之路旅游核心区、世界知名旅游目的地的地位更加凸显。同样，对文化产业争先抢位非常关注。

山东省北接渤海，东临黄海、处在东亚经济圈和东亚文化圈的核心区域，是环渤海经济带的重要省份，地处中国最大的出游目的地城市群京津冀、长三角之间，文旅经济位居全国前列。“十四五”期间，山东省《文旅规划》提出，大力发展精品旅游，建设红色文化旅游基地、优秀传统文化旅游基地，打造文化旅游融合发展新高地、国际著名文化旅游目的地。发展规划彰显了齐鲁文化优势。

五是培塑硬核特色品牌。与东南沿海省份不同，东北地区三省四季分明，地区间差异性大，资源互补性强。辽宁南临黄海、渤海，东与朝鲜一江之隔，与日本、韩国隔海相望，是东北地区对外开放的门户；黑龙江位于东北最北端，东部和北部与俄罗斯为邻，冰雪旅游、生态旅游等资源丰富；吉林位于东北中部，处于日本、俄罗斯、朝鲜、韩国、蒙古与中国东北部组成的东北亚几何中心地带，冰雪旅游是其特色产业。从三省《文旅规划》发展目标看，也契合了各自的特色。

辽宁省在《文旅规划》中明确，到2025年，文化和旅游业高质量发展的体制机制更加完善，治理效能显著提升，文化事业、文化产业和旅游业成为辽宁经济社会发展和综合实力竞争的强大动力、重要支撑，初步形成东北亚休闲旅游目的地，向世界知名生态休闲旅游目的地迈进。同时，还将发展休闲旅游列入了《辽宁沿海经济带高质量发展规划》。

黑龙江省《文旅规划》则强调，到2025年，文化事业、文化产业和旅游业发展水平不断提升，文化强省建设稳步推进。中国冰雪旅游目的地的领先地位进一步巩固，国际冰雪旅游度假胜地、中国生态康养旅游目的地、中国自驾和户外运动旅游目的地初步建成。同时，还配套编制了《黑龙江省冰雪旅游产业发展规划（2020-2030年）》。从目标上看，冰雪旅游硬核品牌进一步强化。同样，作为冰雪旅游大省的吉林，在《文旅规划》中指出，到2025年，旅游产业全面提升，冰雪经济突破创新，文化产业加快发展，建设旅游强省、冰雪经济强省成效显著，为建设文化强省远景目标奠定基础。力争用5至10年时间，建设成为中国冰雪经济强省和世界级冰雪旅游目的地。也配套编制了《吉林省冰雪产业高质量发展规划（2021-2035年）》，形成了多点同向发力的态势。

六是规划设计周期偏长。文化产业评论（ID: whcyp1）对已公布的20个省份进行盘点后发现，目前东部地区和东北地区已经全部发布相关规划，中西部地区的18个省份，除中部江西、湖南及西部陕西、四川、贵州、甘肃和宁夏“6省1区”亦发布了规划，未发布的11个省份（河南省、湖北省、山西省、安徽省、重庆市、云南省、青海省等7省市及内蒙古、新疆、西藏、广西4个自治区）均在中西部地区。从目前中西部“6省1区”发布的《文旅规划》内容看，与东部地区相比较，这些省份也不甘人后，同样有国际化和世界级的目标定位。中部地区文旅大省江西在《文旅规划》中提出，到2025年，建设成为国家文化和旅游产业重要基地，打造成为红色旅游首选地、最美生态旅游目的地、中华优秀传统文化体验地，建设成为世界知名旅游目的地。

湖南省在《文旅规划》中明确，到2025年，文化强省和以锦绣潇湘为品牌的全域旅游基地建设取得重大进展，建成全国文化高地、全国文化和旅游融合发展示范区、国内外著名旅游目的地。此外还特别提出，到2025年，规模以上文化企业数量超过5000家，营业总收入超过5000亿元，建成3家国家级文化产业园区。

西部地区“4省1区”资源禀赋相当，但在文旅经济实力上呈“南强北弱”的态势。四川省在规划中提出，到2025年，基本建成文化强省旅游强省，世界重要旅游目的地建设取得突破；陕西省提出，到2025年，陕西力争成为传承中华文化的世界级旅游目的地、国际文化旅游中心、中华优秀传统文化示范区、革命文化继承弘扬样板区；贵州省提出，到2025年，文化强省建设取得重大进展，打造国际一流山地旅游目的地和国内一流度假康养目的地。

西北地区的甘肃省《文旅规划》中提出，到2025年，文化和旅游强省建设取得重大进展，全力建成丝绸之路国际文化旅游枢纽站，三大国家文化公园文旅融合示范区，中国西部自驾游大本营；宁夏回族自治区则提出，“十四五”期间，大西北旅游目的地、中转站和国际旅游目的地的旅游功能和服务能级大幅提升；到2035年，基本建成文化强区和国际旅游目的地。明显感到，两地目标更加具象。

开局关系全局，目标催生使命。从某种意义上讲，各地“十四五”《文旅规划》所确立的总体目标，决定一个地区未来文旅产业结构性改革和发展方向。不管目标高低，难度有多大，唯有坚持“一张蓝图绘到底”，按照既定目标真刀真枪地干、真金白银地投，能真正让“规划图”变成“实景图”！

数字文旅的当下与未来

王慧娴 张辉 中国经济网 2021年12月17日

2020年，中国数字经济规模达39.2万亿元，成为推动我国经济高质量发展的重要引擎，特别是在疫情防控常态化背景下，数字技术催生的新技术、新业态，为经济恢复和发展提供了新路径和新思路。从经济动能到民生领域，数字经济正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。在百年未有之大变局下，旅游业应积极运用数字手段、深挖文化内涵，大力推动数字文旅发展。

当前，数字化助力旅游发展的成果主要体现在五个方面。

第一，政府治理。党的十八届三中全会提出“推进国家治理体系和治理能力现代化”。云南省积极响应国家号召，以整治旅游市场乱象为契机，与互联网头部企业腾讯强强联手，推出“一部手机游云南”项目，该项目的旅游综合管理平台在政府决策、城市管理、公共应急、行业监管、智慧统计等方面为政府治理提供了便利和支撑。“一机游”模式是有为政府+有效市场的产物，在全国得以推广，例如上海+驴妈妈、温州+阿里等案例，都是“数字中国”在旅游领域的重要成果。

第二，游客服务。数字时代改变了人们的旅游消费形态，游客通过移动终端设备就能实现吃住行游购娱的线上一站式服务。特别是Z世代消费者对颜值、品质、社群的追求，倒逼目的地和景区深度挖掘特色文化，旅游产品的呈现方式更加多元、创新。微信、支付宝、App“多端一码”，用户购买电子票、扫码预约、分时参观，刷脸入园、刷脸入住、高速无感支付，获得更简单、更便捷的服务体验，同时，投诉解决时间大大缩短，提升了游客满意度。数字技术融入游前、游中、游后各个消费场景，紧紧围绕游客需求，践行“以人民为中心”的发展理念。

第三，景区管理。数字化生产方式注重景区的IP打造及其衍生品研发，在此基础上，区块链技术使得门票、文创商品与数字藏品联姻，激活了潜在游客和二次消费。景区旅游大数据平台建设的优势体现在讯息发布、实时数据统计、旅游电子商务、旅游预测预警等方面，根据实时监控各渠道的人流、车流数据进行指挥调度，实现景区设施资源的前置性配置，综合协调各类资源的使用状态，避免产能过剩或不足的情况产生。

第四，旅游营销。信息不对称的黑箱被“两微一抖、一手一书”的新传播方式打开，不仅有游客主动分享游记、攻略，帮助目的地扩大影响力和知名度，还有网红导游的流量红利，更突出的一个特点是涌现出一批文旅部门的基层干部积极利用短视频、直播等新媒体形式，为地方代言、替百姓带货，尝试走出一条数字时代的特色文旅营销之路，创新了工作方式。飞猪旅行则以“造节”的方式对以宁夏为支点的5个省区大西北目的地IP进行推广，在沙坡头举办“大漠赫兹音乐节”。

第五，人才培养。浙江旅游职业学院在专业课程设计中引入“全国导游资格证书”“研学旅行课程设计与实施”“旅行策划”“旅游定制师”等证书标准，课程教学内容做到书证融通，充分激发教学热情与学习活力。实践环节进行导游讲解、旅行定制和旅行策划、研学指导、智能导览等技能的相关训练。学生通过考取上述证书以及阿里巴巴等企业技能认证系列的相关证书，取得从业资格，实现“互联网+旅游”数字化技能的转型升级，为就业提供更多有效选择。

管理大师彼得·德鲁克认为，动荡时代最大的危险不是动荡本身，而是仍然用过去的逻辑做事。未来数字文旅发展应主要从三个层面布局。

政府层面，运用数字化思维，通过数据要素流动和数字政府建设实现从“数字”到“数治”，促进形成政企参与、信息共享、高效联动的治理体系，加快整体社会资源配置、激发创新动力、提升数字化治理能力。支持数据中心、云平台等数字化基础设施建设，鼓励企业参与数字基础设施开放合作，加强APP、小程序等移动互联网基础设施建设，积累数据资产。挖掘和培育具有鲜明中国文化特色的原创旅游IP，打造具有广泛影响力的数字文旅品牌。

产业层面，既包括数字产业化，又包括产业数字化。数字经济催生的景观，如杭州“数字经济旅游十景”会成为与自然景观、人文景观并列的数字景观类型。结合网络直播、短视频、平台电商等在线新经济，发展旅游直播、旅游带货等线上内容生产新模式。支持VR、AR、MR、5G+4K/8K超高清、全息互动投影、无人机等技术在文旅领域的应用，丰富虚拟体验内容，开发旅游演艺、文博数字体验展、光影艺术沉浸式体验展等沉浸式体验项目。推动数字文旅产业与新型制造业、消费品工业、智慧农业、现代服务业融合发展。

企业层面，构建包括无感购票、自动指引、智能监控、安全防范、智慧餐厅、文物保护、景区运营等的智慧旅游生态体系。加强文旅消费大数据采集、存储、加工、分析和运用，打造文旅数据产品和服务体系，促进企业的供需调配和精准对接。建设数据汇聚平台，支持上下游企业开放数据，推动全流程数据采集，提升数据流通商用共享水平。构建数据安全责任体系，增强数据安全服务，提高文旅企业网络数据使用的规范性和安全性。

大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、5G通信等新兴技术被广泛使用，由此带来了整个经济环境和经济活动的巨大变化。旅游业要通过大数据的识别—选择—过滤—存储—使用，引导、实现旅游资源的快速优化配置与再生，把握数字经济发展趋势和规律，推动构建旅游业新发展格局。

文化遗产

激活历史文化遗产保护“一池春水”

邢虹 王丽华《南京日报》2021年12月31日

不久前，在第44届世界遗产大会上，“泉州：宋元中国的世界海洋商贸中心”成功列入《世界遗产名录》，成为中国第56项世界遗产。”泉州：宋元中国的世界海洋商贸中心”系列遗产由22处代表性古迹遗址及其关联环境和空间构成，系统地涵盖了宋元泉州海外贸易经济体系中的生产、运输、交易、消费、服务、管理等核心环节，覆盖了从港口经城市到腹地的地理和经济区域空间，共同促成了泉州在公元10世纪至14世纪逐渐崛起并蓬勃发展，成为东亚和东南亚贸易网络的海上枢纽，对东亚和东南亚经济文化发展作出了巨大贡献。

文明因多样而交流，因交流而互鉴，因互鉴而发展。南京与国际“朋友圈”好友的双向奔赴，激活了历史文化遗产保护的一池春水。

12月15日至31日，世界的目光再次聚焦有着2500年历史的文化名城——南京。在江苏园博园、门东历史文化街区小东园、金陵小城等网红地标，2021南京历史文化名城博览会（以下简称“名城会”）一系列重磅活动精彩上演。活动以“互鉴·融合·共创”为主题，“云集”国内外名城嘉宾，推介南京实践案例、交流互鉴保护路径、传递可持续发展“好声音”。在这方创新活力与人文魅力交融、古都风韵与时代风尚辉映的热土上，南京对历史文

化遗产的保护与利用正以国际化视野展开“新成效”“新步伐”“新提高”“新进步”“新水平”的崭新画卷，在全面建设人民满意的社会主义现代化典范城市的新征程上行稳致远。

文化赋能 南京在国际舞台散发魅力迸发活力

作为中国四大古都之一、首批国家历史文化名城，南京自古人文荟萃、底蕴深厚，拥有丰富的历史文化遗存。600多年前，明代航海家郑和七下西洋，南京作为决策地、始发地和造船地，推动了海上丝绸之路的大繁荣，促进了中西商业文化的大交流。今天，南京作为“一带一路”交汇点重要枢纽城市、长江经济带重要节点城市、长三角特大城市，正在全面建设人民满意的社会主义现代化典范城市。

名城会历经十八载，首创于2004年，每两年举办一届。今年是第九届，由联合国教科文组织、中国联合国教科文组织全国委员会、江苏省委宣传部、南京市人民政府共同主办。近年来，南京积极参与共建“一带一路”，推动文明互鉴与民心相通。12月15日，2021南京名城会在江苏园博园正式启动，以“郑和下西洋路线”为元素设计的启动仪式，寓示古丝绸之路与“一带一路”的联结与延续。来自联合国教科文组织、上合组织等国际机构、“一带一路”沿线城市、国际友好城市、国内外历史文化名城、世界城市文化论坛组织成员城市的各方嘉宾，线上线下相约南京，共绘“一带一路”多元文化交流共生的新画卷。

南京的城市国际文化影响力更加彰显。

99个友好城市和友好合作城市遍及五大洲52个国家，城市“朋友圈”越来越大；深入实施文化遗产遗迹保护工程，全面推动南京明清城墙联合申遗工作，南京云锦、秦淮灯彩、金陵刻经、南京金箔、南京白局等非物质文化遗产在世界舞台上散发魅力。正如联合国教科文组织驻东亚五国代表夏泽翰在2021南京名城会特别对话——“和衷共济：共筑可持续发展的城市未来”上对南京的评价：被誉为六朝古都的南京，是一座国际城市，一座记录历史之城，更是一座文化艺术之城。

名城对话 聆听世界城市文化遗产与创新之声

历史文化遗产是文明源远流长的见证，是世界各个城市的根脉。

名城会期间，在“和衷共济：共筑可持续发展的城市未来”特别对话、2021世界城市遗产与创新论坛上，世界各地历史文化名城的代表、“一带一路”沿线国家和地区的嘉宾，展开精彩的思辨，分享现实案例和最新趋势。

“文化已经走到城市发展的中心地位，引领着城市的未来发展”、“全球化背景下，城市如何创新保护历史文化遗产”、“在多元文化融合和跨文化交流下，历史文化遗产的新出路”……一系列议题引发热议。

“为了实现我们的共同目标，即让城市具有包容性、安全性、复原力和可持续性，我们必须重视城市的文化资产，并将这种现实转化为更有效的政策和更加可持续的城市治理。”夏泽翰说。

英国伦敦市副市长、世界城市文化论坛组织主席贾斯汀·西蒙斯表示，世界城市文化论坛组织由八个成员城市发展到世界各地的近四十个城市，约有56处联合国教科文组织的世界遗产。而在南京举办区域论坛探讨城市在面对遗产和文化时的创新路径，分享世界各地的最佳实践，对于推动保护和利用历史文化遗产有着实际的意义。

葡萄牙里斯本市前文化事务副市长卡塔尔娜·瓦斯·平托认为，文化事业的发展会创造更强的城市归属感和认同感，她介绍了里斯本图书馆网络建设计划。多伦多市政府文化艺术部高级文化事务官员洛里·马丁向与会嘉宾展示了北美正在进行的最大的再开发项目——多伦多滨水区复兴项目案例。

利物浦大学建筑与视觉艺术中心主任理查德·科克表示，他们正在通过数字技术，将利物浦市一级建筑圣乔治大厅改造为新的沉浸式旅游景点。创意城市之父、创意体系节的联合创始人、英国城市规划专家查尔斯·兰德利说，阿姆斯特丹对待古旧建筑不是拆除，而是翻新投入新的用途，比如变成创业中心、博物馆，或者普通的工作场所、酒店等。

也有专家谈到生态环境等因素。前意大利米兰市副市长斯坦法诺·博埃里将“垂直森林”概念引入中国，如正在南京打造“南京垂直森林”项目，他说未来期待更多实际项目的落成。

“云”上联动 全球青年用艺术保护“共同的遗产”

联合国教科文组织在《保护世界文化和自然遗产公约》中提到，要大力推广普及保护世界遗产的责任意识，特别是要加强面向青年的世界遗产教育。2021南京名城会秉持了这一宗旨，聚焦Z世代青年进行实践，并举办丰富多彩的展览。

15日下午，名城会实践与展览活动环节的重要项目——“共同的遗产，共同的世界”艺术共创行动正式启动。一场全球线上传递、一场快闪、一个南京全城落地展示精彩上演。南京名城会组委会通过海内外社交平台，向全球100位艺术家发出创作邀约，用艺术表达保护“共同的遗产”的决心。

摄影、数字媒体艺术、平面设计、手绘，活动征集到来自中国、英国、法国、西班牙、柬埔寨、哈萨克斯坦、尼日利亚、利比里亚等15个国家的超过30位青年创作者的艺术作品。25岁的欧丹青（Camila Ocando Thomas）第一个响应活动，她是委内瑞拉视觉艺术家和诗歌作家，作品描述为“创造力是文化遗产‘活起来’的基石”。哈萨克斯坦的哈俊（Yumakayeva Elvira）目前在南京艺术学院留学，她创作了一幅名为《共同希望》的画作，希望所有人守护并维持文化遗产的生命力。

“好一朵美丽的茉莉花，芬芳美丽满枝桠，又香又白人人夸……炽热的阳光，永恒的世界，充满爱的明亮世界，我们幸福地欢快歌唱……”在南京的明城墙、英国的温莎城堡、尼日利亚的拉各斯大学、阿联酋的迪拜之框、埃及的金字塔等知名文化地标，20位中外青年代表用大提琴、二胡、长笛及非洲鼓等乐器，共同演奏并合唱《从茉莉花到图兰朵》。一场全球快闪让所有人沉醉于东西方音乐融合的美妙氛围中。

本次共创行动也在展示形式和空间上突破。12月15日到19日，25只高2米、4米、6米不等的“Together”系列气球装置在南京全城文化遗产地标前落地展示。气球的一面展示线上征集的艺术作品，另一面选取作品中的代表元素二次创作，吸引年轻人打卡拍照。话题在新浪微博、脸书、推特等海内外社交媒体平台引发热议，许多青年表示展览方式很新颖，希望有机会到南京来。

同时，以“极美南京”整座城市为展场，举办2021“丝绸之路青年之眼”国际摄影大赛作品展，将世界各国青年眼中的历史文化遗产与南京市民分享，也成为热议的话题。

不仅如此，名城会举办期间，多个重要的国际活动同时在南京举办。12月17日晚，2021“一带一路”青年创意与遗产论坛特别对话在北京、南京、长沙三地同步举行。以“创意、遗产和韧性方面的青年领导力”为主题，46个“一带一路”沿线国家的80多名青年代表参与讨论。

以“文”会友 探索文化遗产保护利用新路径

以“文”会友，擦亮世界读懂南京的窗口。2019年，南京正式加入联合国教科文组织全球创意城市网络，被授予“文学之都”称号。同一年，南京正式加入这个现今最高级别的国际城市间文化交流平台——世界城市文化论坛组织。

有了世界级文化名片，可以更好地彰显南京的文化形象与城市品牌。12月16日下午举行的2021世界城市遗产与创新论坛上，南京文学之都促进会秘书长闻一武说，文学空间需要一个“总纲”，就是“南京文学客厅”。“希望通过这根‘总纲’浓缩南京文学的十个维度，包括文脉的长度、包容的气度、作品的浓度、人文的温度等等。”南京大学建筑与城市规划学院教授、建筑系主任鲁安东表示，南京正在建设一座文学馆，并在规划10条文学之都小路，比如六朝文学小路、现当代文学小路、明清文学小路。在发布《文化推动世界城市活力报告》时，南京作为全球案例，被世界文化与创意领域的专家、全球城市咨询机构创始人兼负责人大卫·亚当屡屡提及。“南京在文学文化指标方面表现得很好，是这个领域中成绩最好的城市之一。”比如在电影方面，2020年南京票房3.63亿，持续多年稳居全国城市排名前十的“票仓”。

文化遗产是人类文明的载体，是文化交流传播的“天然使者”。除了本土实践，南京许许多多的高校学术团队还活跃在世界各地，以实际行动推动历史名城保护的国际合作，为当地的文化遗产保护贡献“南京力量”“中国智慧”，深化对外文化交流。东南大学建筑学院董卫教授及其团队正是这样的存在。在名城会期间，他分享了保护妙乌古城的案例。“通过一整片建筑群、街区、村落等的保护，形成整体遗产保护方案，留存住风貌和气质，同时活跃当地的经济、文化生活，这是目前文化遗产保护的新趋势。”董卫表示，为了更好地将国内的保护经验向外传播，加强国际合作，推动中外文化交流，他和团队不仅在积极推动《“一带一路”城市历史白皮书》等理论文件的编撰，还在缅甸、柬埔寨、印度、尼泊尔等沿线国家和地区参与了许多古城保护的实践案例。2021名城会系列活动——“历史城市保护与可持续发展”国际研讨会上，东南大学与联合国教科文组织揭牌共建“亚洲遗产档案中心”及“联合国教科文组织国际文化遗产保护与修复研究中心—亚洲遗产管理学会秘书处”两个项目，以持续推动亚太地区历史城市以及城乡的可持续保护与发展，同时推进文化遗产管理能力的新基准。那么，南京还能给全球历史文化名城的发展带来什么？活动期间，全球的嘉宾通过“云连线”的方式认识了江苏园博园。在得知一年前它还是一座巨大废弃矿山后，嘉宾们纷纷赞叹极美南京在活化工业遗产方面做出了样板。

加强文化遗产保护、让文化遗产活起来。12月28日，南京城墙博物馆开始试开放。始建于1366年的南京城墙，是现存世界最长、规模最大、真实性最好的砖石构造城市城墙，是南京体量最大的历史文化遗产。博物馆的建造也在寻求历史文物与当代博物馆之间的对话与平衡。

“南京历史地段保护已经从1.0时代走到了3.0时代，保护的关注点实现了从建筑到街巷再到人的转变。”南京市规划和自然资源局党组成员、总规划师吕晓宁表示，近年来，南京一直致力于探索快速现代化进程中的历史文化保护路径，力求实现保护与发展的平衡。

江苏省设计大师、东南大学建筑学院教授韩冬青说，以小西湖片区微更新项目为例，五年来，小西湖片区的老房子通过“小尺度、渐进式”更新，不仅重新焕发生机，而且保留了原汁原味的烟火气。

同样令人惊喜的，还有名城会期间开街的南京颐和路历史文化街区十一街区。定位为“文化”“艺术”“时尚”，将成为南京新的文化地标。时光在消逝，文学和建筑却闪烁着它自己的光彩。

2021南京名城会收官，但极美韵味仍在向全世界传递。南京市第十五次党代会提出：南京将聚创新之能、乘开放之势、走共富之路，建设成为居者安、近者悦、远者来的典范之城。

面向未来，南京将与世界各地的历史文化名城、与青年人发生美好的链接与回应，探讨共性与特性，通过文明交流互鉴，实现文化遗产保护与城市发展的可持续和谐关系，这也是南京名城会举办的意义所在。

多举措助力霸陵文物保护 让文化遗产惠及民生

中国网 2021年12月17日

各类陶俑1000多件，金、银、铜、铁、陶质文物3000余件……自2017年以来，陕西考古工作者勘探发现了霸陵（江村大墓）的“石围界”、围合江村大墓与窦皇后陵的外陵园墙，以及建筑遗址、陶窑等，发掘了江村北陶窑遗址、江村大墓外藏坑、南陵外藏坑、栗家村汉墓等，出土大批文物，取得了丰硕成果。

那么，如何有效保护数量如此众多的出土文物？文物保护成果怎样惠及民生？

漆木器等文物打包提取到修复室保护

每一件从沉睡中醒来的文物都需要我们小心呵护，而在出土之后，很多文物还需要及时进行修复保护。12月16日15时许，记者在霸陵（江村大墓）考古发掘现场附近的白鹿原考古基地修复室看到，一名文保人员正在小心翼翼，一点一点地清理一件汉代陶排水管表面附着的泥土，另一名文保人员坐在电脑前，整理并录入文物信息。

“我们发掘出土的文物，按照流程要及时送到白鹿原考古基地，在修复室里面进行修复保护。”陕西省考古研究院副研究员、汉陵考古队副队长曹龙告诉记者，目前发现的11座外藏坑里面，包括霸陵（江村大墓）东北角3座，西南角5座，还有薄太后南陵3座，出土了金、银、铜、铁、陶质文物数千件，其中有好多有机质文物遗迹，比如说南陵二号外藏坑里面木制的车，还有一些漆木器，虽然已经朽了，但彩绘还在，对于这些有机质文物，如果遗迹保存比较好的话，文保人员一般会整体打包至实验室，进行室内清理、修复加固及科技保护。

2020年7月9日，陕西省考古研究院与陕西白鹿仓投资控股集团有限公司签署了白鹿原文物保护工作平台联合共建协议，由该公司全资筹建工作平台，用于陕西省考古研究院在该区域的文物保护工作。目前，该平台——白鹿原考古基地已建成投入使用，使得汉陵考古队的办公环境、文物存放、资料整理及学术交流等各方面都有了极大提升。

高科技设备24小时守护帝陵

“保护文物安全，人人有责……”12月16日12时许，记者在窦皇后陵沿线的乡村道路上看到，两名文保人员骑着电动车来回巡查，车子上安装的小喇叭重复播放着文物保护宣传录音。“除了加强人防，近年来，西汉帝陵安全技术防范系统工程也全面实施，在装备了高科技的技防设备后，田野文物保护做到了技防、物防和人防相结合。”曹龙说，安全技术防范系统除包括360度旋转摄像头、红外线摄像头和热成像摄像头，还有地波探测报警装置等高科技，通过这些高科技设备可以清楚监测夜间陵区内及周边情况，夜间进入陵区内物体超过设定温度自动报警，解决夜间及能见度低的恶劣天气下难以准确判断、发现、锁定文物犯罪的行为，同时也在各个防区内埋置悬浮磁钢式探测器进行24小时不间断地监控，只要有人在保护区内进行挖掘，就可立即报警，便于实时监控。

“江村大墓确定为汉文帝霸陵之后，一个重要的意义就是对我们田野文物安全保护提供了很明确的指向，大家都非常重视帝王陵的保护，公安部门召集相关派出所第一时间到考古队召开联动会议，就遗址周边加装摄像头、开展夜间巡逻巡查等工作进行了部署，目的就是要加强文物安全。”曹龙说。

保护田野文物的“陕西行动”

陕西拥有数量庞大的古迹、遗址,其中分布零散且保护条件较差的田野文物数量众多,尤其是帝王陵墓等大遗址数量多、面积大、等级高,成为陕西文物资源安全防护的重点难点。记者在采访中得知,2020年初,陕西省政府办公厅出台了《关于进一步加强全省田野文物保护工作的实施意见》,陕西将通过加强人防、物防、技防等综合措施建设,织密、织牢文物保护安全网,有效遏制田野文物盗窃、盗掘等案件,建立“打、防、管、控、建”相结合的文物安全综合治理体系。按照《意见》要求,陕西将以重要古墓葬、古塔(地宫)等田野文物为重点,分年度推进田野文物和文物保护单位安全防范系统建设,加快建成省、市、县三级文物安全监管平台。实现文物安全防范系统与公安视频监控等安防系统联网,健全从文物保护单位到县、市、省的四级文物安全监控管理体系。

同时,公安机关要将田野文物保护工作纳入社会治安综合防控体系,将田野文物安全工作全面纳入公安派出所网格化管理和巡查范围,在古墓葬比较集中的全国重点文物保护单位或文物保护单位较为密集的区域和重要考古工地设立专职警务室。依托“全国文物犯罪信息中心”不断完善文物违法犯罪人员、涉嫌文物违法犯罪高危人员的信息库。推广公安干警与文物管护人员共用办公场所,固定专人,实行不定期、高频率、网格化的武装巡逻,强化防控力度,专业精准打击文物犯罪。

以后条件成熟可以边考古边展示

“切实做好文物本体保护,我们需要一步一步扎实推进。比如说,我们对一些勘探出来的建筑基址,可以用一些特有的绿色植物把它标识出来,这也是一种保护,当然在植物选择上,宜选择浅根系、不危害遗址本体的植物。对不同遗存选取不同的植物景观设计。”谈及霸陵(江村大墓)遗址的保护,曹龙告诉记者,植物景观设计是重塑遗址风貌的重要手段。霸陵遗址以江村大墓、窦皇后陵、薄太后陵、“凤凰嘴”遗址和陪葬墓区群为核心,它们承载了霸陵的历史文化信息。植物景观设计要维持遗址的真实性,在确保遗址安全的前提下体现西汉帝陵庄严肃穆的遗址风貌。曹龙说,现在公众保护文物、热爱文物的积极性很高,希望能参观考古现场,探寻文物背后的故事。文物保护成果应惠及民生,在遗址展示中就要发挥其科普教育功能,以后条件成熟的话,可以边考古边展示,考古工作现场展示为公众揭开考古工作的神秘面纱提供了有利条件。并且可以开展模拟考古项目,让游客亲自参与到文物发掘的模拟现场中去,在专业人员的指导下体验考古发掘过程。这种方式具有互动性强、参与度高的特点,在公众亲身参与的过程中感受西汉文化魅力。

期盼:让整个白鹿原绽放光芒

“我是看了新闻报道才知道汉文帝就埋在我们村附近,今天过来就想看看究竟,希望以后能发展旅游,让我们老百姓也能享受到文化带来的实惠。”“我是从渭南开车赶过来的,以前探访过‘凤凰嘴’,没想到汉文帝的陵寝原来在这里。”12月16日,陆续有群众慕名而来,想现场感受考古魅力。

2020年6月11日,有网友在人民网“领导留言板”留言:“白鹿原旅游文化资源丰富,希望白鹿原汉三陵(汉文帝霸陵、窦皇后陵和薄太后南陵)的开发带动旅游业惠及周边发展,让白鹿原美起来,成为西安市的后花园,周末能让群众有个休闲的好去处。让灞桥美起来,让狄寨美起来,让整个白鹿原绽放光芒!”灞桥区相关部门迅速回复称,由西安市文物局牵头,西安市文物保护考古研究院和西北大学文化遗产保护规划中心等单位参与的《霸陵保护规划》已于2018年3月启动编制,并于2019年2月定稿。西安市自然资源和规划局委托北京土人城市规划设计有限公司编制《白鹿原生态规划》,规划面积涵盖了蓝田、灞桥、长安辖区内白鹿

原整个台塬总面积约260平方公里,结合当前正在组织实施的《西安市国土空间规划调整》,将在白鹿原上构筑西安东南部文化旅游融合发展新高地。

“我们将充分发挥白鹿原地区海拔、地形、生态、文化知名度优势和汉皇帝陵的文化优势,按照全域旅游的标准,大力发展自行车、马术、户外运动项目,打造西安户外运动高端板块、汉文化遗址展示区、精品民宿体验区,以高水平项目推进乡村振兴,实现农民富裕。”该回复得到了网友的点赞好评。“从长远来看,我们这么多年的考古调查勘探以及发掘资料将很快纳入保护规划的编制中去,使保护规划具有可操作性和科学性,把整个霸陵保护范围和景观地带划清楚,如果以后建设遗址公园的话,将为有效推动项目建设提供翔实、准确的资料。”曹龙说。

新农村文化建设

融产业创品牌增收 接续乡村振兴的民企力量

王金晶 人民政协报(数字报) 2022年1月7日

2021年中央农村工作会议强调,要继续加大产业支持力度,因地制宜构建特色产业发展体系,加大一二三产业融合,为脱贫人口提供更多的发展渠道。截至去年12月,我国已认定3673个全国“一村一品”示范村镇,这些村镇资源禀赋集中、主导产业突出、发展特色鲜明、品牌效应明显。民营企业成为促进产业融合、接续乡村振兴的有生力量。

时至岁末,一场朴实而高效的农产品销售渠道选品对接会正在全联农业产业商会的办公区举办。此次活动的主题为“黔货出山”。

只见琳琅满目的各色农特产品摆满了长长的会议桌,周边的展台上也不乏品牌农产品的身影。这些农产品涵盖火锅底料、调味料、菜籽油、腊肉、茶叶、休闲零食及各类干货,既具有贵州特色,又符合年货市场需求。

应邀前来参加选品会的本来生活网乡村振兴促进中心项目经理张放,不时拿起展台上的商品阅读包装上的说明并询问采购价格。张放告诉记者,从2021年8月开始,本来生活网在贵州组建了100多人的买手团队,覆盖全贵州,专门发掘当地好产品。“从8月份到现在,累计销售额超过500万元。”作为此次活动的发起方之一,“云上贵州多彩宝”政务民生服务平台(以下简称“多彩宝”)精选了贵州当地高成长及优质企业40余家,产品近400个。在全联农产商会的组织下,邀请到美菜网、本来生活、果多美、国美控股集团、大北农数字科技、点筹网、首汇农业、北京农物集、源头熟了、二商集团、北京爱奇艺科技、北京瑞星隆、乐汁健康、极云科技等近50家线上线下渠道,为贵州优质农特产品搭建便捷、通畅、高效的流通渠道。

“多彩宝”招商发展部总经理李朗介绍,多彩宝平台是贵州极具影响力的数字民生平台、数字政务平台和数字商务平台。实名注册用户超1500万人,服务超过6亿人次。日前,多彩宝全国版已经重磅上线,并将在全国核心城市建设100个线下“数字体验店”,将贵州优质农产品、文旅资源等进行精准化推介、直供式销售,打造线上线下千亿级销售“大前端”。

品牌化成为农产品增值的重要途径在此次农产品对接会上,具有精美包装的品牌化农特产品成为平台青睐的对象。“品牌化的农产品更加符合消费者的购买需求,在消费者心中品牌就意味着品质,意味着可溯源、可信度高。”一位平台负责人告诉记者。

的确，一些明星产品正是因为品牌化而成为“黔货出山”的先行者。比如，网红栗子“哆吉栗”——一款单品全年能够卖出上千万袋，其中网销占比高达80%以上。“哆吉栗”是贵州光秀生态食品有限责任公司（简称“光秀食品公司”）的一款特色时尚休闲食品，在与均瑶集团结缘之前，企业一度面临着资金短缺、基础设施薄弱、品牌知名度低等困难。

而在均瑶集团支持下，“哆吉栗”通过航空食品审批，成为吉祥航空86条航线的航空食品，为产品提供了稳定的消费市场，更提升了品牌的知名度和美誉度。走出困境的光秀食品公司积极与贫困户签订协议，保价收购贫困户种植的板栗，企业收购-加工-销售的产业链闭环得以完成。据光秀食品董事长曾光秀介绍，到2021年“哆吉栗”旗下的板栗种植面积已达27.2万亩、原材料年产量2.19万吨、并每年以5000吨以上的速度增长。为了进一步提升产品附加值，光秀食品与品牌咨询公司合作，持续加大品牌投资力度，将系列产品从包装到文化进行全面打造，并采用互联网思维模式，迎合现代年轻人需求，如：哆吉栗盲盒、网红直播、板栗树认养、动漫等，让产品与消费者之间产生共鸣互动。

再比如，出现在订货会现场的“初好”刺梨汁系列产品。

在刺梨深加工领域“初好”品牌不断以科技赋能品牌内涵，开发出越来越多满足消费者需求的特色产品。

除了将刺梨鲜果压榨成汁，再经过深加工成为刺梨原浆、饮料、果脯等刺梨产品外，还重点推进功能性刺梨固体产品的研制；加快推动对已上市的刺梨产品工艺和配方的改进升级，目前，公司取得了相关业内自主研发专利14项，其他专利20余项。贵州初好农业科技开发有限公司生产总监陈先金介绍说，初好公司还将强化产品品质内涵，全面提升我们的产品品质，提升利润率，进一步加强品牌建设力度，拓展市场的销售渠道。

如今，在贵州六盘水市水城区野钟乡野钟村的刺梨基地已发展到1500亩，产业红利已覆盖356户1200余人，人均增收2200元左右。野钟村村民梁成忠说，自己以前种苞谷的收入一亩最多只是1000多元，现在种刺梨达到5000多6000元，现在种上这个刺梨日子越来越好过。

注重产业融合促进农业高质量发展林下放养、喂食中草药，在大中型城市开猪肉品牌连锁店，发展农旅融合项目，让消费者认养黑猪……这一系列“神”操作，为山东康特农业科技股份有限公司带来了不菲的经济收益，也带动了一方农民致富。

山东省济南市章丘区政协委员、康特农业董事长裘普杰，依托自己的发明专利技术，以一种防治猪瘟的草本组合物饲养黑猪，保证了猪肉的安全和美味，成为猪肉市场中的高端产品；“真苜草”黑猪肉，2020年销售额突破2400万元。

裘普杰介绍说“除了现有的线下设立专卖店、批量销售毛猪以外，我们坚持生态绿色循环发展理念，将乡村旅游和现代畜牧业发展有机结合，畜牧业转型升级取得重大进展，走出了一条集畜禽养殖、产品加工、旅游观光、互联网+等畜牧业一二三产业融合发展的新模式。”截至目前，康特农业已与十几个脱贫村签订了产业帮扶协议，承担着“专利黑猪养殖”“山区野菜基地”等重点产业帮扶项目。公司支付当地农民土地承包费80余万元，解决贫困户就业110余人，支付贫困户农户工资120多万元，购买周边十几个贫困村农户自种的南瓜、地瓜等农作物等总计300余万元，带动了当地1300余户农户增收，实现了社会、经济效益双丰收。

“2022年公司还计划继续扩大养殖规模，通过和山东省畜牧局对接，建立一个黑猪保种场和一个一级种猪场，并将承接山东省畜牧局健康肉运营中心年出栏10万头猪的健康肉示范基地项目，让放心肉惠及更多消费者，让当地农民进一步增加收入。”裘普杰说道。

与裘普杰不同，山东省政协委员、山东绿鑫春生态农业有限公司董事长臧永芝，则将2022年的企业发展任务定为：更多深加工、更加品牌化、更少碳排放。臧永芝说：“企业虽然是扎根农村，但是发展视野和目光不能停在农村，产业发展需要更加广阔的思路。”在臧永芝的推动下农民在现代化、规模化生产线上变身为产业工人，“光头李记”“苗蔬蔬”“绿鑫春”等多个经深加工锻造培育的特色品牌在新营销模式推动下成为网红产品，连续几年实现销售额翻番。她还带领团队用传统村落中的“文气”武装废弃的矿区而成为如今人气旺盛的3A级生态旅游度假区，建设了供应链管理中心，开发了产品线上销售App……“绿鑫春生态农业”吸引了众多周边农户的参与。公司持续投资，修路铺设自来水管，3500亩荒山秃岭实现喷淋灌溉，有机蔬菜种植效益提高200%，参与农户人均可支配收入由原来的7000元增加到16000元。臧永芝希望通过技术革新达到赋能产业、富裕农民的同时，不断提高农产品的附加值，“‘光头李记’推出的生态果蔬冻干产品，市场反馈很积极，接下来还要加大这方面的研发投入。”说起农业产业化的未来，臧永芝表示，一方面要促使农业生态化、绿色化、持续化发展，在此基础上，要由原来的粗放型农业转向低碳绿色农业，通过绿色农业发展，融入“碳经济”的时代大潮；另一方面，相关企业应当充分发挥自身在农业产业升级、三产融合发展中的独特优势，冲在一线、干在一线，积极探索加强碳管理、开发碳技术、推行碳交易、推动碳循环的路径和模式，在进一步促进农业现代化的同时，为乡村振兴和共同富裕作出应有贡献。

让农业文化遗产为乡村振兴赋能

樊树林 中国文明网 2021年11月26日

近日，农业农村部公布第六批中国重要农业文化遗产名单，山西阳城蚕桑文化系统等21项传统农业系统入选，包括20个新增项目和1个扩展项目。目前，农业农村部已认定了6批138项中国重要农业文化遗产。

“坐睡觉来无一事，满窗晴日看蚕生。”“为笑江南种稻时，露蝉鸣后雨霏霏。”中国重要农业文化遗产，是中华民族在与自然环境长期协同发展中创造并世代传承的农业系统，具有丰富的农业生物多样性、完善的传统知识技术体系和独特的农业生态景观。

为了深入实施农耕文化传承保护工程，促进中华优秀传统文化传承发展，农业农村部先后开展了六批中国重要农业文化遗产发掘认定工作，138项中国重要农业文化遗产，涵盖了农业生产的多个方面。

每一个农业文化遗产地，都是一个珍贵的农业种质资源库，对我国农业种质资源的保护、我国农业生物多样性来说，都具有重要价值。

在乡村振兴战略逐步实施，三农问题得到高度重视的当下，让农业文化遗产所包含的“天人合一”的思想和完善的技术体系为乡村振兴加码赋能，为乡村旅游增添亮色活力，继而以其作为产业创新引擎拉动农民就业增收，具有十分重要的意义。

就像新闻中所叙述的，广东茂名岭南荔枝种植系统依托古荔枝群落景观，重点打造全国首个荔枝主题的国家农业公园，宣传茂名“大唐荔乡”名片，促进荔枝种植生产和休闲观光、科普教育相结合，拉长了产业链；而山西阳城蚕桑文化系统所在区域内有蚕桑农民专业合作社62家，蚕桑衍生产品生产企业40多家，茧丝及蚕桑副产品加工等综合产值达到3亿元……不难发现，许多农业文化遗产，已经成为父老乡亲致富的聚宝盆、农村经济发展的蓄水池。

我国是联合国粮农组织全球重要农业文化遗产保护倡议的积极参与者、重要推动者和主要贡献者。在传承农业文化遗产方面，为世界贡献了中国智慧和中国经济。尽管如此，与其他类型的自然与文化遗产相比，我国农业文化遗产的发掘与保护工作，仍道阻且长。比如，一些地方对农业文化遗产的重要性未达成共识，许多人对农业文化遗产的认识还非常肤浅；再加上缺乏系统有效的保护，一些重要农业文化遗产的挖掘和传承还在纸面上，等等。

加强中国重要农业文化遗产发掘和保护工作，对传承中华农耕文化精华、推进农业绿色发展、实施乡村振兴战略，具有时代价值。各地需要深刻认识到农业文化遗产保护传承与乡村振兴之间的逻辑关系，切实改变重申报轻管理、重开发轻保护的现象，同时，对于目录中的农业文化遗产，各地更要高看一眼，在财力、人力、物力上加以倾斜，并鼓励遗产地充分依托生态、文化与景观资源，发展品牌农业、休闲农业等多功能农业。

各地对农业文化遗产需要加大宣传力度，让其有更大、更广的群众基础。这就需要地方政府组织相关专家和文化学者，认真梳理整合相关的内容，组织编写出相关的科普读物。在劳动教育和研学旅行受到中小学重视的现在，让这些散发着浓厚土地芬芳的“教材”，走进学生的心田，让农业文化遗产成为中小学生学习旅行的项目，提升他们的文化自信和农耕文明的认识度。

让农业文化遗产为乡村振兴加码赋能，农业农村部门不能只是“独角戏”，各部门应强化协同，并吸引更多社会力量参与遗产保护传承事业。只有“众人划桨开大船”，农业文化遗产才能真正促进农民增收致富，农业文化遗产才能在新时代焕发荣光！

他山之石

自贸助力优势产业出口 韩流加持文化产品输出

《国际商报》（数字报）2021年12月14日

韩国产业通商资源部日前表示，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）将于明年2月1日对韩国正式生效。有统计表明，韩国对RCEP成员国的出口额为2690亿美元，占到其出口总额的一半。

分析认为，RCEP正式生效后，韩国汽车、钢铁、纺织、机械等行业均将受益。2020年韩国与RCEP成员国贸易额约为4840亿美元，占韩国对外贸易总额的49.4%。尤其是对东盟市场，不仅汽车零部件、钢铁等韩国主力出口商品将受益于RCEP，石油化工、机械、生活消费品等产品的出口也将因关税门槛降低而进一步提升。

除了促进有形产品的贸易往来，对韩国而言，RCEP的生效将进一步推动韩国文化产品的输出和交流。

韩国一直对中韩文化交流抱有很大热情。今年又是中韩文化交流年，韩国非常希望推动韩流文化的输出为双边经贸发展带来更多新机遇。在10月30日举行的韩中经贸联委会第25次会议上，韩方呼吁，希望加强与中方在游戏、影视、知识产权等文化内容方面的双边合作和交流。就在前不久，由韩国CGV艺术院线公司出品的电影《哦！文姬》在中国内地上映。这也是韩国电影时隔6年重回中国银幕，上一部引进中国市场的韩国电影还是2015年9月的《暗杀》。今年年初，中国中央广播电视总台与韩国放送公社（KBS）签署合作协议，权志龙、张娜拉等多位韩国艺人回归微博——这些都释放出强化双边文化交流的积极信号。

近期，2021—2022中韩文化交流年系列活动正如火如荼地进行中，为明年两国建交30

周年相关庆祝活动的预热气氛逐渐走升。近年来，从2013年的流行歌曲《江南 style》、2019年的奥斯卡获奖影片《寄生虫》到2021年火爆全球的连续剧《鱿鱼游戏》，韩国在文化输出方面确实很有心得，也为韩国产品和品牌出口带来文化上的溢价优势，甚至其影响力堪比三星智能手机。尤其在韩国文化体育观光部文化产业室的官员看来，大力发展文化产业，可谓“一箭五雕”，“除了带来巨大的经济收益，文化产业还会带来巨大的就业机会，增强国民的自豪感，同时会扩大国家的国际影响力，提升国家形象和软实力。”早在1999年，韩国即把发展文化产业上升为国家战略，逐步放松管制，鼓励民间资本和企业发展文化产业。到2004年，文化产业已成为仅次于汽车的韩国第二大出口创汇产业，韩国也成为世界第五大文化产业强国。过去几年，受多重因素影响，韩流在中国市场小遇挫折，但依然在日本、东南亚国家受到欢迎，其文化产品间或冲出亚洲、风靡欧美。即使在新冠肺炎疫情大流行的2020年，韩国也没有减缓对外文化输出的步伐，而是通过YouTube、Facebook、Twitter等主要社交平台推动新一轮全球化进程。以《鱿鱼游戏》为代表的韩流“杀手级文化内容”，长期引领韩国经济发展，给众多利益攸关方带来了实打实的好处。

2021年6月，韩国文化体育观光部和韩国内容振兴院发布《2020年文化内容产业动向分析报告》。相关数据显示，2020年，韩国文化内容产业出口规模为108.3亿美元，同比增长6.3%，比2000年的5.7亿美元增长了近20倍。韩国文化体育观光部的官员算了一笔账，通常来说，文化产业中每100美元的出口，就能够产生412美元的产业拉动作用。随着明年初RCEP在韩国正式落地生效，韩流有望进一步发挥文化产业对本国商品出口的加持作用，这一点在韩国促进泡菜出口上已多有显现。韩流文化在国际上的推广和开始流行推高人们对韩餐的关注度，从而推动了泡菜出口额的增加。韩国泡菜目前在美国、日本及新南方政策伙伴区域颇受欢迎，2020年韩国泡菜出口额同比增长37.6%，至1.4451亿美元，创下历史新高，预计今年还将继续走高。

为了避免与中国四川泡菜相混淆，韩方已将韩国泡菜（Kimchi）的中文译名正式定为“辛奇”。2013年12月，韩国的“越冬泡菜文化”正式入选了联合国教科文组织的人类非物质文化遗产项目。以邻为鉴，韩国在文化自信和敝帚自珍上的确有不少地方值得我们学习。

文化参考

元宇宙热潮下的文化产业数字化发展

刘道柱 香港 凤凰网 2021年12月23日

“元宇宙”作为新兴概念在今年迅速蹿红，引起了资本市场、科技圈和产业界的广泛关注和讨论。有媒体将2021年称为“元宇宙元年”，并认为元宇宙将成为下一代互联网的“终极形态”。那么，在科技与文化融合趋势下，在万物皆可元宇宙之下，文化产业应当如何跟上时代的发展潮流？

文化产业：推动高质量发展的重要支撑

文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合，具体包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营和娱乐休闲服务等活动，以及为实现文化产品的生产活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产（包括制造和销售）等活动。

我国文化产业是国民经济支柱性产业，正迈入快速发展的新时期和转型升级的新阶段。

“十三五”时期，全国规模以上文化及相关产业企业营业收入从8.42万亿元增长至9.85万亿元，文化及相关产业增加值在国民经济中的占比从3.97%提高到4.5%左右；2021年前三季度全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入8.42亿元，比上年同期增长21.8%，比2019年前三季度同比增速加快2.4个百分点，以视频直播、创意广告、智能文娱设备制造等为代表的文化新业态带动作用持续增强。文化事业和文化产业成为满足人民美好生活需要、推动高质量发展的重要支撑。党和国家高度重视文化产业发展，提出到2035年建成文化强国的远景目标。在“十四五”文化发展规划中，明确提出实施文化产业数字化战略，推动新一代信息技术在文化创作、生产、传播、消费等各环节的应用，推进“上云用数赋智”，加强创新链和产业链对接；实施科技创新驱动战略，推进文化数字化、网络化、智能化发展，推动5G、人工智能、物联网、大数据、云计算、北斗导航等在文化领域应用。

元宇宙：平行于现实世界的虚拟数字世界

元宇宙(Metaverse)的概念由科幻作家Neal Stephenson于1992年在其著作《雪崩》中首次提出，当时汉译本译为“超元域”。元宇宙是人以独立的数字身份自由参与和共同生活的多种可能的数字世界，该类数字世界既独立和超越于现实世界，同时也与现实世界映射与交互，元宇宙发展到极致将对生存进行重新定义，成为未来人类的数字化生存。元宇宙的核心要素包括虚拟身份、内容生态、沉浸体验、经济系统和治理模式，其底层的支撑技术主要包括网络及算力、物联网、交互技术、区块链、人工智能和电子游戏技术。

随着交互与感知技术的迭代发展，人们想象的虚拟世界可以覆盖人类感官，让人完全沉浸其中。元宇宙的演进形态大致可达成四种境界，

第一层级为叠加层，主要通过增强现实AR技术来实现，即在现实世界中通过欺骗眼睛来让你“进入”虚拟场景；

第二层级为沉浸层，主要通过虚拟现实VR技术来实现，目前大部分元宇宙应用就停留在这个阶段，这一层除了欺骗你的眼睛，还能欺骗你一定的大脑；

第三层为意识植入层，保留现实肉体，意识植入到虚拟世界，就像电影《黑客帝国》里的尼奥通过脑机接口进入Matrix虚拟世界一样，这一层不仅仅欺骗你的眼睛，还欺骗了你的脑神经，让你完全察觉不到这是一个虚拟世界；

第四层级为意识脱离层，意识将脱离肉体在虚拟空间永生，也就是我们说的灵魂脱壳，这就是元宇宙的最高境界。

元宇宙具备全面感官、场景多元、玩法多样、生态化、网络效应显著等特点，因此，元宇宙将打开巨大的市场空间。方舟投资集团预计，从2021年至2025年，全球元宇宙市场规模将翻番，达到3900亿美元，约合人民币2.4万亿元；普华永道则认为，到2030年，全球元宇宙市场规模将达到1.5万亿美元，约合人民币9.5万亿元。

元宇宙是否会掀起文化产业变革？

文化行业产业链包括创意设计、内容制作、宣传发行、平台运营、版权及周边产品开发等环节，整个链条较长，各环节的价值创造差异较大，不同的运营主体在产业链上有不同的定位。目前受到国内外经济形势以及新冠疫情的影响，文化产业数字化转型速度进一步加快。文化产业拥有丰富的IP资源、产业空间大、消费弹性大、产业链条长、对相关产业带动性强、运营模式成熟，有直接参与构建“元宇宙世界”的天然优势，元宇宙也将对文化产业的格局和未来发展带来深远影响，下面仅以影视产业、文化艺术、虚拟人产业三方面做简单介绍。在影视产业方面，由于元宇宙更强调类似“游戏”的互动特性，影视产业需要把观众由单向被动“观看”变成多元主动“参与”，在体验内容的同时也将创造内容，通过提供

UGC开放式在线创作平台，让用户参与创意分享、剧本创作、短视频发布等；在拍摄制作环节，以“真人数字模型”“虚拟摄制组”“智能摄制”的模式，探索部分片段或桥段在元宇宙中独立制作完成，从而突破物理时空的限制；此外，亦可在元宇宙世界进行宣发和播映，实现线上线下宣发、实体影院和虚拟影院联动，带动周边产品以及其他消费场景，如主题乐园、剧本杀、密室逃脱、影游联动等。

在文化艺术方面，NFT(非同质化代币)的不可分割、不可替代、独一无二的特性使得虚拟物品的数字资产化成为可能，NFT为数字资产锚定价值，结合虚拟货币和NFT交易平台，能更好地实现数字资产的创作、确权、交易、流通、收藏等功能。在元宇宙中可广泛应用于数字藏品、艺术品、绘画、音乐、虚拟礼品、游戏装备等领域，例如未发行过的电影海报、剧照、电影配乐、电影剧本、电影道具、创制花絮等，只要有人认可，都可以转为NFT作品，被用户收藏或交易。虚拟数字人产业方面，作为任何人进入虚拟世界的必要化身，虚拟人是元宇宙的重要组成部分。得益于语音合成软件、虚拟人物模拟软件等技术的持续进步，虚拟数字人的应用场景和商业价值逐步显现，比如发展迅速的虚拟偶像。相比于真人偶像，虚拟偶像具备形象设定更加饱满新潮，人设不易崩塌，运营风险低等优势。虚拟偶像产业链上游主体为设备、软件等供应商以及画师、模型师等美术相关工作者，中游主要为虚拟偶像运营商，包括个人与企业，下游则为直播、广告代言、演唱会、周边产品等变现路径。虚拟数字人应用场景广泛多元，可赋能泛娱乐(影视、传媒、游戏等)、金融、文旅、教育、医疗、零售等众多领域，扮演虚拟演员/替身、虚拟主持人/主播、虚拟偶像、智能客服、虚拟导游、虚拟医生、品牌代言人等角色。

目前，元宇宙还处于雏形探索的概念和初期发展阶段，在基础设施、技术架构、内容生态、伦理规范等方面，距离元宇宙的很多设想还有很大的差距。但数字科技、互联网经济的发展不可阻挡并且势头迅猛，元宇宙的发展是值得期待的。文化产业应当持续关注元宇宙发展趋势，探索新技术、新业态、新模式，系统布局内容创作、分发传播、版权资产、场景交互等领域的虚实融合，推进数字化、网络化、智能化发展，成为产业元宇宙的重要建设者和参与者。未来，元宇宙到底将带领我们驶向星辰大海，还是带来人类文明的一次内卷，我们拭目以待。

文旅湖北

复兴长江文化带

新华网 2021年12月14日

滚滚大江流日夜，千年文脉照古今。

长江，从青藏高原的雪山发端，以雄浑浩荡之势奔流入海，滋养了博大精深、绚丽多姿的长江文化，孕育了一条从巴山蜀水到江南水乡，源远流长、生生不息的千里长江文化带。

近年来，这条凝聚了中华民族共同历史记忆和精神家园的古老文化带，在新发展理念引领下，积极加强文化保护、传承和弘扬，推动创造性转化、创新性发展，激发出勃勃生机与活力，迈上了伟大复兴之路。

修复遗迹，实施长江文化抢救性保护

乳白色钢网结构建筑从岸边向江面延伸，借助高倍望远镜远眺，可以看到辽阔的江面不时跃出两三只江豚，逐浪嬉戏，引起岸边人们的惊呼……在湖北宜昌伍家岗区，王家河江豚观测点是新晋的网红打卡地。

王家河江豚观测点位于长江湖北宜昌中华鲟自然保护区核心区。观测点内，一根根粗大的管道和五颜六色的阀门，记录了这里曾是繁忙油库码头的历史。

中石化宜昌王家河油库主任胡兵介绍，今年4月，宜昌关停运营63年的中石化王家河油库码头，将油库整体外迁至枝江姚家港化工园区。江中趸船被拖离后，钢筋水泥构筑的岸边承接平台将如何处理？经过详细论证，宜昌决定保留油库承接平台，改造成江豚观测点。“观江点免费向市民开放，诉说了还江于民的一段历史，也展现了对长江码头文化的保护与尊重。”长江设计集团城市规划与建筑设计院副院长李彬说。

站在王家河江豚观测点凭栏远眺，整治中的伍家岗长江岸线，已经焕然一新。长长的传输架，斑驳的转运平台，巨大的船只部件……曾经喧嚣的货运码头悄然退出，但许多工业遗迹却被悉心保留。据了解，2018年12月，宜昌启动了长江岸线宜昌城区段生态整治修复项目，项目起于伍家岗区柏临河入江口，止于猗亭区猗亭古战场，全长约8公里。

李彬说，这段岸线以前码头、货场密集，在进行岸线整治时，项目保留并修缮了一批码头遗留物。“它们承载着宜昌厚重的码头文化、三线文化，保留这些文化符号，就是留住历史、留住乡愁。”在长江沿线，各地对长江文物和文化遗产“精心呵护”的生动实践还有很多。

上游重庆，江津区的李市小溪经过景观改造，宛若新生，但这里的竹编街、吊脚楼、古石桥、青石板等标志性长江文化符号，却得到了最好的保护与修缮。这些文化遗存继续见证长江岸边竹编匠人的坚守，续写竹编老街新的传奇。

下游南京，江北新区岸线提升项目为保护浦口火车站旧址，在浦口码头段放弃了实施堤路结合和亲水平台的打造，一段约200米的防洪墙岿然竖起。城市景观打造为文物保护让路，承载了繁华和辉煌的浦口火车站将传统文化与现代文明有机融合，交相辉映。

长江设计集团市政与交通工程院高级工程师吴斋焯说：“近年来，由长江设计集团实施的长江沿线岸线项目，在保护生态的同时，尽可能地对一些代表性的长江文化遗迹进行抢救性保护，以更好地延续历史文脉，传承长江文化。”

推陈出新，打造长江文化新岸线

在湖北鄂州，依山傍水的樊口江滩公园已经开放，人气十足。樊口江滩不仅是生态岸线，更成为了长江沿岸的文化新地标。

据了解，鄂州樊口历史文化悠久，既是“三国吴都文化”的重要组成部分，也是驰名中外武昌鱼的原产地，百里长港与长江在这里交汇融合，形成了独特的人文自然景观。

长江设计集团江河整治公司建设管理室副主任张玉柱说：“为丰富项目的文化内涵，鄂州樊口区域沿江路及江滩环境综合整治工程将依托当地的历史文化和城市底蕴，建设武昌鱼主题公园、樊口水利文化园等，打造长江文化岸线。”“打造文化岸线不是将文化元素简单堆砌，而是推陈出新，走进群众生活。”鄂州市住建局局长邱建明说：“鄂州将串联樊口、西山、观音阁一线历史文化遗产，活化利用各类历史文化资源，激发出传统文化新的活力。”在浙江金华，通过推陈出新，推动文化创造性转化和创新性发展，乡村振兴的道路越走越宽。

2016年12月，金华市启动梅溪流域综合治理工程项目。长江设计集团环境公司环境工程室副主任岳克栋说，项目组通过走访梅溪沿线乡村，充分挖掘两岸历史文化、民间传说，突出地方特色，将传统文化融入工程治理和城乡发展中，综合效益显著。“溪口下堰”融入金华雅畈叠馒头祈福的寓意、“茶堰”取自金华茶山的形态、“岩头堰”展现婺剧水袖的神韵……治理后的梅溪河，每一座堰坝都成为了一道道地方特色浓郁的文化景观。

借梅溪流域治理契机，梅溪河沿线的岩头村顺势发展起文化旅游业。

岩头村党支部书记陈秋平说，目前，岩头村已经有多个非物质文化遗产项目，包括“婺州扎染”“金华古琴”“十岁成长礼”“金牛护村”等。岩头村年均接待游客超20万人次，村民收入比以前翻了一番还多。

“我们不光要保护静态文化，讲好历史故事，还要关注动态文化，推动文化创新。”武汉大学长江经济带高质量发展多学科研究团队负责人吴传清教授说：“只有让文化‘活起来’，让传统文化基因与现代社会协调发展，保护和发展才能相辅相成、相得益彰。”

弘扬文明，激发全民文化自信

长江之美，美在文化。

作为中华文明的代表性符号和标志性象征，长江文化是中华民族坚定文化自信的重要根基，保护好、传承好、弘扬好长江文化，要坚持赓续千年文脉，厚植家国情怀，传播时代价值，展示多彩文明。因此，建设长江文化展示平台至关重要。

荆楚文化是长江文化的重要组成部分，在中华文明发展史上地位举足轻重。近年来，湖北紧紧围绕“楚文化”“三国文化”“土司文化”“红色文化”等主题，深入实施荆楚大遗址保护工程、荆楚民间工艺振兴工程、革命文物保护利用工程，加强长江主轴文化建设，全方位展示和弘扬荆楚文化。“从武汉盘龙城、荆州熊家冢国家考古遗址公园，到‘八七’会址历史文化街区、汉口历史文化风貌街区；从湖北省博物馆、武汉博物馆、荆州博物馆，到湖北省以及各地市州的群艺馆……它们让厚重的荆楚文化变得可感知、可触碰，让新时代的荆楚文化熠熠生辉。”湖北省社会科学院楚文化所所长、副研究员陈绍辉说。

走进鸟语花香的湖北武汉园博园，长江文明馆安静坐落于此。这座国家一级博物馆，由武汉市人民政府、长江水利委员会、武汉大学共同兴建。

置身长江文明馆，长江历史触手可及。从沧海桑田巨流诞生，到长江流域的地形地貌、水文水利、生态环境，再到沿线考古实物、非物质文化遗产……长江的自然魅力和人文之美在这里得到了生动展现，为观展者带来巨大的心灵震撼。

在江苏南京新济洲国家湿地公园，与诗画景观融为一体的新济洲生物多样性展示馆也于去年底揭开了它神秘的面纱。

据了解，新济洲国家湿地公园是长江下游第一个洲滩型国家湿地公园，经过多年修复，这里现在鱼虫林鸟草汇集，生物多样性持续丰富。在洲岛核心区域，新济洲生物多样性展示馆由一个综合展厅和江豚、鸟类、鱼类等多个专业展厅构成，它记载了新济洲的大保护沿革，展示着新济洲的湿地文化……

在长江沿线，各省市已纷纷采取行动，依托长江干支流水系沿线重要城市，建设长江文化地标性展示平台，构建形成各具特色、相互补充、统筹协调的长江文化传承示范带，全景展示长江文化，加速释放长江文化魅力。

江水奔腾，文脉不止。

在迈向伟大复兴的新征程上，长江文化已迸发出磅礴力量，以前所未有的坚毅和自信，挺起中华民族的精神脊梁，澎湃向前，昂扬奋进。

湖北崇阳：擦亮提琴文化名片，让老百姓唱好“非遗”大戏

凤凰网 2021年12月17日

“提琴一响，喉咙就痒。这是流传于湖北崇阳的一句谚语。喉咙痒不痒，别人看不见，

遍布城乡的戏台，却是有目共睹。崇阳提琴戏由湖南临湘琵琶戏发展而来，琵琶戏艺人在崇阳组班卖艺，带班授徒，在演出过程中，不断吸收崇阳本土山歌、田歌、孝歌等民歌的句式处理、行腔终止和曲体结构等手法，形成了具有浓厚地方特色的基本唱腔曲调。

一百多年来，提琴戏在崇阳有着深厚的群众根基。谁家有个嫁娶祝寿、科考入伍、祠堂落成、白丧之事等等，都要请个戏班子，生儿以提琴戏迎接，送葬以提琴戏致哀。

政府来搭台，百年传承越唱越“响”

“到现在，我们已经办了11届崇阳提琴戏剧节了。”崇阳县委宣传部副部长、县文联党组书记熊毅告诉极目新闻记者，从1992年开始，崇阳县委县政府决定，每两到三年在县城举办一届提琴戏剧节，为期一周。晴天戏台搭在人民广场，观众人山人海，为了占个好位置，不少老人上午就搬来板凳在前面坐着，晚饭由家人送到广场吃，送饭的人便也坐在凳上看戏。

看戏的大多是中老年人，自带凳子，怀里抱着孙子，口袋里揣着20元、50元、100元不等的票子，当剧情进入凄惨哀婉处，就到了“打彩”的环节。所谓“打彩”，就是台上的演员遭遇了人生大难，身无分文，跪在一块布上哭得悲悲切切，求观众支助，台下的观众则纷纷上前，把口袋里的票子放在那块布上。一场戏演下来，“打彩”的收入能有3000到5000元不等。

此外，几乎每年，崇阳县提琴戏协会都要组织乡村剧团在城乡结合部的中津洲广场举办提琴戏义演活动，为期一周，约20个剧团参加义演。不管是寒冬腊月，还是盛夏酷暑，只要有戏看，台下必是人头攒动，水泄不通。“崇阳一出提琴戏，艺苑薪传两百年。”崇阳县提琴戏协会会长程日新介绍，正是有这样经久不衰的提琴戏，崇阳才成为全国民间文化艺术之乡，提琴戏才被列为国家级非物质文化遗产名录。

创办特色学校，让提琴戏后继有人

“学习提琴戏已经快一年了，越学越喜欢！”练功房里，高二在读的崇阳职业技术学校学生沈德超，在提琴戏专业演员王中平老师的指导下，练习格外认真。12月9日下午，极目新闻记者来到该校探访，只见近40名学生围坐在老师身旁，从身法到唱词，同学们个个学得有模有样。11月2日，教育部公示第三批全国中小学中华优秀传统文化传承学校认定结果，崇阳职业技术学校榜上有名，而该校上榜的传承项目正是提琴戏。据了解，自2016年开始，该校便开始探索戏曲进校园、戏曲进课堂的艺术教学之路，开展崇阳提琴戏特色教学。

在崇阳，提琴戏的培养是从娃娃抓起的，除崇阳职校外，部分小学也开设了特色兴趣班，从小培养孩子对提琴戏的热爱。2019年，崇阳县委县政府为了让部分特别优秀的提琴戏演员能够安心创作，特地为他们设立编制、解决“身份”，崇阳县提琴戏传承发展中心演员庞勇正是其中之一。在去年总台央视中文国际频道推出的《中国地名大会》节目上，庞勇还现场演绎了一段经典的崇阳提琴戏，让崇阳提琴文化闪耀全国。“我们开设特色班，就是要把崇阳提琴戏原汁原味地传承下去，并发扬光大。”崇阳职业技术学校校长吴雨金告诉极目新闻记者，该校专门聘请了12位兼职教师，编写《崇阳提琴戏》乡土教材，专门培养提琴戏后备人才。该校创作的《双合莲》等优秀传统剧目，多次在省、市演出获奖。去年11月，该校还被崇阳县委宣传部、县文联、县提琴协会授牌“崇阳提琴戏特色学校”。

本期所登言论不代表本编辑部观点，仅供高层领导和决策机关参考。