

公共文化信息

2023 年第 2 期 总第 5 期

贵阳市图书馆咨询辅导部编

2023 年 6 月 19 日

要 目

政策制度

- 五部门联合印发《校外培训机构财务管理暂行办法》
- 《国家级文化产业示范园区（基地）管理办法》出台

公共文化动态

- 中西文化和旅游年开幕系列活动成功举办
- 北京首家“类博物馆”挂牌开放

公共文化建设热点

- 科技赋能 让博物馆数字可感、更接地气
- 沉浸式体验激发公共文化服务创新力

理论研究

- 高校图书馆融入现代公共文化服务体系研究
- 文化与科技融合背景下陶瓷数字虚拟展厅的发展

政策制度

五部门联合印发《校外培训机构财务管理暂行办法》

近日，教育部办公厅、财政部办公厅、科技部办公厅、文化和旅游部办公厅、国家体育总局办公厅联合印发《校外培训机构财务管理暂行办法》（简称《管理办法》）。

《管理办法》面向3岁至6岁学龄前儿童、中小学生开展校外培训的校外培训机构财务管理活动，明确了校外培训机构的财务管理体制。强调要建立健全校外培训机构党组织参与财务重大决策和监督的管理制度，其法定代表人对本机构财务工作和财务资料的真实性、完整性负责；要按照国家统一的会计制度进行会计核算，明确会计机构设置和会计人员配备要求。

《管理办法》对校外培训机构财务活动提出了全面规范要求。一是资金筹集方面，明确了举办者的出资义务和不得抽逃出资的要求，同时禁止上市公司、外商投资义务教育阶段学科类培训机构，禁止中小学校举办或参与举办培训机构。二是资金营运方面，对校外培训机构收入归口、预收费监管、合同签订和退费做出规定，强调其融资及培训服务费收入应主要用于培训业务，要建立大额资金支付决策制度，明确大额资金支出的程序、方式、规则。三是资产和负债管理方面，强调要维护资产安全与完整，禁止非营利性培训机构对外提供担保，明确培训机构申请贷款的使用方向，建立债务风险预警机制。四是收益分配方面，明确了培训机构净资产（利润）的使用与分配方式，强调非营利性培训机构举办者不得分红或取得其他投资收益。五是财务清算方面，规定了培训机构的清算情形、清算主体、剩余财产清偿顺序和支配，要求首先清偿应退学生培训费。

（摘自《中国文化报》2023年4月1日）

《国家级文化产业示范园区（基地）管理办法》出台

为深入贯彻落实党的二十大对文化产业发展做出的重大决策部署，贯彻落实《“十四五”文化发展规划》关于规范推进文化产业园区和基地建设的有关部署要求，近日，文化和旅游部出台了《国家级文化产业示范园区（基地）管理办法》（简称《管理办法》），旨在进一步提升国家级文化产业示范园区（简称“示范园区”）和国家文化产业示范基地（简称“示范基地”）建设发展水平，规范命名管理工作，更好发挥园区基地示范引领和辐射带动作用。

《管理办法》共分六章29条，主要规定了示范园区和示范基地建设管理工作的总体要求、命名程序、示范任务、支持措施和管理监督等方面内容，并提出对示范园区和示范基地在突出高质量发展、注重持续发展提升、强化示范带动作用、完善动态管理机制以及压实安全主体责任五方面的明确要求。

根据《管理办法》，示范园区示范期为5年，示范基地示范期为3年，自获得命名之日起计算。文化和旅游部对示范期即将到期的示范园区、示范基地组织开展复核，通过复核的，保留命名并重新计算示范期；未通过复核的，撤销其命名。

自2004年起，原文化部开展了示范园区和示范基地建设工作。经过多年发展，示范园区和示范基地在培育壮大市场主体、激发文化创新活力、丰富文化产品供给、促进文化产业发展等方面发挥了积极的示范带动作用，已成为推动产业发展的重要工作抓手。

(摘自《中国文化报》2023年4月12日)

加强5G+智慧旅游协同创新发展

为深入推进5G在旅游业的创新应用，赋能旅游业数字化、网络化、智能化转型升级，培育发展智慧旅游新业态、新模式，推动5G智慧旅游协同创新发展，近日，工业和信息化部联合文化和旅游部印发《关于加强5G+智慧旅游协同创新发展的通知》(简称《通知》)。

《通知》提出，到2025年，我国旅游场所5G网络建设基本完善，5G融合应用发展水平显著提升，产业创新能力不断增强，5G+智慧旅游繁荣、规模发展。

在加强重点旅游区域5G网络覆盖方面，《通知》指出，鼓励各地加强国家高等级旅游景区、国家级旅游度假区等重点区域5G网络覆盖水平，优化重点区域及客流密集区域的5G网络服务质量。探索5G行业虚拟专网在重点旅游区域、旅游企业落地部署，逐步满足旅游业数字化转型需求。在创新5G+智慧旅游服务新体验方面，《通知》提出，推动5G与物联网、虚拟现实、数字孪生等技术和产品的有效融合，引导5G+4K/8K超高清视频、5G智慧导览、5G+VR/AR沉浸式旅游等应用场景规模发展。

同时，探索旅游领域5G技术应用场景，出台5G+智慧旅游建设规范和指南。打造一批5G+智慧旅游示范标杆。

此外，《通知》还指出，要建设5G+智慧旅游样板村镇。开放乡村及旅游地区公共资源，推进5G乡村旅游资源和产品数字化建设，探索5G+乡村文化、5G+民俗风情等新型表现形式，建设一批5G+智慧旅游样板村镇，助力乡村振兴。

(摘自《中国文化报》2023年4月13日)

《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》公布

近日，国家中医药管理局、中央宣传部、教育部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委、国家广电总局、国家文物局联合制定印发的《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》(简称《方案》)公布，旨在大力弘扬中医药文化，更好满足人民群众对中医药的健康需求和精神需求。

开展中医药文化弘扬工程是贯彻落实《中共中央 国务院关于促进中医药传承创新发展的意见》《中共中央办公厅 国务院办公厅关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》的重要举措。《方案》指出，要深入挖掘中医药文化的精神内涵和时代价值，充分发挥其作为中华文明宝库“钥匙”的独特作用，加大中医药文化保护传承和传播推广力度，推动中医药文化贯穿国民教育，融入群众生产生活。

《方案》提出，到2025年，中医药文化产品和服务供给更为优质丰富，中医药博物馆事业加快发展，中医药文化传播体系趋于健全，公民中医药健康文化素养水平提升至25%左右，中医药“走出去”步伐更加坚实。

《方案》明确了12项重点任务，包括加强研究并凝练中医药文化精神标识；鼓励引导对中医药文化内涵理念进行时代化、大众化、创新性的阐释，推出一批面向不同受众的精品图书和数字读物；充分发挥中医药典籍的文化载体作用，系统保护、研究和利用中医药古籍；推动中医药博物馆事业发展，加强中医药博物馆和文化场馆建设；打造中医药文化传播平台，遴选建设中医药文化宣传教育基地和中医药文化体验场馆，加大对传统医药类非物质文化遗产代表性项目保护传承力度；加大中医药文化活动和产品供给，每年度打造一组中医药文化传播专题活动，引导中医药题材文艺作品创作；丰富中小学中医药文化教育校园活动；广泛开展中医药科普工作；实施中医药健康文化素养调查制度；推动中医药医教研产彰显文化特色，加强对中医药从业人员文化熏陶，将中医药文化融入现代生产生活；培养建立中医药文化传播队伍；促进中医药文化海外交流，提增中医药在海外认可度和接受度。

《方案》还要求，加强统筹协调、加大投入力度、做好评估考核，保障各项重点任务落地落实。

（摘自《中国文化报》2023年4月20日）

两部门印发剧本娱乐经营场所消防安全指南（试行）

根据文化和旅游部、公安部、住房和城乡建设部、应急管理部、市场监管总局《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》有关规定，为明确剧本杀、密室逃脱等剧本娱乐经营场所有关消防安全要求，强化安全主体责任，提升消防安全管理水平，国家消防救援局、文化和旅游部联合制定了《剧本娱乐经营场所消防安全指南（试行）》（简称《安全指南》）。

《安全指南》制定了消防安全基本条件、消防安全管理、用火用电安全管理、易燃易爆可燃物安全管理、安全疏散管理5项内容，要求各地消防部门要依法依规加强剧本娱乐经营场所消防监督检查工作。

根据《安全指南》，各地文化和旅游行政部门要依法依规指导督促剧本娱乐经营场所履行消防安全责任。各地消防部门、文化和旅游行政部门要建立剧本娱乐经营场所消防安全协同监管机

制，组织开展联合检查，加强《安全指南》的宣传培训。剧本娱乐经营场所要对照《安全指南》开展自查自改，确保场所消防安全。

(摘自《中国文化报》2023年4月20日)

推动实体书店参与公共文化服务

为贯彻落实党中央、国务院有关部署要求，推动实体书店以高质量可持续发展助力新时代全民阅读活动，积极参与公共文化服务体系建设，更好满足人民群众精神文化需求，近日，中央宣传部办公厅、文化和旅游部办公厅印发《关于推动实体书店参与公共文化服务的通知》（简称《通知》），对相关工作做出部署。

《通知》指出，要深刻认识实体书店在公共文化服务中的重要意义，各地要坚持党委领导、政府主导和社会参与，发挥实体书店布局广泛性、内容多样性和服务便利性的优势，积极参与公共文化服务建设，丰富群众精神文化生活，推动公共文化服务高质量发展。

《通知》明确，支持实体书店参与政府购买公共文化服务项目，重点扶持一批在全民阅读领域具有示范引领作用的牌实体书店做优做强。探索通过招标、委托等方式，吸纳有实力的实体书店参与公共文化设施的运营管理。《通知》提出，引导实体书店参与公共文化服务网络建设，将符合条件的实体书店纳入新型公共文化空间扶持范围，在评优表彰、资金补助、业务培训等方面给予支持。对长期坚持面向特殊群体提供服务的优秀实体书店给予奖励或补贴。

《通知》鼓励实体书店参与公共阅读资源建设，支持有实力的实体书店为各级公共图书馆提供馆配服务，鼓励公共图书馆与实体书店共同推动供需适配的公共阅读资源建设。推动实体书店与公共文化机构融合发展，鼓励实体书店入驻公共文化机构，鼓励打造一批具有广泛影响力的全民阅读品牌，鼓励公共文化机构与实体书店深度合作。

(摘自《中国文化报》2023年4月28日)

山东印发《关于促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展的意见》

近日，山东省委、省政府印发《关于促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展的意见》（简称《意见》）。3月31日，山东省政府新闻办召开新闻发布会，对《意见》有关情况进行了解读。

《意见》共7部分29条。围绕总体要求，提出了未来5年促进文旅深度融合、推动旅游业高质量发展的指导思想、战略定位、发展布局和发展目标，并对2035年远景目标作出展望。围绕塑造新时代文旅深度融合发展新优势，提出聚力打造优秀传统文化创新发展示范地、全国红色文化传承地、国际著名休闲度假黄金海岸等6张综合性、标志性亮丽名片。围绕全面提升文旅产业发展能级，提出实施千家景区焕新工程、百企领航工程、重大项目引领工程和激发文旅消费活力4

个方面任务。围绕数字赋能文旅高质量发展，提出实施“山东智造”文旅产业工程、推出“好客山东一码通”、实施全要素场景革命、组织开展重大关键技术研发等举措。围绕推动旅游基础设施提档升级，对提升交通运营效率和管理水平，推进游客服务中心数字化、智能化转型等作出安排。围绕擦亮“好客山东·好品山东”金字招牌，提出繁荣发展“活动经济”，实施城市精品旅游工程，每年召开山东省旅游发展大会等。围绕组织实施，从加强组织领导、创新体制机制、保障项目用地等方面作出部署。

据悉，《意见》着重突出目标引领、合理布局，突出市场化、社会化导向，突出开辟新赛道、制定新标准，突出构建完备政策体系，突出组织实施、落地见效，旨在进一步健全山东现代旅游体系，更好地满足人民日益增长的美好生活需要。

（摘自《中国文化报》2023年4月3日）

福建出台激励措施促文旅发展

福建省委办公厅、省政府办公厅近日印发《新形势下促进文旅经济高质量发展激励措施》（以下简称《措施》）。

《措施》提出，激励县域文旅经济争先争优，激励文旅产业延链补链强链。对获评国家全域旅游示范区的，每个给予300万元奖励；获评省级全域旅游示范县（市、区）的，每个给予150万元奖励。对入选国家级文化产业赋能乡村振兴试点县（市、区）的，每个给予100万元奖励。对获评全国乡村旅游重点镇（乡）的，每个给予30万元奖励；获评全国乡村旅游重点村的，每个给予20万元奖励。

《措施》提出，激励文旅融合和跨界发展，激励文旅消费扩容提质升级，鼓励各地加强红色资源挖掘和提升。对入选全国红色旅游融合发展试点单位的，每个给予100万元奖励。对新获评国家A级旅游景区的红色旅游景区（点），每个给予30万元奖励。

《措施》还提出，激励文旅市场主体做大做强。对获评国家5A级旅游景区或国家级旅游度假区的，每个给予150万元奖励。（李金枝）

（摘自《中国旅游报》2023年4月25日）

河南出台12条举措促文旅消费

近日，河南省人民政府印发《进一步促进消费若干政策措施的通知》（简称《通知》），12条举措着力提振消费信心、激发消费活力，其中多条涉及文化和旅游领域。

《通知》提出，延长旅游景区贷款贴息奖补政策执行期限，对全省4A级及以上旅游景区在2022年6月至2023年6月期间新增、展期、延期贷款产生的利息，省财政按年化利率2%给予贴息。实

施“引客入豫”宣传推介专项行动，加强与新媒体平台合作，加大对河南省黄河文化产品、休闲度假产品、乡村康养等四季重点文旅产品的宣传推介力度，达到“流量变销量”的效果。

《通知》指出，积极发展夜间消费，壮大夜购、夜食、夜游、夜娱、夜宿、夜展、夜读等规模，打造多业态融合发展的夜经济场景，每年培育5个至10个具有较大影响力的省级夜经济集聚区。统筹开展多领域、多层次的消费促进活动，筹办大型演艺活动、赛事、展会，举办或参加消费促进月、国际消费季、双品购物节、老字号嘉年华、全球文旅创作者大会等活动，实现“季季有主题、月月有亮点、周周有场景”。

(摘自《中国文化报》2023年4月26日)

《三峡文物保护利用专项规划》公布

近日，国家文物局、文化和旅游部、国家发展改革委、自然资源部、水利部、重庆市人民政府、湖北省人民政府联合印发《三峡文物保护利用专项规划》（简称《规划》），对新时代三峡文物保护利用工作作出部署。

三峡地区是沟通四川盆地和江汉平原的咽喉要道，也是巴蜀文化和荆楚文化的交汇之地。独特的地理、人文环境孕育出的特色文化，是长江文化的重要组成部分。三峡地区文物文化资源丰富，截至2022年，三峡地区共有不可移动文物16601处、可移动文物544799件/套、世界自然遗产1处、国家级风景名胜区7处。

《规划》明确，规划范围为三峡地区重庆市、湖北省26个区、县，规划总面积5.75万平方公里，规划主要对象为文物及其依存的自然和文化生态环境。到2025年，文物保护单位“两线”和不可移动文物保护管理的要求纳入各级国土空间规划。深入开展三峡地区考古工作，出土文物修复力度进一步加大，完成44部考古报告出版。重要文物实现整体保护和有效利用，县级及以下文物大的险情基本排除，文物展示活化利用途径进一步拓展。三峡文物有效支撑三峡考古遗址公园、石窟寺国家遗址公园、长江国家文化公园、长征国家文化公园建设和长江三峡文物保护利用示范区创建。到2035年，三峡地区文物保护管理水平全面提升，建立文物可持续保护利用机制，文物和旅游深度融合，与生态文明建设协调发展，文物文化传播力和影响力不断增强，文物保护利用全面融入经济社会发展。

针对三峡文物开放使用不足、活化利用形式单一等问题，《规划》指出要在深入研究阐释基础上，创新三峡文物展示利用，促进三峡文物保护利用与乡村振兴、旅游深度融合，讲好传统文化的新故事，让文物真正“活”起来。

(摘自《中国文化报》2023年5月29日)

公共文化动态

中西文化和旅游年开幕系列活动成功举办

应西班牙文化和体育部邀请，中国文化和旅游部部长胡和平率中国政府文化和旅游代表团于3月26日至30日访问西班牙，并出席中西文化和旅游年开幕式及开幕系列活动。

3月27日，中西文化和旅游年在西班牙马德里开幕，开幕式及开幕音乐会在西班牙国家音乐厅举行。胡和平、西班牙众议院副议长埃利索、西班牙外交部外交和全球事务国务秘书莫雷诺、中国驻西班牙使馆临时代办屈浔，以及政治、经济、文化、旅游、智库、媒体等各界嘉宾近2000人出席。

胡和平在致辞中表示，3月9日，习近平主席同费利佩六世国王就中西建交50周年互致贺电，高度评价两国关系发展，特别指出今年双方共同举办文化和旅游年及一系列庆祝活动，具有重要积极意义。希望中西两国以互办文化和旅游年为契机，深化文明交流互鉴，厚植友好民意基础，为推动中西全面战略伙伴关系走深走实、构建人类命运共同体共谱新篇。埃利索在致辞中表示，双方在西中建交50周年之际共同举办一系列文化艺术活动，将进一步续写西中友好合作新篇章，为构建人类命运共同体作出积极贡献。开幕音乐会由中央民族乐团、北京京剧院与西班牙马德里大区管弦乐团、弗拉门戈乐队联袂呈现。两国艺术家演绎了一系列融合中西音乐特色的经典和创新曲目，包括《阳光永远照耀着我们的友谊》《贵妃醉酒》《我爱你中国》《西班牙斗牛曲》《玫瑰探戈》等，以乐会友、以艺通心，充分体现了东西方文化的互融互鉴，深深感染了现场观众。3月28日，“中国秦汉文明的遗产”展在西班牙阿利坎特考古博物馆开幕。胡和平、阿利坎特省省长马松、中国驻西班牙使馆临时代办屈浔和陕西省文物局局长罗文利等中西嘉宾共200余人出席开幕式。本次展览是中西文化和旅游年重点打造的精品活动，荟萃了124件秦汉时期珍贵文物，包括兵马俑、金银器、青铜器、陶器、玉器等，将为西班牙观众更好认识真实、立体、全面的中国提供契机。展览将持续10个月，预计观展人数突破70万。

3月29日，丹青吟咏·盛世相辉——“中国历代绘画大系”之宋画展在西班牙巴塞罗那欧洲现代艺术博物馆开幕。胡和平、巴塞罗那市副市长波内特、中国驻巴塞罗那总领事朱京阳等近200名嘉宾出席开幕式，西班牙中央政府驻加泰罗尼亚大区代表普列多发表视频致辞。本次展览精选“中国历代绘画大系”之《宋画全集》收录的100幅精品宋画高清打样稿，其中包括宋代著名画家王希孟的《千里江山图》、赵佶的《听琴图》、李嵩的《花篮图》等名作，还设置了多个互动体验点，将实物展品、现场表演、互动品鉴等形式结合，为当地观众带来沉浸式体验。

3月29日，《弦动中西——中国民族音乐会》在西班牙巴塞罗那加泰罗尼亚音乐宫室内音乐厅举行，来自中央民族乐团、北京京剧院的音乐家献上多首中国音乐经典与新创曲目，受到当地观众的热烈欢迎。

2023 中西文化和旅游年期间，双方将合作推出贯穿全年、形式多样的几十项精彩活动，涵盖表演艺术、视觉艺术、文化遗产、旅游等多个领域。中西文化和旅游年开幕活动期间，马德里中国文化中心举办“中国茶文化展”。“中国旅游课程”线上学习平台西班牙语版同步上线，面向西班牙旅行商、旅游从业者系统介绍中国旅游资源。7月，世界旅游联盟将与西班牙国家旅游局合作举办“中西旅游对话”活动，以中西文化和旅游年为契机，积极推动中西双向旅游往来恢复发展。

(摘自《中国文化报》2023年4月3日)

北京首家“类博物馆”挂牌开放

近日，北京首家“类博物馆”崇德堂匾额博物馆正式挂牌开放。该馆收藏展示与“德”相关的大量牌匾、名人名家篆刻和书法作品，藏品丰富，主题鲜明，对于传承中华优秀传统文化，弘扬社会主义核心价值观具有积极意义。近期，北京市文物局等相关部门还将陆续到其他具备开放条件的“类博物馆”举办揭牌开放仪式。

2021年5月，中宣部、国家文物局等九部委发布《关于推进博物馆改革发展的指导意见》，提出“实施‘类博物馆’培育计划，鼓励将具有部分博物馆功能、但尚未达到登记备案条件的社会机构，纳入行业指导范畴，做好孵化培育。”为落实文件精神，北京市文物局与相关部门和区政府联合开展了对北京地区“类博物馆”的开放培育试点工作。

据了解，今后北京市将进一步完善“类博物馆”培育工作机制，并通过整合备案博物馆、“类博物馆”、博物馆外溢空间等各类资源，加快北京博物馆之城建设步伐。

(摘自《中国文化报》2023年4月3日)

广东广州：市民文化空间提供特色多元服务

近日，广东省广州市文化广电旅游局出台《推动文化旅游高质量发展“六大行动”工作方案》，实施公共文化攻坚行动即为其中之一，该项行动提出，打造一批充满设计美感和艺术品位的“花城市民文化空间”。而此前由广州市文化广电旅游局、市发改委、财政局制定的《关于推进现代公共文化服务高质量发展的实施意见》也提出，在滨江沿岸、都市商圈、产业园区、交通枢纽等场所打造一批融合图书阅读、艺术普及、培训展览、轻食餐饮等功能的“花城市民文化空间”。

在推进公共文化高质量发展的新征程上，“花城市民文化空间”因其形态多样、边界开放、内涵丰富而成为广州市新的公共文化空间品牌。2021年、2022年，广州市文化广电旅游局分两批评选出42处“花城市民文化空间”，带动人们在优美的公共文化空间中获得多样文化体验。

“花城市民文化空间”分为嵌入型、专题型、综合型 3 种，提供个性化、特色化、多元化的公共文化服务，是文化惠民“打通最后一公里”的重要平台。

在广州越秀区万福路，中共两广区委军委旧址自 2021 年 8 月 1 日开放以来，成为市民接受革命教育的综合体验空间：孩子们流连在当年军委成员工作和生活的实景中，在军粮体验区和文创商店里挑选喜欢的小物件……市民陆先生说，在这里会形成一种独特的历史记忆。作为“花城市民文化空间”之一，如今，这里已成为“万福路上的小军博”。

广辉广彩传承和人才实践基地作为集国家级代表性传承人谭广辉的广彩工作室、人才培养基地、广彩展厅、非遗技艺体验馆于一体的“花城市民文化空间”，不仅将广彩瓷烧制技艺送进社区、街道、学校、企业，为社会提供公共美学服务，还将市民及游客请进空间，通过学习、体验，探寻非遗之美、之乐。

广州市还将新型公共文化空间与图书馆、文化馆总分馆体系有机整合，打造百姓身边的“知识星球”。如海珠区图书馆海珠智汇分馆由海珠智汇科技园与海珠区文化广电旅游体育局、海珠区图书馆、瑞宝街道文化站合作共建，为基地企业和片区群众提供信息、知识、文化服务。2020 年，该馆进馆人数、外借文献量、办证量等各项指标在海珠区图书馆 34 个分馆中均位列第一。

“花城市民文化空间”在管理和使用上也探索出新路径、开创了新模式。如黄埔区文化馆、图书馆瑜源分馆将图书馆、儿童剧场、戏剧展览馆、艺术工作室等组合起来，结合瑜源童话剧团的原创剧目、演员团队、知识产权、互联网平台等资源，打造集亲子活动、戏剧培训、公益演出、公益讲座、戏剧展览等为一体的公共文化服务综合体，推出的“我们的星期三”等文化品牌广受好评。

一些“花城市民文化空间”在产业对接上取得了成效。如华侨新村里的 JC 动漫馆，不仅有《大闹天宫》《山水情》《乌龙院》等民族经典动漫，还有来自美国、日本等世界各地的 5000 多件经典动漫藏品，集动漫学术理论研究、动漫艺术品收藏与修复、动漫 IP 开发、动漫教育、展览策划和学术出版于一体；珠江钢琴艺术中心整合艺术馆、音乐厅、钢琴装配线、国家级技术中心，形成集工业、环保、旅游、音乐、教育、文化于一体的城市人文景观；缘创咖啡分馆通过“政府补贴+自主运营+社会众筹”的运营模式，为广州开发区科学城提供阅读、培训、商务交流、路演、招商等综合服务。

在广州，各具特色、环境优美的“花城市民文化空间”已成为街头一景，融入市民生活。到“十四五”时期末，“花城市民文化空间”将成为具有广州特色、全国影响力的公共文化服务品牌，广州市也将形成以“花城市民文化空间”为支撑的新型公共文化空间品牌矩阵。

3 月 31 日，广州市文化广电旅游局印发《花城市民文化空间建设工作指引》，规范广州新型公共文化空间的建设、运营与管理。广州市文化广电旅游局相关负责人表示，广州市鼓励通过委托管理、项目补贴、定向资助等多种方式，推动社会力量参与公共文化设施运营、活动项目打造、服务资源配送等，提高运营效率和服务水平。接下来，将进一步完善细化各级各类公共文化设施

及社会力量参与公共文化服务的服务标准和管理规范，建立群众满意度常态化动态测评体系和反馈机制，推动用公共文化点亮生活之美。

(摘自《中国文化报》2023年4月3日)

中国诗歌之城论坛永久落户江西抚州

近日，中国诗歌学会与江西省抚州市政府在北京召开新闻发布会，宣布中国诗歌之城论坛将永久落户江西抚州，以“用诗歌讲好中国故事”为主题的首届中国诗歌之城论坛也将于5月中旬在抚州举办。中国作家协会书记处书记邓凯表示，在互联网时代如何激活中华优秀传统文化资源是一个重大命题。他期待论坛的举办能够助力今天的诗歌更接地气，让诗歌找到有效读者，让读者和诗歌之间形成良性互动。

中国诗歌之城论坛由中国诗歌学会发起，旨在弘扬中华优秀传统文化，通过诗歌艺术形式展现人文之美、生态之美、精神之美，讲好中国故事。首届中国诗歌之城论坛由中国诗歌学会、抚州市政府共同主办。届时，将通过演讲、座谈、辩论等多种形式，邀请国内诗歌界代表共同探讨诗歌创作的方向，充分展现抚州临川文化的独特地位和魅力。首届中国诗歌之城论坛还将于11月举办系列配套活动，包括举办“让世界聆听中国的声音——新时代大学生音乐诗享会”、建立大学生诗社联盟等。

(摘自《中国文化报》2023年4月5日)

山西成立非物质文化遗产研究院

近日，山西省整合政府主管部门、高等院校、相关研究机构等多方力量，成立非物质文化遗产研究院，主要服务于非遗系统保护研究、文化生态保护区建设、数字化传承应用等非遗保护传承和研究工作。

山西省非遗资源丰富。截至2022年，山西省共有国家级非遗代表性项目182项，国家级非遗代表性传承人149人。非物质文化遗产研究院的成立，搭建起“政产学研用”一体化智库平台，将进一步提升山西省非遗保护工作的科学化水平。

据了解，近期非物质文化遗产研究院将出版山西非物质文化遗产保护传承年度蓝皮书、国家级非物质文化遗产代表性项目山西省保护成果丛书第一辑；成立非遗专家委员会，开展省级非遗传承人研修培训活动；建设山西省非遗资源大数据中心等。

(摘自《人民日报》2023年4月6日)

2023 青岛数字文化应用发展大会举办

近日，2023 青岛数字文化应用发展大会在山东青岛举办。大会深入贯彻落实党的二十大精神 and 习近平总书记关于宣传思想工作的重要思想，以“新应用、新体验、新消费”为主题，打造全国数字文化产业交流合作、互利共赢、共同发展的重要平台，以数字化赋能文化产业高质量发展，为数字中国、文化强国建设蓄势赋能。中宣部副部长张建春，山东省委副书记、省长周乃翔出席开幕式并致辞，山东省委副书记、青岛市委书记陆治原出席开幕式。

张建春表示，本次大会聚焦数字文化应用发展，既是落实国家重大战略的重要举措，也是布局文化发展新赛道、塑造竞争新优势的“先手棋”。要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，全面贯彻党的二十大精神，把数字技术的快速发展作为推动文化强国建设的重要机遇，以数字化催生文化新业态、引领文化新消费、赋予文化新动能，充分释放数字化发展的放大、叠加、倍增效应，加快推进文化数字化建设，以文化的高质量发展为中国式现代化建设添砖加瓦。

周乃翔在致辞中指出，山东认真落实习近平总书记重要指示要求，深入落实国家文化数字化战略，把数字文化应用发展作为推进文化“两创”和文化强省建设的重要抓手，着力完善基础设施，着力提升数字效能，着力培育新兴产业，扎实推动数字文化产业发展，数字文化产业成为推动山东省经济社会高质量发展的新引擎。

（摘自《中国文化报》2023 年 4 月 10 日）

鄂豫五地有了群众文化联盟

湖北省襄阳市、十堰市、随州市、神农架林区与河南省南阳市，同属汉水流域和秦巴山区的重要节点城市，地缘相近、人缘相亲、文脉相通，有着相近的风土人情和历史文化背景。日前，五地正式签订《“襄十随神·南”群众文化联盟发展合作框架协议》（简称《协议》），组建“襄十随神·南”群众文化联盟，探索中西部地区城市群文旅融合发展新路径。

襄阳市群众艺术馆馆长郝秀峰表示，2021 年，“襄十随神”群众文化联盟成立，此次邀请南阳加入，正式成立“襄十随神·南”群众文化联盟，将充分实现五地的文化交流互动，助力活动共办、资源共享，为南襄盆地协同发展贡献群文力量，让广大群众享受公共文化服务的红利。

根据《协议》，“襄十随神·南”群众文化联盟将建立联席会议制度，每年举办一次群艺（文化）馆馆长联席会议，并搭建涵盖音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、书法、美术、摄影、理论研究等内容的交流平台，成立专业委员会，加强沟通协调、共享信息资源、开展常态化互动，推动一体化协同发展。

“襄十随神·南”群众文化联盟联办“四季村晚”“文旅走亲”活动是五地文旅部门形成的共识。五地文旅部门将根据“四季村晚”的要求，统一规划、统一安排节目创作，为“四季村晚”提供原创节目储备。与此同时，按照襄阳、十堰、随州、神农架、南阳的顺序每年举办一次五地“我要上村晚”选拔赛，为各地“四季村晚”选拔优秀文艺节目，并形成节目的选拔机制。

为提高五地文化（群艺）馆干部的专业化水平，《协议》明确“襄十随神·南”群众文化联盟每两年举办一次专业技能大赛，让五地群文干部同台竞技，提高群文干部的专业化能力和水平。同时，鼓励五地群文干部创作作品，适时举办包括音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、书法、美术、摄影等采风活动，定期开展交流展演（展览）活动，促进五地群文优秀作品的创作生产。

此外，五地将积极探索建立活动共办机制、信息共享机制、资源共通机制，打破地域壁垒，实现资源互通、优势互补、产业互促，提供优质、高效的群众文化供给服务，为区域一体化融合发展提供有力支撑。在探索建立资源共通机制方面，五地将通过共建文化资源库、人才资源库、非遗资源数据库等，充分发挥各地师资、设备、场地等资源优势，扬长避短，促进公共文化服务提质增效。

郝秀峰介绍，今年，“襄十随神·南”群众文化联盟将筹建师资库，共建培训平台，开展专业干部培训；采取广泛参与、层层筛选、提炼精品的方式，年底共办一场迎春晚会；举办青少年才艺大赛，打造属于孩子们的舞台；不定期分专业开展群文理论研讨会，建立交流平台，分享各地群文调研工作经验。

据了解，湖北省群众艺术馆将采取人员下派、平台下派、资源下派等多种形式，推动“襄十随神·南”群众文化联盟加强资源深度融合，改善提升全民艺术普及质量。

（摘自《中国文化报》2023年4月11日）

激活社会力量参与文化建设的内生动力

为了提高公共文化设施的服务效能、提升文物资源的保护和活化水平，近日，广东省佛山市禅城区出台了《佛山市禅城区鼓励社会力量参与公共文化设施运营管理工作指引（试行）》（简称《工作指引》）和《佛山市禅城区鼓励和支持社会力量参与文物保护和活化利用工作实施方案》，鼓励和支持社会力量共同谱写文化发展新篇章，为打造岭南文脉之城注入新活力。这两项政策激发了社会力量参与文化建设的积极性，相关项目正在积极推进。

探索“图书馆+书店”融合建设模式，延伸总分馆服务体系

走进禅城区文华公园南区驿站，种有青树翠竹、采用全景落地窗搭配原木装修风格的尚书·文华新型阅读空间成为人们享受阅读的新去处。3月30日，这家由禅城区图书馆和佛山市尚书阁文化有限公司联合打造的新型阅读空间对外开放。佛山市尚书阁文化有限公司总经理李璐表示，尚书·文华新型阅读空间通过政府主导、社会参与，按照“图书馆+书店”的馆店融合建设模式，实现“店中有馆，馆中有店”。“可以借助禅城区图书馆的力量，满足人们更加专业、个性、多样的阅读需求，让人们不出远门就能享受‘诗与远方’。”她说。

尚书·文华新型阅读空间存放了禅城区图书馆馆藏公共图书4000册，还有可供销售的图书4万册，同时配套智能自助借阅设备、掌上阅读数字阅读终端等设备，保障了图书更新速度、提高

了藏书量、改善了阅读环境。与以往的企业出场地、政府投资源的新型阅读空间运营模式不同，尚书·文华新型阅读空间是禅城区“政府载体+社会运营”公共文化设施项目社会化运营模式的首个试点，既发挥了政府的主导作用，又发挥了社会力量的资源、专业和人才优势。

这也是禅城区在新形势下探索图书馆总分馆制服务体系的重要举措。此前，尚书阁与禅城区图书馆已合作共建了尚书阁自助图书馆、万科金融中心自助图书馆，按照“公共图书馆+实体书店”的模式运营。李璐表示，尚书·文华新型阅读空间致力于打造集聚阅读、展示、休闲、活动等于一体的多业态融合复合型文化空间，为人们提供新的服务体验和阅读配套延伸服务。

尚书·文华新型阅读空间在禅城区文化广电旅游体育局大力支持、引导、培育新型文化空间的发展方针下，成为推动《工作指引》落细落实的具体实践。佛山市文化广电旅游体育局党组成员、副局长桂红表示，尚书·文华新型阅读空间有效推动了佛山市公共文化服务高质量发展，为今后佛山市出台相应政策提供了一个非常好的基层实践模板。

促进政府资产有效利用，提升公共文化服务效能

《工作指引》的出台是基于现实考虑并由多方因素促成的。近年来，禅城区着力统筹推进城乡公共文化服务体系一体化建设，公共文化服务水平明显提升。但随着经济社会的发展，人民群众对享有更加丰富、更高品位的精神文化生活的期盼越来越强烈，而部分基层公共文化设施在运行管理过程中存在的人才少、活动不丰富、吸引力不够等问题，迫切需要通过创新服务方式来解决。因此，近年来，禅城区鼓励和引入社会力量通过共建文化设施、合办文化活动、优化文化供给等形式，全方位参与公共文化服务体系建设。

在公共设施方面，禅城区于2018年出台《佛山市禅城区建设项目配建公共设施规划建设移交管理规程（试行）》，并于2022年底修编印发。目前，禅城区配建了公共文化设施40多处，总建筑面积近5万平方米。由于政府财政全额投入开展运营管理压力较大，上级政策文件明确要求公共文化设施不得有以盈利为目的的经营行为、不得长期出租出借，导致全区配建公共文化设施存在一定的闲置情况，造成国有资产浪费。为进一步优化配建公共文化设施的运营和管理，经多方论证，禅城区文化广电旅游体育局研究拟定了鼓励社会力量参与公共文化设施运营管理的总体方向，并以工作指引的形式制定该文件。

《工作指引》鼓励和引导有实力的社会组织和企业采用服务外包、委托经营、合作经营等模式参与公共文化设施建设和运营，为群众提供多元丰富的文化服务。各镇（街道）对自有公共文化设施以招投标形式确定委托运营方，以公共文化设施场地使用的市场价值代替政府直接出资投入，也不收取租金、管理费、服务费等费用。运营方负责公共文化设施的日常运维，策划公益活动，并达到免费开放相关标准。

加强保护和活化利用，让文物焕发新活力新价值

禅城区拥有丰富的历史文化遗产。据统计，禅城区现有8个历史街区、156处文物保护单位。这些历史建筑存在数量众多、分布广泛、产权复杂等特点，给日常保护管理带来很大挑战。如果单一依靠政府投入，保护效力明显不够，因此，寻求社会力量活化善用文物建筑及时且必要。近期，禅城区出台了《佛山市禅城区鼓励和支持社会力量参与文物保护和活化利用工作实施方案》，鼓励和支持社会力量参与文物建筑保护利用，形成“政府主导、社会参与、成果共享”的文物保护利用新格局，以推动大量低级别文物建筑和历史建筑“有人管、在利用、出效益”，达至文物保护全民参与、保护成果全民共享的目标。

根据《方案》，社会参与文物建筑的修缮和活化利用的方式非常广泛，包括捐资修缮文物建筑、文物建筑活化利用、文化创意产品开发以及捐赠文物、捐赠资金用于文物保护等。

(摘自《中国文化报》2023年4月11日)

让数字文化快车驰骋在乡村振兴大舞台

随着数字技术为文化产业赋能，我国数字文化产业的发展突飞猛进。根据国家统计局数据显示，2021年全国数字文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入39623亿元，同比增长18.9%，两年平均增长20.5%。乡村文化振兴是一项复杂的系统工程，应当在契合、整合、融合、结合上下功夫，加快推动乡村文化数字化发展，带动乡村全面振兴。

“契合”上找定位，确保数字文化快车不跑偏

整体性是系统的首要特性，要始终立足整体来把握部分与整体的关系。乡村文化数字化是乡村文化振兴的创新之举，也是文化数字化战略的重要组成，既要把准定位，确保发展方向不跑偏；也要守住根本，确保乡村文化底蕴不能丢。

一是契合国家文化数字化战略部署。推进乡村文化数字化，是落实国家文化数字化战略的重要一环。2020年，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出“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”。2022年5月，中办国办印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》。党的二十大报告在擘画未来五年发展蓝图中，又旗帜鲜明地提出“实施国家文化数字化战略”，并明确具体任务。文化数字化战略的形成体现了党中央一以贯之的战略定力，也为推动乡村文化数字化建设提供了重要遵循。

二是契合乡村振兴的发展要求。从系统观念来看，乡村振兴是一项包含多维度多方面多层次的复杂系统工程，既要做强“硬件”，又要做实“软件”，以实现物质文明和精神文明的协调发展。文化振兴与乡村振兴存在着内在耦合性。党的二十大报告指出，物质富足、精神富有是社会主义现代化的根本要求。推进乡村振兴战略不能光看农民口袋里票子有多少，更要看农民精神风貌怎么样。丰富的乡村文化资源不仅潜藏着巨大的经济价值和社会价值，文化产业的发展、道德

风尚的形成，会反过来成为引领乡村振兴的重要力量。乡村文化数字化是顺应数字时代大潮对文化振兴的再赋能，要准确把握乡村物质文明和精神文明协调发展的根本要求，抓住文化振兴与乡村振兴互相耦合的内在逻辑，为实现乡村全面振兴提供强大动力。

三是契合乡村的发展实际。习近平总书记强调，“乡村文明是中华民族文明史的主体，村庄是这种文明的载体，耕读文明是我们的软实力”，“要深入挖掘、继承、创新优秀传统乡土文化”。随着城镇化进程的快速推进，乡村文化建设的基础受到冲击，主要表现在以下方面：其一，随着乡村人员的减少，乡村传统文化、习俗、技艺、遗迹遗产等面临失传或消失的危险。通过数字化手段，可以把乡村的自然风貌、文化遗产、历史遗迹等在线上云端复制和重建，从而实现重要文化资源的永久保存。其二，传统乡村产业规模小、经营分散、附加值低。乡村文化数字化除了做好文化资源保护、增强文化自信的文章，也要赋能乡村产业发展，引领带动乡村振兴。

“整合”上见真招，确保数字文化快车动力足

当今时代，世界的“连通性”大大增强。乡村文化资源分布广、种类多，表现形式多样，其数字化的过程特别要注重资源整合、数据整合，以够用、管用、好用为目标，完善数字要素供给体系和数据服务体系。

一是数据要够用。当前多数乡村的文化数字化工作主要在做典型和示范，如数字博物馆、数字红色文物、数字非遗等，数字化采集的对象不够全，涉及面不够广，数据形式相对单一，难以充分展现乡村文化的全貌和内涵。支持和引导公共文化机构、文化市场主体抓紧对当前乡村文化资源进行分门别类的数字化采集，全方位地摸排挖掘，通过文字、图片、声音、视频等多种形式进行普遍式采集，尤其对一些即将消失的历史遗存、技艺工艺、民俗传统、民歌唱腔等，要尽快开展抢救式数字化采集，不断充实乡村文化资源数据库，解决数据够用问题。

二是数据要管用。近年来，各地宣传、文旅、广电、新闻出版、文物保护、住建等部门立足自身实际建立数据资源库，在一定程度上助推了数字文化的发展。但由于数据采集的侧重点、数据类型等不同，文化资源的完整性、准确性有所欠缺，且部分文化数据的更新不够及时，致使可供市场有效使用的数据资源不多。以融通国家文化大数据体系为总揽，细化完善贯穿数据采集、开发、存储、传输等全链条的综合标准体系，对现有的文化资源数据库，按照统一标准进行转化重构，打造能够互联互通的文化数字资源库群。切实提高数据质量，引导各类文化机构、文化市场主体，紧跟市场需求和发展趋势，开展数据采集和开发，并建立及时更新机制。对独具特色的文化资源，可依托游戏、影视、动漫、虚拟现实等新兴载体，运用VR、AR、全息影像等数字技术进行提升式开发，形成具象化、立体化、全样态的数据素材，提高文化数据的质量和有效性。

三是数据要好用。文化数字化的核心驱动力是把文化数据通过与不同环节创作主体进行关联，转化为可溯源、可量化、可交易的资产，形成资产化的关联数据，从而让参与创作的每个主体获得数据变现收入。“文化数据超市”可以实现对关联数据进行展示、搜索、交易等功能的整合。应积极引导各类文化产业主体依托国家文化专网，构建文化数据服务平台，探索搭建“文化数据

超市”，在试运行中不断完善。重点加强数据关联、数据特征描述及标签化分类、创作者数据标识符等底层技术提升，完善数据变现收入与创作者利益分配相挂钩机制。同时，加强文化数据底层基础设施建设，完善文化数据和数字作品的知识产权保护，强化数据安全监管，助力保障“文化数据超市”的安全平稳运行，实现数据好用、易用的目标。

“融合”上求突破，确保数字文化快车能量大

乡村数字文化建设极大拓宽了乡村文化的时空边界，使得乡村文化跨越地域、行业和产业等限制，与旅游、教育、影视、动漫、电商等业态融合，加快推动了“数字文化+”的发展。融合发展的过程既是资源的再扩容再整合，也是系统的再构建再优化，必须抓住核心内容、做好关键环节，放大融合效应。

一是注重挖掘乡村文化的核心价值。数字文化的核心在文化。只有坚持文化内容先行，才能把乡村产业的故事讲好、把品牌做大。以乡村旅游为例，随着人们生活水平的提高，单纯以观光看景为主的旅游已经不能满足游客“求新、求奇、求知、求乐”的旅游需求，要破解乡村旅游的这一困境，一个重要的方面就是注重对乡村文化内涵、文化特色的挖掘，这也是乡村旅游跳出同质化竞争、提升品质品位的关键一招。

二是注重用好用足数字文化资源。文化数字化重塑了文化资源的分布基础，让世界各地的各类文化市场主体都能通过云端资源和方式，便捷地参与到数字文化的二次开发和创作中来，彻底激活文化产业的创新基因，改变传统产业结构。充分发掘文化创意，用好用足数字文化资源，以数字化培育乡村新业态和新模式，结合民俗文化、民间技艺、乡土风貌、田园风光等创意开发数字文化产品，不断激发乡村产业振兴的新动能。

三是注重构建全产业链的融合发展生态。数字文化对产业生态的重构，关键在于切入点的选择和产业链的扩展与延伸，精确瞄准市场需求的痛点，着力打造数字文化的出圈效应，并同步做好复合式产业服务，构建全产业链融合发展生态。未来条件成熟，还可以打造元宇宙电商，推展文旅资源，实现复合式增收，为乡村数字文化产业全产业链融合发展探索前沿方向。

“结合”上强保障，确保数字文化快车行得远

数字文化不仅能很好地实现乡村文化的保护开发和创造利用，对乡土文化的传承、乡村社会的重塑也提供了更多可能。与此同时，对乡村文化的保护和利用也推动了数字文化的更好发展，实现良性循环。

一是与乡村治理相结合。进一步发挥数字文化作用，助力解决乡村治理难题。建好用好市县融媒体中心、新时代文明实践中心，提升完善农家书屋、农民文化乐园、乡村文化大舞台等平台设施，着力提高平台数字化水平，通过线上线下活动，弘扬社会主义核心价值观，加强村民之间的紧密联系，夯实乡村道德诚信体系，为乡村文化传承发展奠定稳定基础。

二是与人才引进相结合。打造一支具有数字化思维的文化人才队伍，是抓住文化数字化发展机遇的关键所在。注重用好乡贤力量，提升农民文化素养。培养非物质文化遗产传承人、民间艺

人、民间团体等，提高文化传承意识，激发乡村文化供给的内生动力。与此同时，积极整合外部资源，特别要用好“数客”这一力量，以专业化服务助力乡村数字文化建设。对从乡村走出去的大学生、在外务工有能力的年轻人，通过支持创业、就业等方式，引导其返回乡村或者“在线虚拟回村”。返乡人才对乡村有感情，更愿意投身乡村文化建设，通过针对性培训提升其数字化素质，使之成为传承、传播乡村文化的重要生力军。

三是与要素支撑相结合。持续优化乡村创新环境，引导高校、研究机构等与乡村文化主体对接合作，为数字文化产业提供关键的智力支撑。支持各地加快推进国家文化大数据区域中心建设，强化基础设施支撑，持续激活乡村文化创新主体，加大对骨干文化企业的招引和培育，重点对乡村文化资源数字化采集、数据库建设、数字化再造等项目进行补贴扶持。支持乡村小微文化企业和工作室、农民创作者的发展，完善数字媒体平台创新激励机制，对优质乡村文化作品给予更多的宣传奖励，提高农民群体直接参与创作的积极性。同时，加大对乡村数字文化产业的金融支持力度，鼓励社会资本通过多种形式投资乡村数字文化产业，提升产业规模和竞争力，赋能乡村振兴高质量发展。

(摘自《光明日报》2023年4月12日)

长三角省市启动新一轮文旅一体化高质量发展重点任务

上海、江苏、浙江、安徽文旅部门13日在沪共同签署《长三角文化和旅游一体化高质量发展2023浦江宣言》，全面启动新一轮长三角文旅一体化高质量发展重点任务。

根据宣言内容，沪苏浙皖等长三角省市新一轮文旅一体化高质量发展的重点任务主要有：

共同构建公共文化服务高质量发展先行区、高能级文化和旅游产业发展高地、世界级高品质文化和旅游目的地、高标准文物保护和考古研究中心和高水平文旅开放双循环战略链接。

持续推进以社保卡为载体的长三角居民服务“一卡通”在旅游观光、文化体验方面实现“同城待遇”。深化文化和旅游公共服务数字化平台的互联互通、数字资源的共建共享。加强美术馆、博物馆、图书馆和群众文化场馆等馆际联动和服务功能联通。

联手推进长江国家文化公园、大运河国家文化公园建设。加强与长江流域城市深度合作。推动文化和旅游与乡村振兴、高端制造、现代服务业的深度融合。共同构建长三角文化和旅游产业合作交流和发布推广平台。支持鼓励文化和旅游企业与金融机构开展创新合作。

继续推进江南水乡古镇联合申报世界级文化遗产。加强长三角地区重大文旅节庆活动资源整合。加强客源市场互动、游客互送。常态化推出“乐游长三角”旅游专列。构建惠民利民、品质保证、服务便捷的“乐游长三角”服务网络。

强化长三角地区文物保护和考古研究领域联动效应。在基础研究、展览展示、教育宣传、文创开发、文物市场、科技创新等领域，形成一批具有示范引领作用的合作交流创新实践。在科技

考古、文物修复、预防性保护、文物修缮等领域，推动联合技术攻关。联合举办文物考古系列大展和巡展。

联合开展中国长三角旅游和第19届亚运会主题推广。联手拓展入境旅游市场。开展长三角地区文化市场综合行政执法协作机制。联合支持文化和旅游企业将优秀文化作品和优质旅游产品推向海外市场。

(摘自《新华网》2023年4月14日)

图书借阅 一键触达

“通过‘一键借阅’平台，郊区读者只要动动手指，书籍就能快递到家，看完后直接还到家门口的还书点，省去了以往跑图书馆的时间，既省心又省力，阅读幸福指数大大提升。”家住杭州余杭径山的郑女士说，杭州图书馆这种“需求侧服务改革”的新型图书馆服务暖心、贴心，深受读者欢迎。该应用还获评文化和旅游部“2022年文化和旅游数字化创新实践十佳案例”。据统计，2022年，杭州图书馆“一键借阅”服务新增用户11.8万人、借还文献29.6万册，分别比2021年增长61.6%和65.4%。

随着数字化、智能化时代的到来，读者阅读需求也发生了新的变化。在杭州，读者可通过支付宝、图书馆微信公众号、杭州城市大脑、浙里办App等多个入口登录“一键借阅”平台，轻松实现线上借还图书，可以随时随地在线共享超过百万电子图书资源。“书店里被市民借走的书籍，费用由杭州图书馆买单，既便于读者第一时间拿到新书，也满足了读者自己选书的需求。”杭州图书馆馆长刘冬说。

线上线下服务场景分散、各个图书馆文献服务体验感差异大、现有线上借书平台使用体验感不佳……针对痛点，“一键借阅”公共图书馆线上服务以“数字化、智慧化、一体化”建设理念，解决服务场景、文献资源供给与市民阅读需求之间的矛盾，已经成为创新公共图书馆线上服务的新模式。

通过平台，市民在杭州地区任何一家新华书店购新书，都可以免费带回家阅读，费用由杭州图书馆买单，阅读之后就在离家最近的图书馆还书即可；在比较偏远的地区，市民读者只需手机下单，纸本书籍就能快递到家，让市民足不出户即可享受“手机下单，图书快递到家”“书店选书，图书馆买单”“手指点点，尽享百万免费数字资源”的新型图书馆服务。

目前，“一键借阅”平台集杭州市区两级14家公共图书馆线上线下资源，已拥有超过百万册的纸本书、60多万电子书、30多万听书和视频资源。通过融合“线上借书”“书店借书”“数字阅读”三大服务场景，形成实体馆可借、自助可借、书店可借、线上可借等多渠道智慧借阅服务，线上线下通借通还，这一实践做法在浙江尚属首创。

比如，应用微服务架构搭建全新的“1+13+N”图书馆线上服务，既能确保单项业务服务边界清晰，又能形成统一整体的特点，实现了全市域的一体化图书馆服务网络全覆盖。通过整合市区两级公共图书馆资源，汇集书目数据，建立统一的书目库，再通过人工智能辅助决策系统为读者智能推荐所需资源。

“新平台上线后，通过全市14家图书馆三大服务资源的重新整合，等于在未追加购书经费的前提下，线上为杭州市民读者增加了一座24小时服务不停歇、可借图书超过百万册的虚拟图书馆，初步实现了使馆藏文献活起来、用起来的目标。”刘冬介绍，2022年，杭州图书馆以“城乡一体化、区域全覆盖、智能更便捷”为目标，“一键借阅”服务再次迭代升级，数字阅读访问量超77万次，年新增用户和年数字资源访问均翻倍增长。

每月的23日，读者都可以在“一键借阅”平台一键领取免邮券。“像我们住在镇上的，特意去一趟城区图书馆可不容易。除了路途，线下借书还是需要花费一些时间。但线上操作只需要登录、选书和下单3个步骤，邮递隔天就到。既使不免邮，1本书平均也只要1元邮费，非常方便快捷。”在余杭经营民宿的张先生说。

“消弭城乡阅读界限，实现图书均衡共享，让读书更轻松、更便捷，杭州图书馆的服务将会一直在路上。”刘冬表示，未来，“一键借阅”将持续优化功能，融入“浙里文化圈”，实现可感知、更智能，助推全域文化繁荣、全民精神富有。

(摘自《中国文化报》2023年4月18日)

济南市图书馆打造“阅读大流量”

融合发展是济南市图书馆工作的主基调。“传统的阵地阅读服务，已经无法满足当下读者的精神文化需求，必须创新。”济南市图书馆行政负责人王海表示，将到馆读者转变为“钢琴志愿者”，既是弘扬文化志愿服务精神的举措，也是增强公共文化阵地吸引力的一次尝试。

公共文化空间内的文艺范儿

从2022年初开始，在吸纳社会各界意见并认真研究之后，济南市图书馆正式推出“夜读空间”。试运行一段时间之后，馆内又将“夜读空间”的阅览座席进行了扩充，并进一步延长开放时间。目前，济南市图书馆的新型“夜读空间”，可提供座席500个，闭馆时间为晚上12点。

耿焕昌老人是“夜读空间”的受益者。退休多年的他，近两年出于兴趣爱好，正在整理自己收藏的老照片。“需要一个静谧的空间，‘夜读空间’特别适合我。”耿焕昌说，去年7月至今，只要没有特殊情况，他每天在济南市图书馆待到晚上近10点，老照片集预计在两个月内就能整理好。

济南市图书馆白天的开放时间截止到当天下午5点，接下来转为夜场。怎么去衔接好这个时间段是个问题。为增加馆内阅读气氛和文艺范儿，济南市图书馆领导班子在调研后决定开设“钢

琴音乐角”。钢琴由社会机构免费提供，弹琴的人则从热心读者中遴选，排好“值班表”，每一位“钢琴志愿者”通过弹奏，让读者舒缓心情，结束美好的一天，同时欢迎夜读民众进场。

全力营造“多读书”的氛围

公共文化服务高质量发展，如今到了重要节点。公共文化场馆怎么打好“亲民牌”“便民牌”，提升服务效能？

“剧本沉浸体验”“后备箱阅读市集”“图书馆之夜”等系列创意阅读推广活动，是济南市图书馆打造“阅读大流量”的生动见证。济南市文化和旅游局公共服务处处长、济南市图书馆党委书记吴波介绍，传统阅读阵地的突破与传统读书理念的更新，是推动济南市图书馆进行公共阅读服务“创意研发”的引擎。

随着时代发展，人们的阅读方式发生了巨大变化。济南市图书馆解放思想、主动作为，坚持以读者为中心的服务理念，瞅准时机抢占发展先机。

2023年春节前夕，济南市图书馆对“泉民悦读”小程序进行重要升级。只要读者手机定位在济南市区域内，不需要办理任何证件，即可直接扫码登录，超20万种电子书、44万小时有声读物可免费阅读。

过去两年，济南市图书馆在济南市文化和旅游局支持下，开展“荐读”“悦读”“共读”“畅读”“夜读”五项行动，覆盖不同人群、不同时段、不同场景，全方位、多渠道推动全民阅读工作走深走实。

奏响融合发展的“青春之歌”

“爱阅快借”是济南市图书馆联合当地新华书店推出的一个线上、线下互动借阅分享平台，于2022年8月试运行。济南市图书馆于2016年推出“你看书我买单”服务，创新性地把图书采购权交给读者。“爱阅快借”平台则是“你看书我买单”的全新升级版。持济南市图书馆实体或电子借书证的读者，只需登录济南市图书馆微信公众号“爱阅快借”平台，就可轻松享受网上借书服务。每人每次最多可借3册，每证每月最多可借2次。

济南“市民巡访团”团长辛安是“爱阅快借”平台的首批体验者。近期，他在网上看到一本大字版的文学名著，于是通过“爱阅快借”平台下单，两天时间便送到家中。辛安说：“线上选书且看后直接还到图书馆，非常人性化。”

再如，济南市图书馆去年举办的一场名为“宋韵流芳”的“图书馆×剧本杀”主题互动体验活动，潮范儿十足，精彩纷呈，至今还令许多读者印象深刻。

济南市文化和旅游局党组成员、副局长闫险峰表示，2023年，济南市将继续扎实推进书香济南建设，结合实际启动制定《济南市全民阅读综合评估指标体系（试行）》和《济南市全民阅读促进条例》等条例，继续新建泉城书房8个，发展培育100个各类全民阅读推广组织，打造“爱阅之都”。

（摘自《中国文化报》2023年4月18日）

建造智慧化“书香洪城”

在“虚拟图书馆”内沉浸式游览知识殿堂，指尖轻点把喜欢的书快递到家，全市 60 余家图书馆通借通还……去年以来，江西省南昌市图书馆着力构建“智慧+”公共文化服务体系，打造了公共阅读服务与城市旅游联通的“虚拟图书馆”、新型智慧网借服务“飞阁流书”、为人找书的“地磁导航”系统、生态共享的图书馆联盟平台等一系列数字化公共文化服务项目，并形成了“市级中心馆+区县级总分馆+孺子书房（流通点）”全民阅读服务网络，让人们有了更加智慧和便捷的公共文化体验，使南昌成为一座充满诗意的“书香城市”。

科技赋能“悦”读空间

从南昌市图书馆微信公众号进入“虚拟图书馆”，一次全景式书香漫游就此开启：点击“进入地图”，图书馆内每一个线下空间乃至书架、图书都巨细靡遗，并能联动到相关的数据和服务。例如，当中的“地磁导航”服务就让找书难的问题迎刃而解。笔者尝试在“地磁导航”服务中输入“三国演义”，手机屏上便出现一个小箭头，一路指引笔者来到该馆 3 楼文学书库第 4 排架的中间区域，《三国演义》很容易就找到了。“地磁导航”服务还可以根据读者的历史借阅记录实现书籍智能推荐等主动服务。

即使读者不在馆内，也可在“虚拟图书馆”享受电子书、文化讲座等海量数字化资源。如果读者想要阅读纸质书，还可以使用新上线的“飞阁流书”O2O 网借服务功能，实现“云端借书”、快递上门。“没想到这么方便，像网购一样把书加入‘借书车’，填好地址，就可以等待快递员送书上门了。”市民张先生说。

南昌市图书馆技术人员汪鸿鹏介绍，该馆以虚拟交互智慧空间全景式还原图书馆真实场景，将馆员、电子资源、文本资源、空间资源、专题服务资源等进行全方位深度融合，引入地磁导航等新技术，打通线上线下，以智能设备为工具，以二维码、H5、小程序、网页为载体，对图书馆服务体验进行重构，为读者提供更加便捷、智能、精准的服务，营造沉浸式阅读体验空间。

去年底，南昌市图书馆首个盘点机器人上岗。“这款机器人集导航、地图构建、射频定位等‘黑科技’于一身，每小时可盘点书籍 2 万册左右，自动充电、安全避障，图书盘点数据可直接拍摄存储，其大幅提高了图书盘点的准确性和效率。”南昌市图书馆工作人员介绍。

连点成面诠释“诗和远方”

周末走进位于南昌市青云谱区八大山人纪念馆旁的孺子书房八大山人梅湖景区分馆，读者座无虚席。八大山人画作、古朴书架、瀑布流阅读机、极简落地玻璃窗……传统与现代相得益彰。在距其 15 分钟车程的象湖风景区，坐落于抚河之畔的孺子书房遇见极光分馆是同样的繁荣景象。该书房是以青云谱区文化名人、翻译家许渊冲为主题设立的亲子书房，双语书籍、绘本画册琳琅满目，吸引了许多家庭游象湖、沐书香。像这样各具特色的孺子书房，南昌如今已有 60 家投入使用，成为了打通基层公共文化服务的“毛细血管”。

为了把分散的文化资源整合起来、最大限度为广大市民提供阅读便利，南昌打造市公共图书馆联盟平台，以“市级中心馆+区县级总分馆+孺子书房（流通点）”为运转架构，实现“资源共享、协同采编、统一服务”。

南昌市图书馆相关负责人介绍，该馆正逐步打通数据壁垒，迈向全面平台化、数据化、移动化和智慧化。打造大数据分析平台，为图书馆现状及决策分析提供参考；搭建志愿者管理平台，解决登记报名及服务清单、供需对接等问题；打造全覆盖的图书馆服务网络，努力让图书馆成为老百姓的“家庭书房”，持续推进“书香洪城”全民阅读工作，不断提升城市软实力。

“南昌星罗棋布的公共图书馆（点）已然成为老百姓引以为豪的城市文化生活空间。”江西农业大学教师陈晗说，希望能赋予这些文化空间更多活动举办、文创展示、非遗体验功能，让公共图书馆切实成为文化惠民的主阵地、文旅融合的桥头堡、“诗和远方”最优美的诠释。

（摘自《中国文化报》2023年4月27日）

报业：发挥内容优势 成为全民阅读“领读担当”

习近平总书记在给首届全民阅读大会的贺信中指出，希望全社会都参与到阅读中来，形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。

4月23日至25日，由中宣部等联合主办的第二届全民阅读大会在浙江杭州举行。大会聚焦“深化全民阅读 建设书香中国”主题，举办了论坛、展览展示、阅读推广、主题发布等多项活动。作为第二届全民阅读大会分论坛之一，“阅读与媒体”论坛于4月24日在浙江杭州举办，由中央宣传部传媒监管局指导，中国报业协会、中国新闻文化促进会、中国晚报工作者协会联合主办，中国文化传媒集团承办。与会代表就报业对于推进全民阅读的用心用力情况和发挥的重要作用等方面进行深入探讨。论坛有力彰显了报业媒体的地位作用，宣扬了阅读价值理念，更好营造出爱读书、读好书、善读书的良好氛围，是深入贯彻落实习近平总书记致首届全民阅读大会贺信精神的务实行动。

报纸及所办新媒体不仅是宣传全民阅读的媒介渠道，自身也是开展全民阅读的重要载体，要不断增强原创宣传报道能力、扩大优质内容供给能力、提升人民阅读权益保障能力，特别是要发挥报业特色优势，积极探索将全民阅读从传统阅读、大众阅读、单一阅读向更加主动、更加精准、更加时尚的个性阅读、定制阅读、综合阅读转型，为人民群众奉上高品质阅读产品，让全民阅读插上媒体的翅膀，引导广大群众从看报中获取知识、启智增慧、培养道德。

（摘自《中国文化报》2023年5月8日）

各地博物馆多措并举守护文物安全

近日，国家文物局印发通知，对文物安全工作作出部署，要求各级文物行政部门和各文物博物馆单位进一步强化文物安全管理，严密防控文物安全风险，坚决筑牢安全防线。

压实文物消防安全责任

为深刻汲取 4·18 北京市丰台区长峰医院火灾事故教训，进一步提升北京市文博系统文物安全、安全生产监督监管能力及突发事件应急处置能力，北京市文物局近日举办 2023 年度全市文物安全和安全生产工作骨干培训班。培训总结会上，北京市文物局就开展全市文博领域安全生产大排查大整治等工作进行了部署，并结合工作实际，强调要时刻绷紧文物安全这根弦，牢牢守住文物安全红线、底线、生命线。

博物馆中的文物安全是重中之重。3 月底，国家文物局通报 2022 年度文物行政执法和安全监管工作情况。通报指出，当前文物法人违法、盗窃盗掘、火灾事故等文物安全风险依然存在，一些地方文物安全责任落实不到位，防范措施不到位，文物安全意识淡薄，文物法人违法案件和安全事故时有发生。

近年来，巴西国家博物馆、法国巴黎圣母院、日本首里城等世界知名文化遗产，以及我国翁丁村、万安桥等传统村落和文物建筑，因火灾损失严重，火患已成为危害文物安全的重要风险。“我国文物建筑资源丰富，分布地区广泛，且多以土木结构为主，耐火等级低，火灾防控任务尤为繁重。”河南博物院院长马萧林建议，要不断压实文物消防安全责任。

据国家文物局披露，自去年以来，各地不断强化文物安全责任落实，31 个省区市将文物安全纳入政府考核评价体系，30 万余处文物博物馆单位设置文物安全直接责任人公告公示牌；全国文物火灾隐患整治和消防能力提升三年行动（2020—2022 年）期间，北京、河北、山西、江苏、广西、贵州、甘肃、青海等地持续开展文物消防应急能力提升和演练评比，安徽连续开展文物消防“大比武”竞赛活动。

国家文物局相关负责人表示，今年将加强文物安全风险联防联控，会同消防救援机构，将文物、博物馆单位纳入消防安全管理的重点范围和重点内容，督促文物、博物馆单位制定、完善安全应急预案，强化消防应急实战演练。

加强文物安全设施建设

国家文物局通报表示，在文物安全设施建设方面，2022 年推进全国重点文物保护单位安全防护工程 570 余项。各地文物执法督察和安全监管技术手段应用也随着各项工程的推进不断深化。其中，上海市开展文物遥感监测，山东省潍坊市探索“文物+遥感”文物保护新模式，内蒙古推进无人机安全巡查。

去年 4 月，国家文物局印发的《文物安全防控“十四五”专项规划》明确提出加强博物馆等文博机构的安全防护工程建设。同年底，故宫博物院北院区项目正式动工。该项目是国家“十四五”规划重大文化设施、中央和国家机关在京重点建设项目，也是“平安故宫”工程子项目之一。

“平安故宫”工程于2012年由故宫博物院酝酿提出，2013年4月国务院批准立项。主要包括故宫博物院北院区建设、地下文物库房改造、基础设施改造、世界文化遗产监测、故宫安全防范新系统、院藏文物防震、院藏文物抢救性科技修复保护7个子项目。故宫北院区建成后，将极大改善故宫博物院展览环境与文物修复条件。

目前，位于河南安阳的殷墟遗址博物馆也正在紧张有序地建设之中，其主体工程基本完成，已转入内部装修和展陈相关工作。在安阳殷墟技防监控中心，大屏幕上可以看到2650个高清摄像头对29.47平方公里的殷墟遗址保护区实施的全天候无死角监控；中心可随时出动的监控无人机、智慧殷墟巡更系统管理平台、投入1.2亿元建成的国内一流遗址智慧安防工程，构筑起“空地一体”智慧防控体系。

“在古都安阳，殷墟保护深入人心。”安阳市文物局局长李晓阳介绍，安阳实施四级网格化管理体制，建立公安、协管、网格员等共同参与的群防群治体系，不断织牢织密殷墟安全防护网。

“每天包括巡防队员、村（社区）干部在内的360余名殷墟文物安全守护人，穿梭在保护区内，保护着世界文化遗产殷墟。”李晓阳说。

提升科技保护文物能力

进入新发展阶段，文化遗产的保护离不开科技创新的支撑，文化遗产及其所承载的深厚价值的创造性转化与创新性发展更离不开科技创新带来的强劲势能。

近日，有机质文物保护智能设备研发中心揭牌仪式在四川成都三星堆博物馆正式启动。该中心是全国首个有机质文物保护智能设备研发中心，由三星堆博物馆、四川省文物考古研究院联合海尔冰箱、西安交通大学、中国船舶第七一八研究所共同成立。

据悉，海尔冰箱将原创的全空间保鲜科技应用于文物保护上，在水分、温度、微生物这三个关键因素上均超出有机文物保存的标准。其中，升级的底置恒温科技可以营造90%左右的恒定高湿环境，且温度波动极低；非氧化高效除菌科技可帮助博物馆大大提升空气除菌率。全新开发的文物智能展示柜则实现了远程监控、主动预警、大数据智能分析，大幅提高了文物保护工作的安全性、准确性。

山西博物院自2014年成为智慧博物馆建设工作试点单位以来，不断加快智慧博物馆建设进程，编制了《山西博物院智慧博物馆建设可行性研究报告》，下功夫利用科学新技术在博物馆服务、管理、保护等多方面开展工作。

“我们的楼宇环境监测控制系统可以对展厅及库房的文物保存环境进行实时监测，对环境的温湿度进行实时调节，为文物提供恒温恒湿的存放环境。”山西博物院副院长谢宾顺介绍，山西博物院还在应用高光谱成像技术对文物色彩信息进行光谱域信息处理的基础上，针对图像处理做了试验性的研究，取得了预测病害可能扩散范围的预防性保护效果，为后续的保护和修复工作提供数据支撑。

（摘自《中国文化报》2023年5月9日）

拓展中国古典舞创作的新空间——中国舞蹈“荷花奖”在探索

“五一”前夕，由中国文学艺术界联合会、辽宁省委宣传部、中国舞蹈家协会、辽宁省文学艺术界联合会主办的第十三届中国舞蹈“荷花奖”古典舞评奖终评在辽宁沈阳举办。终评现场，来自全国艺术院团、院校的演员和学生共献上47部舞蹈作品，彰显中华优秀传统文化神韵之美，呈现中国古典舞的创造性转化、创新性发展，令业界倍感振奋、观众直呼太美。

此次评奖中，许多年轻编导在深入挖掘中华优秀传统文化的基础上，尝试将中国古典舞语言与时代发展进步相结合，现场评委和第二现场点评专家均认为，《骏马图》《散乐图》《觉》等作品守正创新、立意深远，是贯彻党的二十大精神的具体实践。

北京舞蹈学院的男子群舞《骏马图》，以徐悲鸿的“奔马”图系列为创作灵感，以精湛的舞蹈语言、高超的艺术创意演活了中国人骨子里不屈不挠的民族气节，充满着时代精神和家国情怀，感染了现场和观看直播的观众。

沈阳音乐学院舞蹈学院的群舞《散乐图》，灵感源自辽代壁画《散乐图》。舞台上，当十几位演员或手持拍板、箏箏等乐器，或以衣袖半遮面翩翩起舞，一幅生动的古代生活画卷扑面而来，观众仿佛置身其中，其乐融融。

被北京舞蹈学院创意学院党总支书记兼常务副院长张云峰感叹“绝了”的独舞作品《觉》，由舞蹈演员华宵一演绎。作品将武术与舞蹈融合，于限制中求突破，展现了舞者的真性情和真功夫，以及她在追求艺术道路上的人生态度。“太喜欢《觉》了！我在《觉》中看到了当代女性面临多重困境和她身上勇敢拼搏的力量。当看到舞者迈步走出舞台上的圆圈时，我仿佛看到了自己，看到了所有女性渴望走出的那一步。”一位女性观众称赞道。

“这两届‘荷花奖’古典舞在题材上已经拓宽了，我非常高兴地看到，有的作品在语境上主动接近当代，以人为本，阐述的是当代人关注的东西，把人的独立意识放进作品中了，这是中国古典舞最大的进步。”原广东实验现代舞团团团长兼艺术总监、一级编导高成明说。

中国舞蹈家协会主席冯双白表示：“在2014年的文艺工作座谈会上，习近平总书记特别强调了文艺作品当中的精神价值。在这样的历史背景下，中国古典舞迎来了今天的大发展。在这次的评奖舞台上，我们看到中华优秀传统文化的时代气息扑面而来。”

中国文联书记处书记（挂职）、中国舞协副主席黄豆豆表示，中国舞协的“荷花奖”作为一直以来受业内外共同关注的全国性专业舞蹈品牌之一，通过多年的努力，目前越来越成为集创作、表演、评论为一体的全方位艺术人才培养平台。自设立以来，不断推出精品、推出人才，通过繁荣创作培养舞蹈新人，推动舞蹈理论的研究与建设，极大促进了舞蹈艺术事业的健康发展。

相较往届，本届古典舞评奖作品的表现内容更加多元、思想性更加精深，有让文物“活”起来的《归义》《簪花仕女》《红山玉龙谣》《铅华·满壁》《巴女拓影》《绿釉陶男俑》，有弘扬爱国情怀和革命文化的《南泥湾》《那时花开》《明日之后》《大河印象》，有创意十足的《门

神》《蹴鞠巾帼》，有展现人与自然和谐共生的《象山水月》《人在草木间》《莲鼓越歌行》《能不忆江南》，有追求东方美学意境的《拳掌形意间》《懒画眉》《龙凤仪》，有取材于诗词歌赋、神话传说的《富春》《雨后》《橘颂》《东游》等作品，拓展了古典舞创作的新空间。

在古典舞呈现出新风貌的同时，也依然存在题材陈旧、形式跟风、技术崇拜、作品趋同等问题。如盲目技术崇拜，用尽了编舞技法，就是不动人；满场都是眼熟的“青绿”腰，跟风模仿；群舞队形总是排成一大横排，呈现老套；更突出的问题是题材上的空洞，只是从形式上仿古，缺少温度和情怀，很难引起当今观众的共鸣。为此，在评奖期间举办的中国舞蹈“荷花奖”古典舞研讨会上，与会专家就古典舞未来发展、品牌建设等议题畅所欲言。

中国艺术研究院舞蹈研究所研究员金浩坦言，古典舞作品在历史题材的选择上一定要慎重，不能搞主观臆造。

北京舞蹈学院研究生部主任苏娅表示：“我们不应为‘古’所限，而要不断创新开今。相信只有通过这种形式与方式，才能更好地守护住承载我们丰厚历史文化积淀的精神家园。”

辽宁省文联副主席、省评协主席马琳谈到，中国古典舞虽然以古典命名，但仍然体现着从当代视角出发的立场和观点，“从这个意义来说，我们看到的审美风格应该是亦古亦新、亦新亦旧的当代期待视野的再现。”

“中国古典舞创作特别难，需要创作者对中国优秀传统文化的认知很准确，同时还需要当代性的创造。希望古典舞可以多吸收一些前沿科技的知识，这就需要所有的创作人员能够把自己的大脑丰富起来、把自己的学养丰富起来。”中国舞蹈家协会分党组书记罗斌表示。

“从舞蹈文物入手去认识古代，挖掘中华优秀传统文化，这是一个路径，但不是目的。”中国评协副主席、中国艺术研究院舞蹈研究所研究员茅慧表示，在“植根和弘扬传统，寻找体现中国式的现代化创新路径”这方面，中国古典舞还有很大空间。

（摘自《中国文化报》2023年5月9日）

湖南图书馆分龄分众阅读推广的十年探索

当下，随着读者阅读选择的日益丰富和逐渐个性化，分众阅读渐成趋势。在公共图书馆服务宣传周期间，记者从湖南图书馆了解到，为满足读者日益多样化、个性化的阅读需求，该馆自2013年开始探索分龄分众的阅读推广模式，是全国较早开展分龄分众阅读推广的公共图书馆之一，经过十年实践和不断创新，形成了一系列行之有效的做法。

建设适配不同读者群体的阅读空间

2013年，湖南图书馆在原有的少儿图书室基础上，打造了湖南省首家公共图书馆女子（艺术）图书借阅室和老年图书借阅室，并成立了阅读推广工作室。“我们将阅读推广工作室的所有工作人

员分成三四个‘二人小组’，形成了‘借阅室+工作室+小组’的工作模式，根据各小组服务的读者群体特点，创新打造分龄分众阅读推广活动系列品牌。”湖南图书馆副馆长邹序明说。

目前，湖南图书馆少儿图书室藏书达 20 余万册，分为低幼区和青少年区，为不同年龄儿童提供适合其年龄特点的分级制图书，并为儿童家长选择图书提供建议和指导。

老花镜、放大镜、大字版书籍专架、适合老年人需求的桌椅及数字读报机……在湖南图书馆老年图书借阅室，暖心的设备配置体现了适老化设计。该借阅室现有藏书 3 万多册，以养生保健、通俗小说、书法美术、历史传记类为主，还配备了老年读者书法练习及交流场所。

湖南图书馆女子（艺术）图书借阅室是女性专属的阅读空间，有近 5 万册女性主题读物，其中增设榻榻米阅览区，提供丝绸、茶具等文创产品，为女性读者提供了更加多元化的服务和优雅舒适的阅读空间。

据了解，目前湖南图书馆少儿图书室年均接待读者约 10 万人次，借阅图书超过 100 万册次。老年图书借阅室和女子（艺术）图书借阅室年均接待读者均在 2 万人次左右。

此外，湖南图书馆还推出了“湘图汉语角”，以汉语学习为桥梁，引导外籍读者感受博大精深的中华优秀传统文化。

打造分龄分众的阅读推广品牌

83 岁的读者吴升泉通过湖南图书馆“湘阅一生 助您上网”阅读推广活动学会了操作智能手机，据了解，“湘阅一生 助您上网”阅读推广活动每周一次，每次 2 小时，教学内容从电脑开机、操作鼠标、熟悉键盘，到如何用电脑搜索新闻资讯、收听音乐、观看视频等。在教学过程中，志愿者结合就医、出行、就餐、社交等各类触网场景，设置挂号、滴滴打车、高德导航、大众点评、抖音直播与农产品带货等 50 多个场景进行教学。截至目前，已有两万余名老年读者得到湖南图书馆“湘阅一生 助您上网”阅读推广活动的帮助，学会了使用电脑和智能手机。

致力于绘本阅读及亲子阅读推广的“湘湘图图故事会”品牌活动，开设适合 1 至 3 岁孩子的“娃娃故事绘”和适合 3 至 6 岁孩子的“开心故事绘”，广泛吸纳社会力量，由图书馆馆员和文化志愿者团队共同策划和组织。自 2014 年 10 月启动以来，已累计开展了 366 期儿童读书活动，内容涉及“文化传承”“红色故事”等主题，培养讲师成员 73 人，参与读者达 2 万余人次。

每月 6 日，湖南图书馆定期举办女性阅读沙龙活动，活动中穿插进行钢琴独奏、诗文朗诵、歌曲演唱、知识分享等，既受到女性读者的肯定和喜爱，也为传统借阅方式注入了新元素和活力。此外，湖南图书馆少儿图书室开展“经典阅读课堂”“科普系列活动”“图书馆里的小鬼当家训练营”等阅读活动；老年图书借阅室举办“健康养生系列”“文学艺术系列”等阅读推广活动；女子（艺术）图书借阅室共开展包括阅读越美丽、文学艺术等 8 个系列的女性专题活动。

从 2013 年初至 2022 年底，湖南图书馆依托 3 个特色借阅室共开展阅读活动超过 3000 场次，参与读者 60 余万人次。“湘图汉语角”实施 3 年来，共组织 100 余名艺术家志愿者参与，吸引了

来自 60 多个国家的近 1000 名外籍读者零距离参与体验了京剧、古琴、手工制茶、国乐、拓印等中华传统技艺和文化项目。

组建优质高效的阅读推广人团队

在湖南图书馆深入开展分龄分众阅读推广的过程中，一大批本馆阅读推广人和志愿者投身其中。

蔡家意是湖南图书馆一名资深儿童阅读推广人，8 年前，她参与组建以志愿者为主要力量的湖南图书馆阅读推广人团队，并积极为阅读推广人培训奔走。“8 年来，从我们团队走出了一批又一批儿童阅读推广人，他们有的实现了个人成长，成为绘本馆馆长；有的在阅读推广人的影响下，成为给弟弟妹妹、给小朋友讲故事的‘故事哥哥’‘故事姐姐’，获得‘书香少年’称号；有的将湖南图书馆阅读推广人的服务模式复制到省市其他场馆，为更多小读者带去一个个精彩的故事。”蔡家意说。

湖南图书馆为老年读者服务的“湘阅一生 助您上网”志愿者团队成为湖南省首个专业、长期、稳定的“智慧助老”服务团队，他们拿出业余时间，与老年人携手同行，伴随他们跨越数字鸿沟。自 2013 年该项目实施以来，先后有 2510 名志愿者参与其中，开展培训活动 227 场。该项目入选 2022 年文化和旅游志愿服务典型案例。

湖南图书馆馆长贺美华说：“我们开展分龄分众阅读推广的最终目的，是通过有针对性的阅读推广提高公共图书馆的品牌认知度和社会影响力，有效引导全民参与阅读、提升自身素养，从而实现公共图书馆的社会服务职能。”

（摘自《中国文化报》2023 年 5 月 10 日）

广西：让研学旅行成为青少年“第二课堂”

今年初，广西壮族自治区人民政府办公厅印发《关于加快文化旅游业全面恢复振兴的若干政策措施》，将研学旅行纳入中小学教育教学计划，鼓励大中专院校、社会组织、家庭开展研学旅行活动。

此前，广西推出了 20 条研学旅行精品路线，涵盖全区 14 个设区市各研学旅行景区，课程涉及农耕、非遗、工业、红色、民俗、自然等多个方面。这些精品线路形成有内涵、有特色、有深度的研学旅游产品供给体系，在推进全区文旅业提质增效的同时，让研学旅行成为青少年成长的“第二课堂”。

感悟大自然的鬼斧神工

山水甲天下的桂林，是世界自然遗产南方喀斯特组成区域之一，地学资源丰富。依托自然资源和人文历史的优势，近年来，桂林市相继推出“学做小小科学家”模拟考古挖掘体验活动、“从鱼到人——生命演化和科技发展”研学实践活动、“追寻大象游象山”地学旅游体验活动、“天目

地学博物空间——甌皮岩国家考古遗址公园”等多条地学研学旅行线路，独具特色的精品地质地学和考古研学课程备受市场青睐。

“地学旅游是新兴的文化旅游业态，桂林拥有厚重的历史文化资源和丰富的地学产业资源，为桂林旅游业转型升级提供一条新的可持续发展之路。”桂林市文化广电和旅游局副局长黄燕表示，今年3月，该市累计接待春季研学团队近7000人次。

广西是全球生物多样性热点地区，不仅拥有独特而广袤的喀斯特地貌，动植物资源也种类丰富。3月19日，在崇左白头叶猴国家级自然保护区（板利片区）生态旅游区，崇左市高级中学一场别开生面的研学旅行让同学们印象深刻。“看到白头叶猴矫健地攀爬岩壁，在树间自由跳跃采摘嫩叶，让我们对这种珍稀动物的习性有了更多了解。”学生吴佳玲说。

崇左市高级中学校长谢超洪介绍，此次研学活动从生态学、野生动物保护等角度出发，让学生参观白头叶猴展示馆，并对白头叶猴种群进行野外监测、生存环境调查，增强学生保护动物、保护大自然的意识，认识人与自然和谐共生的意义。

广西壮族自治区文化和旅游厅信息科技教育处有关负责人表示，未来，将进一步整合资源，加大特色文旅产品供给，努力创建一批高水平的研学旅行基地，培养一批高素质的研学旅行指导师，开发一批高品质的研学旅行产品，推出更多具有地域特色的研学旅行精品线路。

体验民族文化之美

“干栏式建筑如何搭建”“民族刺绣的文化之美在哪里”“铜鼓具有怎样的演变过程和铸造方法”……南宁市民主路小学各校区近千名学生带着一串串问题，到广西民族博物馆开展别样的非遗研学旅行。

“广西民族博物馆作为首批全国中小学生研学实践教育基地，一直致力于民族文化的专题教育，积极探索青少年利用博物馆学习的机制，为全面推进民族团结进步事业、铸牢中华民族共同体意识，进一步提高科普场馆创新与发展等能力贡献博物馆力量。”广西民族博物馆党委书记吴伟镇说。

广西有12个世居民族，民族文化多元，非物质文化遗产丰富多彩，目前有自治区级非遗项目共914项，省级项目数量位居全国前列。其中，70个项目入选国家级非遗名录，壮族霜降节作为“中国二十四节气”扩展项目列入联合国教科文组织人类非遗代表作名录，非遗代表性项目保护体系日趋完善。

随着素质教育理念的深入和旅游产业跨界融合，广西各地的研学旅行市场需求不断释放，前来文博单位、非遗工坊开展研学旅行的学生团队络绎不绝。在柳州的螺蛳粉产业园，每月有数千名外地游客、学生来到这里旅游、参观、研学；在环江毛南族自治县的花竹帽编织技艺传习示范基地，一项项精美的毛南族花竹帽让前来参加研学的小朋友惊叹不已；在合浦县月饼小镇，东坡学堂常年开讲，孩子们可以了解月饼的前世今生，还可以亲手制作月饼……

“‘非遗+研学’有效丰富研学资源和产品的多样性，也让年轻人在参与非遗传承和传播中体验民族文化之美，实现非遗创造性转化、创新性发展。”广西壮族自治区文化和旅游厅非物质文化遗产处有关负责人说。

传承红色文化基因

近日，南宁学院组织受助学生赴全州县开展“忆百年征程行红色之旅”资助育人研学活动。在3天的活动中，同学们参加了红军营拓展训练、走访才湾镇毛竹山村、重走湘桂古道、参观红军长征湘江战役纪念馆，通过现场教学，深切感受“勇于胜利、勇于突破、勇于牺牲”的湘江战役精神。“战斗很惨烈，红军视死如归的精神感天动地，震撼心灵，我们很多同学在参观中流下了泪水。”学生小蒙说，研学活动让同学们深刻体会到今天的美好生活来之不易。

近年来，全州县注重深入挖掘、保护和运用红色资源，紧扣红军长征故事，融入乡村振兴成果，积极探索出红色研学助力乡村振兴的新模式。“通过串联红军长征湘江战役纪念馆、红色美丽村庄、‘红色湘江’基层党建先锋体‘一村三园’等本地特色资源，建设涵盖红色教育、基层党建、产业发展等内容的现场教学点31个，开发研学线路8条，打造‘党性教育+素质拓展+互动实践’的‘开放式课堂’。”全州红军长征湘江战役文化保护传承中心主任周运良说。

在交通助力研学旅行方面，广西铁路部门充分发挥铁路运输优势，融合了广西壮族自治区文化和旅游厅发布的十大红色游学精品线路内容，设计推出13条党史学习教育定制线路，群发红色教育主题列车，使铁路红色专列成为红色教育、红色旅游发展的高速“引擎”。

“‘十四五’期间，广西继续深挖红色文化底蕴，有序推进红色旅游资源开发利用，加快红色旅游项目建设，积极打造红色旅游精品线路，做大做强红色教育培训，构建红色旅游产品体系，培育文化和旅游产业融合新业态。”广西壮族自治区文化和旅游厅副厅长谢日万表示，红色研学旅游线路依托纪念设施和遗迹遗址，给游客仪式感和神圣感，感悟革命先辈的铁血精神和家国情怀，激励游客成为红色文化传承者、红色精神传播者，鼓励后人在新时代再创辉煌。

(摘自《中国文化报》2023年5月11日)

四川成都锦江区：探索精品景区“党建+公园”生态价值转化新路径

近年来，四川省成都市锦江区按照“绿水青山就是金山银山”这一科学论断指引，贯彻落实建设践行新发展理念的公园城市示范区精神，围绕“品位锦江·幸福城区”的决策部署，通过“三圣花乡”景区转型升级，探索“党建+公园”生态价值转化新路径。

2003年，在城乡统筹背景下，锦江区围绕一、三产业互动，助农增收，全力打造了“三圣花乡”景区，成为建设社会主义新农村的样板和推进城乡统筹发展的示范。经过17年演变，“花乡农居”发展渐显疲态，面临居民诉求多元、业态单一低端、景观品质低下、产业效率不高、民心凝聚不强、党建引领不够等问题。

对此，锦江区委、区政府深入开展调查研究，结合红砂社区地处中心城区及环城生态带关键节点的实际，于2019年启动“花乡农居”转型升级，依托景区丰富的生态和文化资源本底，以党组织为核心，引领辖区人大代表、政协委员、商家、农户等多元主体参与，发挥“政府投入基础设施建设吸引社会资本多元主体参与”的杠杆作用，初步形成了雅俗共赏、近悦远来、老少皆宜的社区产业场景。

党建引领是实现生态价值转化的核心之举。在推动景区转型升级的过程中，锦江区以组织体系为基础，打造“党建联合体”，建立健全“街道党工委+社区党委+产业院落（商协会）支部+微型党群服务站+党员示范岗”五级组织架构，实现旅游党建全域化。同时，打造产业院落党员研修班，开展党员先锋模范作用，并吸纳人大代表、政协委员、商协会、商家等多元主体参与，形成共建共治共享新格局。

创新机制是实现生态价值转化的重要路径。为构建“红色生态圈”，锦江区打造旅游党建主题公园，创建成都首个红色主题沉浸式体验基地，打造3个沉浸式红色剧本体验室，探索党员教育新模式。同时打造“永不落幕的光影秀”等七大主题活动，全面推广“三圣花乡”旅游IP。

多元参与是生态价值转化的重要引擎。为破除政府补贴提升改造的传统模式，当地成立社区产业党建联盟，建立“1+1+N”议事协商机制，构建政企社民“四方共治”机制，并通过座谈交流、入户走访等方式问计于民，共同制定《“三圣花乡”转型升级总体策划方案》，构建“商管公司+企业商家+农户”经济利益体，打破社区行政边界。

据悉，本次“三圣花乡”景区转型升级，累计撬动社会资本投入约10亿元，引进文创、民宿93家，培育花创花艺14家、500万元以上公司30余个。产业层次全面提升的同时，景区消费场景也不断升级，形成白泽、水景广场等网红打卡地和户外体验空间17处。此外，通过转型升级，景区新增开敞绿地5万平方米，各类生态空间占比80%以上，实现生态价值与经济价值之间的和谐转换。

（摘自《中国文化报》2023年5月18日）

“有福之州 博物馆之夜”活动举办

2023年“5·18国际博物馆日”中国主会场举办地城市系列活动“有福之州 博物馆之夜”在福建省福州市举行。文化和旅游部副部长、国家文物局局长李群，福建省委常委、宣传部部长张彦，福建省委常委、福州市委书记林宝金，福建省政府副省长常斌等参加启动亮灯仪式。

“有福之州 博物馆之夜”活动由“1+7+N”系列活动组成，包括三坊七巷主场，以福州城市中轴线和山水走廊为框架的七大文博群落，以及福州全市各文博馆所系列活动。在三坊七巷主会场，举行了严复故居沉浸式小剧场，二梅书屋福建民俗博物馆“润物细无声——二十四节气里的闽式生活”创意展，小黄楼、水榭戏台、林则徐纪念馆的经典闽剧《荔枝换绛桃》、林则徐虎门

销烟非遗演出等文博表演。在七大文博群落，举办了“福蕴古城”新店古城遗址公园考古之夜、“福寄冶山”冶山春秋园穿越之夜、“福聚双杭”上下杭光影穿梭之夜、“福到福街”苍霞福街寻宝之夜、“福满烟台”烟台山国潮派对之夜、“福船万家”中国船政文化城传福之夜、“福启海丝”长乐和平街海丝扬帆之夜等活动。

此外，福州市博物馆的“见盏——寻味千年茶韵”展、福州温泉博物馆的“魅力温泉 涌动三山——温泉文化特色”展等几十个上新展览为“国际博物馆日”特别定制，福州市博物馆的“海丝梦寻记”博物馆之夜系列活动、鼓楼区博物馆的“和谐共生，漫行博物馆”主题研学活动、福州市林则徐纪念馆的“邂逅·聆听古厝的声音”主题研学活动等，极大地满足了市民对文博知识的需求。

(摘自《中国文化报》2023年5月20日)

农民打卡“元宇宙阅读体验馆”

在浙江省嘉兴市图书馆元宇宙阅读体验馆，农民可以利用元宇宙接触更加先进的农业知识；小朋友可以在阅听体验区聆听自然界的各种声音；学生们可以通过环幕体感投影学习各大山脉山峰的知识；青年人可以通过VR设备全面感知宇宙的瑰丽与无垠……在这里，阅读被重新定义了另一种可能，科技与艺术实现了完美融合。

今年4月21日，世界读书日来临前，“嘉兴市图书馆元宇宙阅读体验馆”在浙江省嘉兴市图书馆揭幕，同时嘉兴市首届“元宇宙阅读月”启动。该体验馆是全国公共图书馆领域率先落地的元宇宙阅读体验基地，将推动阅读行为和场景从一维到多维，实现“纸质阅读+数字阅读+沉浸式体验”的多元方式。

“嘉兴市图书馆元宇宙阅读体验馆”由嘉兴市图书馆联合国家公共文化服务体系示范区创新研究中心（浙江嘉兴）共同打造，能够通过虚拟现实等技术手段，使用户获得跨越时空的体验感、身临其境的沉浸感，受到了广大群众特别是农村群体、学生群体、青年群体的高度评价和广泛欢迎。

据介绍，嘉兴元宇宙阅读体验馆通过“阅听”“阅视”“阅触”“阅界”“阅知”等多个空间带领读者全方位、多维度领略元宇宙阅读的独特魅力。阅听，即通过声音元宇宙的虚实声场及其交互，展示生命之音的壮美，凸显文字建立前的复杂沉淀过程。阅视，是通过视觉元宇宙的感知模型，结合AR、VR、体感投影等科技手段，展示人类视觉在生存世界的重大意义和无穷可能。阅触，通过触觉元宇宙模型的综合搭建，展示人和世界的伟大关联和深刻互动，现实人化世界的动力之源。阅界，采用大时空变化的基本方式，让人全面感知微观到宏观世界的深邃和广阔，感知人类文明的气势磅礴和力量无限。阅知，通过电视大屏、元宇宙书架、元宇宙知识海报等，深度阅读元宇宙知识图书，体会到元宇宙正在重塑人类文明的未来。

“元宇宙阅读正在加速推动阅读行为和场景从平面到生态，从一维到多维，从单觉到统觉，从功利到审美的变革。”嘉兴市图书馆馆长沈红梅表示，该馆将同步举办首届“元宇宙阅读月”活动，通过元宇宙艺术课堂、元宇宙天文课堂、元宇宙自然课堂、元宇宙旅游等构筑起“书—元宇宙空间—元宇宙阅读体验—书”的元宇宙阅读闭环，创建元宇宙阅读新模式，推动学习新场景、信息交互新场景、社区文化生活新场景的时代创新，探索图书馆发展新未来。

在新时代文化旅游研究院院长吴若山看来，伴随元宇宙等数字技术的发展及普及，更为多元、立体的阅读模式和方式将吸引乡村年轻群体加入到阅读中来，从而带动更多乡村群众参与到全民阅读中来。

吴若山认为，元宇宙赋能乡村阅读有以下趋势。第一，更加数字化和智能化。用户可以通过数字技术身临其境地阅读，同时借助人工智能等技术获取更加精准的信息和个性化的阅读推荐。第二，更加注重读者的交互性和社交性。读者与作者可以通过虚拟现实技术和社交媒体互动，分享阅读体验和感受。第三，更加多元化和个性化。读者可以选择不同的阅读主题和阅读形式，满足其不同的需求和兴趣。第四，更加全球化和国际化。读者可以通过虚拟现实技术身临其境地感受世界各地的乡村风光和文化，同时也可以通过社交媒体和在线平台，与来自全世界的读者进行交流和分享阅读感悟。

（摘自《中国文化报》2023年5月25日）

中山市建设“香山书房” 打造新型公共文化空间新 IP

中山市为推进公共文化服务设施提质升级，拓展市民享受公共文化服务的场景，满足新时代市民群众更高品质的公共文化需求，以“深入推进全民阅读，建设书香中山”为目标，于2022年启动了“香山书房”建设项目，截至目前，全市共建成103家香山书房并投入使用，覆盖全市23个镇街，累计接待读者约75万人次。

一、整体规划合理布局，打造新型公共文化空间新 IP。市政府成立了市“香山书房”建设工作领导小组，出台了《中山市“香山书房”建设工作方案》，对项目选址、方案设计等高标准严要求推进。在“香山书房”选址上，优先在人流密集、环境优美的商业综合体，符合条件的基层阅读阵地，住宅小区、产（工）业园区、学校等区域建设“香山书房”，延伸阅读服务场景，形成多层次、立体式的阅读服务网络。为提高“香山书房”的辨识度，中山市统一设计“香山书房”招牌标识，同时深入挖掘本土历史文化内涵，打造特色鲜明的主题书房，如沙涌学校（旧址）华侨文化主题香山书房、里溪村红色文化主题香山书房、安堂社区岭南民居主题香山书房、大环村吕文成广东音乐主题香山书房等一批展示和弘扬“香山文化”的主题书房，使“香山书房”成为展示香山历史文化的重要窗口。

二、多方合作共建共享，高品质推动项目建设。“香山书房”建设项目按照“政府主导、社会参与、彰显特色、智慧管理、互联互通、共建共享”的思路强化统筹协调，广泛动员社会力量参与建设，社会主体出资建设西区街道时代美宸香山书房、沙溪镇优优儿童金融智慧营香山书房、中山星求索书苑香山书房等 26 家书房，整合了社会力量的资源优势，形成了政府主导、共建共享的良好格局。“香山书房”还探索在中小校园内建设书房，优化提升校园阅读环境，实现了中山市图书馆总分馆体系与学校图书馆互联互通，中山纪念中学、烟洲中学、东区香山小学、大涌安堂小学等 14 间中小学的香山书房，让中小学生在校园内就能享受便捷的图书借阅服务和优质的阅读环境，助力中小学“书香校园”建设。

三、探索智慧赋能，拓展公共文化服务应用场景。“香山书房”配备智能化设备，实现从出入门禁到图书自助查阅借还等全程自助服务。中山市将“香山书房”全部纳入图书馆总分馆服务体系统一管理，搭建“香山书房”智慧管理系统，实现全市公共图书馆图书资源互联互通、通借通还，引入大数据分析技术分析各书房的服务和借阅情况，为读者精准配置图书资源。除了具备“藏、阅、借、还”书等阅读服务功能外，中山市还依托“香山书房”，打造有温度、有深度的文化交流平台、主客共享的公共文化服务空间，具备条件的“香山书房”还设置融合艺术展览、文化沙龙、小型演出等服务功能区域，营造更开放包容的公共阅读空间，满足不同群体的文化需求。

（摘自《广东省文化和旅游厅政府门户网站》2023 年 6 月 2 日）

统性加强廊桥保护研究利用有了行动计划

近日，中央宣传部、文化和旅游部、国家文物局研究制定了《廊桥保护三年行动计划（2023—2025）》（简称《计划》），三部门将组织开展“廊桥保护三年行动”，系统性加强廊桥保护研究利用工作。

廊桥一般指设有廊屋的历史桥梁，是我国桥梁的一种重要类型，结构独特、造型优美，其承重结构多为木构或石构的梁桥与拱桥，其中较有中国特色的子类型包括编木拱桥、撑架拱桥、伸臂木梁桥等。廊屋多为木结构，少量为砖木、石木结构。据初步统计，全国重点文物保护单位中共有 138 座不同类型的廊桥，分布在全国 13 个省（自治区）。

《计划》指出，在“十四五”期间，完成廊桥专项调查，廊桥文物保护体系基本健全，廊桥保存状况和周边环境明显改善，重点廊桥安消防设施全覆盖，风险防控水平和应急处置能力显著提升，有效认知、保护和利用廊桥文化遗产。

《计划》提出 10 项主要任务，包括开展廊桥文物专项调查、全面留取廊桥信息、深入推进廊桥研究、建立风险评估机制、实施廊桥保护工程、整体保护周边环境、开展综合展示利用、筑牢

安全防控体系、培育专门人才队伍、推动社会力量参与。其中，《计划》还明确开展全国廊桥文物专项调查、廊桥保护工程、廊桥综合保护展示、廊桥安全防护能力提升工程。

《计划》明确，中央宣传部、文化和旅游部、国家文物局做好顶层设计，会同财政、住房城乡建设、交通运输、水利、农业农村、应急等部门加强协调，统筹规划、总体部署并开展监督检查，重点指导加强全国重点文物保护单位中的廊桥保护管理。省级宣传、文化旅游、文物部门负责牵头组织省级层面各项工作，组建工作专班，配套专业团队，编制廊桥保护三年行动计划的省级实施方案，系统加强省域内各级别廊桥文物的保护管理工作。

(摘自《中国文化报》2023年6月9日)

文化遗产绽放时代新韵

近日，“竹乡灯火 照亮长城——中国优秀民间工艺作品特别展”启动。来自浙江省安吉县的竹灯点亮了居庸关长城，借助多媒体视频展播和实物展示，五福剪纸、熊猫刺绣、皮雕铠甲等200余件精美艺术品，吸引夜游长城的游客驻足观看。

6月10日，我国将迎来第十八个文化和自然遗产日。文化和自然遗产日前后，各地都安排了丰富多彩的活动。

今年文化和自然遗产日活动主题为“文物保护利用与文化自信自强”，在国家文物局倡导下，各地文物部门、文博单位将组织开展7200余项线上线下活动。今年适逢《保护非物质文化遗产公约》通过20周年，非遗宣传展示活动主题为“加强非遗系统性保护 促进可持续发展”，各省份将举办9800多项非遗宣传展示活动，其中线下活动6300多项。

保护文化遗产，讲好中国故事，我国文化遗产正焕发勃勃生机。

文化遗产保护力度持续加大

近年来，一系列政策规划密集出台，《关于让文物活起来、扩大中华文化国际影响力的意见》《关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》等印发，《全国城乡历史文化保护传承体系规划纲要》等编制，《长征文化和文物资源保护传承专项规划》《长江文物保护利用专项规划纲要》等印发实施，拯救老屋行动、文明守望工程等实施，历史文化名城名镇名村、历史文化街区、传统村落保护监管机制日益健全，各地区各部门联动合作日益频繁。

文化遗产保护法律法规体系不断完善。全国人大常委会公布的2023年度立法工作计划，修改文物保护法在列。北京、河北、山西、内蒙古、上海、福建、山东、广东、重庆、陕西等10个省份出台革命文物、地下文物、社会文物、文化遗产等地方性法规。

“文化遗产保护力度持续加大，社会各界依法履行对文物资源的守护之责、全社会保护文物和文化遗产的强大合力逐渐形成。”国家文物局政策法规司司长金瑞国说，加大文物和文化遗产保护力度，是建设社会主义文化强国、铸就社会主义文化新辉煌的有力支撑。

挖掘文化遗产价值宝矿

近年来，文化遗产保护利用水平不断提升。中华文明探源工程及夏文化、长江中游地区文明化进程等“考古中国”重大项目统筹推进，深海考古谱写新篇章……中华文明研究持续深化，充分挖掘文物和文化遗产的多重价值，丰富人们的历史文化滋养。

2022年，我国新增备案博物馆382家，全国博物馆总数达6565家，排名全球前列。全年举办线下展览3.4万场、教育活动近23万场，接待观众5.78亿人次，推出线上展览近万场、教育活动4万余场，网络浏览量近10亿人次，新媒体浏览量超过百亿人次，博物馆公共文化服务效能进一步彰显。

在有效保护前提下，我国利用非遗资源发展乡村旅游等业态，推出一批非遗特色鲜明的主题旅游线路，推动非遗与旅游融合发展、与现代生活充分联结，展现亮丽风采、焕发勃勃生机。

保护是利用的前提，利用是保护成果的转化。相关专家表示，“要坚持在保护中利用、在利用中保护，通过有效利用，让保护成果更好服务经济社会发展、服务人民高品质生活，同时唤起人们的文化遗产保护意识，让文化遗产发挥更大作用。”

增强中华文明传播力影响力

丰富多彩的文化遗产，承载着中华文化、中国精神的价值符号，向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。

作为促进不同文明交流互鉴的重要载体，文化遗产的创造性转化、创新性发展，不断推动中华文化更好走向世界。南京大学文化与自然遗产研究所所长贺云翱说，在中华文明对外传播中，应更加深入挖掘文物、非遗等文化遗产资源的优势。

4月25日，首届亚洲文化遗产保护联盟大会在西安举行，正式成立亚洲文化遗产保护联盟。各方将推动城市和乡村文化遗产保护；围绕“人类探源”“文明起源”“丝绸之路”等主题，实施合作考古，挖掘亚洲文化内涵，支持联合申报世界遗产；共同推动博物馆馆际合作和文物展览交流；围绕文化遗产保护实践开展学术交流。

（摘自《中国文化报》2023年6月9日）

文化和旅游部、北京大学、抖音集团共建全国智慧图书馆体系

近日，文化和旅游部、北京大学、抖音集团在京签订《共建全国智慧图书馆体系框架协议》，三方将以古籍智慧化服务为突破口共建全国智慧图书馆体系。文化和旅游部党组书记、部长胡和平，文化和旅游部党组成员、副部长饶权，北京大学党委书记郝平，抖音集团董事长张利东出席签约仪式。

此次三方合作是深入贯彻落实习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神和给国家图书馆老专家回信精神，贯彻落实党的二十大关于推进社会主义文化强国建设战略部署，推动

实施国家文化数字化战略，加快推进全国智慧图书馆体系建设的创新性举措。根据协议，三方将秉持资源共享、优势互补、互惠互利原则，充分发挥政府部门、高校、科技企业优势，围绕建设全国智慧图书馆服务平台、建设智慧图书馆知识服务资源、培育智慧图书馆知识服务生态、开展智慧图书馆研究和宣传推广等进行深入合作，力争把全国智慧图书馆体系建设成新时代文化惠民精品工程、社会主义文化强国的重要支撑项目，推动实现我国智慧图书馆建设领跑世界的目标。

“十四五”时期，文化和旅游部在中央财政立项实施全国智慧图书馆体系建设项目。该项目致力于推动公共图书馆与新兴信息技术融合发展，打造面向未来的下一代图书馆智慧化服务体系和自有知识产权的智慧图书馆管理系统，拓展面向知识生产、知识发布、知识存储、知识传播和知识服务全域链条的开放合作，推动全国公共图书馆空间、资源、服务、管理等全面智慧化升级，建成中国特色、世界一流的智慧图书馆体系，为社会主义文化强国建设提供支撑。该项目列入国家“十四五”规划和中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《“十四五”文化发展规划》《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，以及文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》。

(摘自《文化和旅游部政府门户网站》2023年6月12日)

公共文化建设热点

科技赋能 让博物馆数字可感、更接地气

科技创新是文物事业持续发展的重要支撑，《“十四五”文物保护和科技创新规划》首次将科技创新与文物保护并列写入规划标题。在文化和科技不断融合的大背景下，如何寻找科技赋能的平衡点，将数字技术融入博物馆体系中？

近年来，文博机构、科研院所和相关企业共同研发、推广文博技术产品，业内外融合发展的态势日趋显现。在取得良好社会效益和经济效益的同时，对文博事业发展特别是文物保护、展示推广和公共文化服务等显示出重要的支撑作用。

拓展博物馆研究平台

在互联网背景下，很多行业和模式都在改变，这也给文物研究带来启发。近年来，越来越多的文物被数字化，文物“在线”有了基础，“在线”研究亦成为可能。对此，吉林长春伪满皇宫博物院找到了一个文物研究的新方法。

作为国家一级博物馆，伪满皇宫博物院馆藏文物7万余件，主要从事文物保护和研究工作的专业人员仅14人，研究力量严重不足。同时，为了保证文物安全，研究人员不能轻易接触到文物，这也在一定程度上降低了文物研究效率。

2019年，伪满皇宫博物院联合多家单位研发“格物客部落”协同研究平台，以“互联网+”为基础，以数字技术为输入渠道和展现平台，通过在线开放文物资源，吸引平台用户参与合作研究，进而拓展博物馆研究范围、提升研究水平。

格物客部落协同研究平台是我国文博行业首个从文物研究出发，面向全社会开放的交流平台。伪满皇宫博物院信息部主任艾雪松告诉记者，该平台致力于构建开放协作的博物馆文化公益生态，解决博物馆资源及学术活动封闭与内循环难题。“格物客部落通过文献与文物关键词打通各自独立的数据库，实现快速检索和关联数据的归集；通过灵活的策略激励，推动馆内外网络化互动，线上线下合作，实现新内容新数据的持续增长。”艾雪松说。

目前，平台已有课题内容256条，话题内容438条，协同研究信息4108条。同时，为满足观众、学者、工作人员的个性化需求，拓展至线下举办的“格物名家”线下沙龙和“格物客”文物鉴赏沙龙，受到各界广泛好评。

提升博物馆数据治理能力

多年来，南京博物院信息化的建设理念始终以业务需求为主要推动力、以服务保障博物馆各类业务、增强社会服务职能为目的，逐步建成了以公众服务、文物安全、内部管理为核心的多个信息系统。2022年5月完成的南京博物院数据可视化平台，进一步为大数据辅助决策、观众趋势与结构分析、文物环境预警等提供了有效载体。

南京博物院图书信息部主任张莅坤表示，南京博物院此次尝试的数据可视化运营统计监测系统所涉及的物联网、大数据、观众特征分析等均为信息行业的前沿技术，在各个领域已有成熟应用，配合自研算法、系统集成及数据可视化，可以完成数据的精确采集、智能分析和直观展示。不仅有助于推动博物馆内部管理的优化、文物展品的保护、公众服务的提升，而且具备较好的前瞻性、创新性、实用性与通用性，便于推广至文博场馆中广泛使用。

张莅坤表示：“在项目建设中，我们整合了开放中心、文物保护研究所、陈列展览部、社会服务部、图书信息部、安全保卫部等多部门，将各部门管理职能进行集成和组合，实现全过程、连续性的多跨协同管理和服务。值得一提的是，项目利用多项智能AI、超脑算法技术，形成了服务于日常管理、展览陈列、公众服务、安全调控等多方面的综合应用创新场景。”

让数字化体验产品更有温度

产品要研发，品牌要培育，业态要创新，都离不开科技的力量，文博领域也不例外。在提升博物馆服务能力方面，《“十四五”文物保护和科技创新规划》指出，推动博物馆发展线上数字化体验产品，提供沉浸式体验、虚拟展厅、高清直播等新型文旅服务。

去年是中国国家博物馆（简称“国博”）建馆110周年，该馆推出首个虚拟数智人艾雯雯。“祝贺可爱的艾雯雯入职”“古代记忆牵手现代科技，穿越现实感满满”，国博官微留言板上艾雯雯收获了网友的赞美。

在国博“古代中国”展厅，艾雯雯与馆藏文物产生神奇感应，获得了让“文物活起来”的独

特能力。而触发艾雯雯和文物感应的耳钉，创意来源于国博馆藏“海晏河清尊”，是国博文创产品之一。同时，艾雯雯拥有超强的自学和自适应能力，能够不断更新、丰富自己的知识库，以国博140多万件馆藏为基础，构建丰富的知识储备和互动技能。

艾雯雯的动态活化和场景融合，依托于凡拓数字创意科技股份有限公司的数字孪生技术，通过骨骼绑定、动作捕捉、布料毛发解算等技术，让静态的数字模型真正“活”起来，变成一位顾盼生辉的鲜活少女。再借助三维与实景视频合成渲染技术，以及精准还原的三维透视空间关系，让艾雯雯走进现实场景。

凡拓数字创意科技股份有限公司副总裁、事业部总经理王筠介绍，凡拓数创虚拟数智人可与3D可视化产品、AI信息化产品、数智展馆一体化相结合形成立体服务模式，除IP运营、特效影片、内容直播等应用，还可贯穿展馆、展厅，为游客观众提供智能答疑与个性化服务。据了解，艾雯雯将在国博收藏、研究、展示、对外交流等不同岗位深入学习后，在线上线下平台为观众讲好国博故事，讲好中国故事。

（摘自《中国文化报》2023年4月3日）

沉浸式体验激发公共文化服务创新力

近年来，沉浸式体验以游戏性、互动性、参与性等多元属性，备受广大文旅爱好者尤其是年轻人青睐，成为文化市场新热点，也为公共文化服务带来诸多启示。

沉浸式体验往往依托特定空间氛围的营造，通过细化空间布局、精心安排视角、设置微景观等方式，让观众在不同环境中领略不同风貌，进而参与互动；或是创造条件让观众自由选择空间动线，边走边融入各种动态展示。

“在公共文化空间中，沉浸式设计刺激了观众的感觉，触发了人们对场所的回忆和理解。”中国传媒大学文化发展研究院副院长卜希霆以沉浸式戏剧为例，认为其打破了戏剧表演的“第四面墙”，在缩减观演直线距离的同时，也将观演空间的地位凸显出来，发挥观者对空间支配的主观能动性，让观者更好地介入剧本、情节与表演，拓宽了剧本解读方式的多样性。

然而，要立足公共服务，实现沉浸式戏剧与区域文化的耦合，卜希霆认为，要找到人文特点与时代趋势的匹配之处，要注重新形式与旧内涵之间的融合。

上海的红色主题沉浸式戏剧《思南路上的枪声——向着光明前行》，以周公馆为真实历史现场，以周公馆所辖两栋建筑的展陈和办公空间为“舞台”，以扎实可靠的历史事件为背景，以真实历史人物为角色设定，以悬疑推理为主基调，深度融合戏剧表演、剧本杀和沉浸式互动体验等艺术手段展开剧目表演。在这里，观众将被分为工商组、民主组、文艺组、妇女组、记者组5个组别，以各自的身份沉浸式参与一场周公馆内召开的记者招待会，亲眼看见革命者的奋斗与牺牲，让观众以主动学习者的姿态，感受红色革命精神的无穷力量。

将高质量数字化科技手段运用到展览展示展演中，将历史的厚重感与前沿投影技术的科技感巧妙融合，位于江苏扬州的中国大运河博物馆以“实体体验+虚拟体验”“科技+艺术+文化”以及构建游戏型教育展览等理念，融入差异化数字技术，激活馆藏资源，营造出展览的“沉浸”氛围。该馆的“河之恋”主题展，调动声、光、电、形、色等要素，以“水”“运”“诗”“画”4个篇章，彰显运河之大美，阐释中国大运河文化。其中，“运河上的舟楫”以实体体验结合数字多媒体虚拟体验的方式，讲述大运河舟楫的演变、舟楫的类型等相关知识与故事，展示大运河舟楫带来的南北文化融合与古今美好生活。

江苏省苏州第二图书馆把智能技术与时下当红的沉浸式体验相结合，打造了面向公众的沉浸式智能借阅体验、面向儿童的沉浸式智能学习体验，以及音乐、数字、设计等一系列沉浸式新型智能复合型公共文化体验空间，以智能窗口展示屏即时公布馆藏资源分布、借阅量、新书推荐、热搜榜、到馆人次、总分馆地图、公众号等讯息。此外，阅览室内的智能AI机器人通过语音互动，能让公众自主完成借阅流程。对此，卜希霆提出：“我国公共图书馆正处在文化大发展大繁荣的关键期，不能只是被动使用已经出现的新技术，要从技术引进、人才培养、模式打造、服务架构等多层面系统布局，制定前瞻性的全局战略。未来，公共图书馆要紧跟国家战略，更积极地参与到高科技智能产品应用深度和广度的发展中来，才能在数实融合的新时代立于不败之地。”

在城市更新、文旅融合、国家文化数字化战略等政策驱动下，新型公共文化空间建设成为沉浸式体验的重要载体。在大型城市文化空间规划内，众多以街区、社区为单位的公共文化空间营造也颇具沉浸式体验打造潜能。

陕西省西安市雁塔社区文化空间围绕西安当地文化，融合文博展览、文创影像等新业态开办了大量优质的城市文化空间，其中的西安城市影像博物馆，通过收集和整理西安本地的照片、书籍、文创、电影广告片等资料，让游客参与到社区公共文化空间的营造过程中，也让市民在延续城市记忆中获得充沛的身份认同与沉浸感。

从空间形态置换、人文情感营造、历史文脉延续等角度出发，沉浸式公共文化服务的提供及沉浸式文化产品的创造更新，让形态各异的文化艺术内容都有机会借助现代公共文化服务空间活跃在城乡中。

(摘自《中国文化报》2023年4月4日)

加密艺术：一种新的可能性

今天，艺术与科技比以往任何时候都更加紧密地交织在一起，科技不仅从多方面改变了世界，也催生了新的艺术形式。近年来，以加密艺术为代表的科技艺术快速席卷全球，给艺术界带来了极大的震撼。元宇宙、区块链、NFT、AI（人工智能）等一系列IT行业专业名词频繁出现在艺术界，引起了广泛关注与讨论。那么，科技为艺术引入了新的技术工具和可能性具体体现在何处？

加密技术与传统艺术之间是怎样的关系？美术馆为什么要做加密艺术展？从Crypto（加密）到“AI的艺术叠加”为艺术带来了何种可能？

近日，一场主题为“加密艺术：一种新的可能性”展览在中央美术学院美术馆开幕。展览由中央美术学院美术馆与意大利代米克艺术博物馆（米兰）联合举办，展出了来自21个国家的46位/组艺术家的作品54件，从绘画、雕塑、摄影、装置、数字艺术、人工智能到区块链原生艺术，集中呈现了艺术家如何利用区块链技术去创作和表达他们的思想情感，以及艺术家个人对社会、生态环境和传统等议题的反思。

不只是艺术品交易

加密艺术近几年持续升温，它不仅走进了大众视野，吸引了众多大企业和机构品牌，也走进了巴塞尔艺术博览会和威尼斯双年展。许多艺术博物馆纷纷涉足区块链和加密艺术。区块链本身是一种加密数字记录的系统，数字记录主要是作为货币来使用，区块链中有一个不可交换的Token（通证），它并不像实体的货币一样可以流通，基于区块链技术的加密艺术是非常独特的，很小范围内有权限的人才能进行交流沟通。因此，从这一功能来看，加密技术和艺术联合，更多的是指一种交易形式，也决定了加密艺术出现时，话题总是围绕着市场。

区块链技术对于艺术品销售的作用是不言而喻的，但并不止步于此，随着人们对于区块链技术认知的逐步清晰，利用加密艺术正在成为艺术创作与展示的一种新的可能性。艺术家凯文·阿博什认为：“区块链对于作品销售有着十分积极的作用，但这个过程并不是一蹴而就的，而是需要一步一步来实现，在最初存在一些投机行为也是可以理解的。但最终真正的艺术作品还是需要展览，或者通过技术提升策展或参观的体验。另外，加密艺术以去中心化的方式去掉了资本的守门人，可以使艺术家将作品更好地推给相关的受众。”

意大利代米克艺术博物馆馆长皮尔·朱利奥·兰萨认为加密艺术可以为人们带来新的思考：“艺术家能够在加密艺术中更充分地表达自我，他们在其中加入2D、3D的元素，以及动态、音乐和人工智能等，让艺术充满了更多的可能性。它并不是取代了传统的各种艺术形式，而是使用一种新技术进行新的创作。”

在中央美术学院教授费俊看来，区块链不仅是一种促成艺术品交易的技术，也能成为一个作品观念的载体。对于创作者来说，费俊欣喜地看到区块链技术本身在改变艺术创作的思维和方法。“加密艺术为从事艺术与科技领域的不同人群，尤其是为年轻人打开了新世界的大门，带来很多新的可能性。同时，它又为公众真正参与到艺术中，打开了很多的通路。它不再仅仅是为专业的艺术家、设计师提供某种工具和能力，而是让更多的人在一个更有流通性的载体里面获得艺术所能给予人的一种综合营养，这是具有推动文明发展价值的一种技术进步。”费俊说。

艺术创作更加多元

科技的更迭换代，不断丰富着艺术创作的媒介，拓展了艺术表达的方式。面对科技浪潮的冲击，积极思考新技术如何帮助自己进行艺术创作是每个艺术家必须面临的时代命题。对于艺术家

阿博什来说，加密艺术实际就像一个操场或者玩具世界，这里如同一个游乐场，基于其分散式的环境，艺术家可以在上面任意创作，一方面它可以作为非常好的平台，人们可以把自己的虚拟资产或者部分虚拟资产放在其中，另一方面区块链本身的功能可以帮助艺术家更好地创作，除了可以帮助艺术家找到创意灵感以及创作来源之外，它也是一个非常好的工具，能够帮助艺术家接触到更广泛的人群或受众。

加密艺术的去中心化特点，扩展了公众参与艺术创作的途径。加密艺术以一种分散式的方式，让数字作品以一种数据文件的形式存在。区块链则是提供数据源，或者说元数据的平台，在这个平台里大家能够进行创作、沟通和交流，换言之，它是一个逻辑节点，围绕它可以构建一个组织、一个单一的作品，或者说多个作品的组合，通过无数个去中心化的节点而形成一种共识，这种共识只要拥有共同兴趣点即可形成。费俊提出，加密艺术在社会和认知的底层逻辑上改变了我们的信任机制，这种信任机制可以让更加多元的文化得以确认，同时得以拥有价值。“尤其是从WEB1.0到WEB3.0的演变中，越来越多的用户成为了内容的创作者，即参与式文化成为了今天文化生产最有活力的一个驱动力。所以在这样的语境下加密艺术不仅是对艺术家专业的艺术生产提供了一个工具、一个平台，放大了艺术家的价值，它对于公共文化的多样性也提供了一个底层支撑。”

美术馆的数字化升级

博物馆、美术馆具有展现传统艺术和当代艺术两种功能，面向的是过去、现在和未来。数字化时代，博物馆、美术馆藏品的数字化管理与展示是大势所趋。基于区块链的加密艺术不仅推动着艺术生态变革，也以数字藏品及衍生产品的形态为美术馆的数字化带来新的升级。得益于科技的发展，数字化建设对于博物馆、美术馆的检索、研究、调用和整理的作用是显而易见的。乘着科技的翅膀，已有藏品更多地被公众感知、欣赏。“很多传统博物馆藏品巨大，很多作品常年不为人所知，也无法面向公众展出。数字化带来一种方便，它可以使得我们根据需要随时调用数字化的展品，快速、快捷地运用包括加密技术在内的各种数字技术，遍布世界地、系统地展示我们的藏品。”中央美术学院美术馆副馆长王春辰如是说。

皮尔·吉利奥·兰萨馆长也表示，科技赋予了博物馆、美术馆独特的展陈优势，实体博物馆存在很多问题，例如展览过程中安置展厅、移动物品，将尺寸和规模较大的作品放在墙上是非常困难的等问题。“但是这对于数字展览来说非常容易，数字是非常好的工具，可以帮助我们更好地展示现有的一些博物馆的藏品。”

借助区块链、人工智能(AI)、增强现实(AR)等技术丰富线下展览形式，是当代博物馆、美术馆增强观众美学感官体验，拉近艺术与观众距离的关键纽带。作为加密艺术的实体展，此次展览采用显示屏、投影、镜像装置等多样化的数字艺术展示形式，使公众沉浸式地体验加密艺术世界。此次展览是加密货币在特定时代成为艺术作品的展示工具的生动体现，也是以中央美术学院美术馆为代表的美术馆探索数字文化与虚拟空间技术潜力的开始。

目前，中央美术学院设有数字虚拟展厅，但面临着体验感和现场感不够、观众参与感和体验感不强的问题。区块链等技术的发展被普遍认为是该问题的解决之道。另一方面，央美美术馆也开创了“虚拟策展”项目，充分利用虚拟世界的加密技术和任何数字化技术进行独立的策划，在虚拟空间中展示、观看、体验展览。王春辰认为：“实体和虚拟会形成未来两种展览模式和两种体验，在这一点上数字技术的未来潜力或者说可能性是非常多的。中央美院之所以要举办加密艺术展，也是在尝试探讨美术馆数字化藏品研究和展示的一种新方式。另外，美术馆也需要改变以往的收藏思路，考虑收藏包括加密艺术在内的新艺术作品。”

“艺术家是否会被取代”的时代之问

从区块链技术到AI、chatGPT带来的震撼，使人类不得不面对“AI是否会取代人类”的终极之问，对于“AI能否取代艺术家”这个问题，各艺术家给出了自己的答案。本次参展艺术家吉塞佩·洛·斯奇亚沃从自身创作经验出发，认为在创作中自己也会运用相关的工具或技术，以及数据库和新的设备，从而以多种不同的形式输出作品。“AI能够拓展人们的体验和感知，从AI应用的角度上来说，核心还是人的设计，AI不过是一个工具，能够拓展人类的设计。”

北京大学人工智能研究院、艺术学院助理教授高峰也认为，现在AI只是一个辅助工具，没有主观创作意图。“目前为止，你的笔记本还不会在某天早上跟你说‘主人我昨天晚上趁着你睡觉创作一幅画，特别棒，你要不要欣赏一下’。这件事今天不会发生，未来一切皆有可能，所以需要人类多讨论、多交流、多使用AI，创作出来大家满意的作品。”

值得注意的是，面对科技快速的更新迭代，人类更多考虑的应该是人类还可以做什么，而不只是人工智能做什么。技术从来都不是艺术价值的决定因素，各位专家和艺术家一致认为与其讨论“AI能否取代艺术家”，倒不如在当AI可以帮我们快速地完成一些复杂工作的时候，我们是否准备好在更为重要的问题上投入更多的思考。

（摘自《中国文化报》2023年4月9日）

民宿不是升级版农家乐，是什么？

旅游度假如何赋能贵州乡村振兴？旅游度假产业如何迎接新时代？休闲度假业态创新与乡村可持续如何进行？在日前举办的第二届中国民宿产业发展大会暨首届安顺民宿产业发展大会上，中国民宿协会代表、专家学者、设计师、度假酒店与精品民宿品牌主理人等300余人会聚一堂，针对行业热点话题进行深入研讨，探索民宿助力传统景区发展的路径，并为贵州安顺旅游从观光旅游经济向度假旅游经济升级出谋划策。

“民宿不能做成升级版的农家乐，民宿也要有品质、有特色、有温度。”匠庐董事长张洪的一席话引起了与会民宿行业从业者的共鸣。

农家乐是我国早期旅游休闲的一种形式，游客住在农户自己的农家院，吃农家饭、购农产品是游客体验乡村旅游的主要活动。随着旅游市场的发展，客栈和青年旅社发展壮大起来，虽然住宿条件相对简陋，但公共空间带来的强大社交功能以及相对低廉的价格，让其成为无数背包客“穷游”的首选。这些被看作是民宿的早期形态。民宿在国内开始普及，也就是最近10来年的时间，随着生活消费水平的提高，人们对空间的需求、住宿的舒适度、服务的要求也发生了巨大的变化。在杭州借宿文旅有限公司联合创始人、CEO李政羲看来，民宿行业的从业者经常陷入“认知减法”中，认为做民宿就只能提供有限服务，让游客自己去体验乡村的玩法。这样显然忽略了服务，导致无法满足用户需求，最终被用户淘汰。“现在的年轻人对度假体验的要求越来越高，所以需要民宿从业者反思，如何升级服务和体验，民宿服务一定会向酒店服务的标准化靠拢。在产品体验方面，以人为核心的度假才是支撑产品价值的底层逻辑，所以最终还是运营的问题。”李政羲说。

“民宿产业的前十年所做的工作就是‘获客’，经过这些年的发展，情况发生了变化，如今怎样‘留客’才是关键。”民宿品牌大乐之野创始人吉晓祥认为，在社交媒体高度发达的今天，一条景色和体验极致的民宿视频可能就有上千万的点击量，这让获客变得相对简单。比如长三角地区有很多民宿因此迅速火起来，但是如果留不住客人，民宿也就留不住自己的口碑。因此，不能单纯从流量角度留客，留客最终还是要靠运营，通过体系化、标准化的服务和体验去满足游客需求。在行业规模化发展过程中，可以让更专业的职业经理人把个性化的民宿专业化运营起来。

贵州旅游协会副会长、贵州师范大学国际旅游文化学院原院长张晓松认为，鲜明独特的文化、独具特色的体验、个性化精细化的服务是旅居产业与民宿高质量发展的3条黄金定律。民宿游客的需求，最主要的是对精神和文化的需求，这也是最具张力的需求。游客从传统的大宗旅游消费到喜爱越来越小众的文化商品，其核心是保持生活方式和文化方式，这是让人留下来的根本原因。季高乐园市场负责人王静认为，民宿不仅要讲建筑与景观相融合，还要关注人在场景中的消费、感观体验，不断叠加新的元素。以季高乐园项目为例，乐园开发整合了“亲子+商业”“亲子+教育”等业态，打造更多场景，通过多个环节让游客沉浸体验在地文化。

过度的商业开发必然带来环境的破坏，如何在休闲度假业态创新与乡村可持续发展之间找到平衡，是民宿从业者关注的话题之一。裸心集团首席品牌官徐嫣蔚认为，多年来，集团关注乡村减碳、露营、户外、健康等，特别在产品层面强调可持续和因地制宜，带领客人回归简单的生活，因地制宜地进行开发与融合。

传统旅游向深度旅游转化是必然的，更独特、刺激的体验是民宿的新玩法之一。山海计划创始人兼总经理朱晓倩以极限运动公园为例说，其前身是传统景区贵州猴耳天坑风景区，当时一张门票28元，门票收入是景区唯一营收。“我们通过‘山地旅游+户外探险+极限运动’的形式，建成超级大秋千等5个极限运动项目，吸引了全国的游客。在荔波12平方公里的原始森林，利用溜索进入溶洞，品尝洞穴晚宴，体验悬崖咖啡、洞穴露营、洞穴电影以及体验洞穴跳楼机等极限运

动，让游客感受贵州独特的地下王国。传统旅游目的地在原先的资源禀赋下，融入‘旅游+’的项目就能形成新的力量，这也是深度旅游的价值所在。”朱晓倩说。

“许多传统景区游客打卡之后就走了，根本留不住人，一方面因为住宿条件不理想，另一方面则是游客住下来之后没有更多可体验的场景、业态。”李政羲认为，民宿除了住宿，还有人文、在地体验等内容，这是民宿行业未来发展努力的方向。以贵州为例，洞穴探险、山地骑行、徒步等玩法就留住了游客。溶洞、屯堡等在地文化和景观，可支撑开发更多内容业态，可以给用户提供多种游玩方案。内容够丰富，游客停留的时间就够长。

在李政羲看来，民宿是承载不同价值重组链的载体，通过这种载体把人们重新吸引回乡村度假，从而产生消费，带动当地群众就业以及当地农产品销售，形成乡村振兴的产业抓手。

“村子的发展应该交给真正生活在这里的人。民宿开发不能是掠夺式的，而是与当地人沟通的桥梁，与当地社区可持续发展、共同成长。”井上见民宿创始人及主理人张十八认为，井上见大利侗寨、加宜苗寨民宿都保留了古村落的木结构建筑风格，经过现代化设计改造，让木房子同样可以使用马桶，可以隔音、保暖。

“民宿的发展不会是升级版农家乐，如今传统景区观光、露营地、少数民族传统村落等特色民宿不断推陈出新，行业还在不断细分赛道。希望今后能够深入挖掘多民族文化，把侗族、苗族、瑶族、水族等的村寨做成环线旅游，邀请更多的朋友来体验不一样的美。”张十八说。

(摘自《中国文化报》2023年4月15日)

数字赋能 看农家书屋如何“蝶变”

《“十四五”文化发展规划》指出，“推进农家书屋数字化建设，建立智能化管理体系”。农家书屋肩负着丰富农民精神文化生活的使命，对于助力新时代农村精神文明建设发挥着重要作用。在数字化阅读不断发展的今天，数字农家书屋让书香飘向田间地头、房前屋后，为乡村居民提供更为便利的阅读服务。数字农家书屋当前建设状况如何？怎样进一步发挥作用，激活乡村振兴内生动力？在“世界读书日”即将到来之际，本版推出专题调研。

经过将近20年的建设推广，当前，我国农家书屋已经覆盖全国具有基本条件的行政村。数字农家书屋是农家书屋的提档升级，2019年2月，中宣部等十部门印发了《农家书屋深化改革创新提升服务效能实施方案》，明确提出“开展农家书屋数字化建设”“网上网下协同推进”等要求。据调研组统计，截至2022年12月底，全国数字农家书屋达36.1万个，占全国农家书屋总量的3/5，比2019年的12.5万个增长了近两倍。据不完全统计，安徽、江苏、湖北等省已实现数字农家书屋全覆盖。

为探寻“十四五”时期数字农家书屋提质增效的发展路径，笔者所在课题组于2022年10月至2023年2月间，对湖北、安徽、河北、河南、江苏等13个省区市的农家书屋进行调研。调研

发现,经过十余年发展,数字农家书屋已经成为公共文化服务体系的重要组成部分,在深化全民阅读、共建书香社会、提升乡村治理水平中发挥着重要作用,但仍存在一些现实困难,需要针对性改进提升。

1. “云端”书香飘农家 数字化建设见成效

2022年5月,中办、国办印发的《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》指出,到“十四五”时期末,基本建成文化数字化基础设施和服务平台,形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系。在乡村振兴背景下,数字农家书屋已在各地陆续建成投放,阅读推广和技术培训成效明显。

多模式并举,移动阅读成主流。数字农家书屋硬件建设主要有三种模式:基于卫星、有线电视网络技术的数字电视书屋模式;基于互联网技术的电脑书屋模式;基于移动互联技术的手机移动书屋模式。2019年以前,各地数字农家书屋建设主要以数字电视书屋和电脑书屋模式为主,阅读终端设备有电视、平板电脑和笔记本、台式电脑等,每个农家书屋配有5~8个终端。2020年以来,移动宽带覆盖农村地区,在相关部门推动下,多家数字企业开发出农家书屋电子阅读屏、掌上书屋App、H5在线阅读、微信公众号、微信小程序等多种形态。

调研发现,各地数字化建设各有特色,如,内蒙古自治区乌海市海南区的农家书屋采用卫星数字农家书屋全覆盖模式;山东省潍坊市向原省定贫困村发放数字农家书屋“E播宝”设备,实现了农家书屋与县图书馆“一卡通”并网互联;重庆数字农家书屋覆盖了所有农村教学点,为农村儿童打造了良好的数字阅读阵地;浙江省温州市探索出数字化、文化活动、全民阅读、实体书店、文化礼堂、非遗、学生之家、文旅等八大“农家书屋+”模式,实现农家书屋融合共存、转型升级。

数字基础设施建设与村民数字素养同步提升。数字农家书屋基础设施建设着重从改善阅读环境入手。例如,浙江省温州市完善利用率低的问题书屋,规范阅读环境差的闲置书屋。其中,“农家书屋+数字化”模式为每个精品书屋配备4台以上电脑,首创推出浙江省“农家云书屋”,推进有声图书馆建设,每个农家书屋配备耳机、阅读森林、朗读亭等有声设备,使老人、小孩及盲人群众都能感受到阅读的魅力。

为建设好数字农家书屋,各地还围绕管理人员培训等推出系列举措,帮助村民提升数字素养。例如,浙江省德清县从农民群众的信息需求入手,对图书馆员、技术工作者进行下派培训,同时开展“农家书屋读书乐”活动、“农技专家”培训等服务;湖北省罗田县委成立专班,明确一名县级领导负责,培训了80多名联络员,指导村民使用数字农家书屋。村干部带头下载使用,并在村民QQ群和微信群演示服务功能;重庆市部分区县借助新时代文明实践志愿者服务队伍和社会力量,壮大数字农家书屋的工作力量。

“三农”阅读推广和技术咨询培训等服务有序开展。阅读推广方面,截至今年3月,湖北省“万村数字农家书屋建设”项目通过数字出版形态,把种植养殖、医疗百科、电商致富等方面的海量数字阅读资源输送至全省23700个村点,供村民们阅读学习,参与线上文化惠民活动;湖南

省数字农家书屋设置“三农”学堂功能，为广大农民增加了获取知识的新渠道；河南省新华数字农家书屋以图书、视频、音频、期刊等海量数字资源为支撑，采用“云+服务+端”模式，除了为农村留守老人和留守儿童提供文化教育、亲子教育、健康生活、农业科技等类别资源外，还提供影视、戏曲、武术等资源。

技术咨询培训方面，借助直播带货和在线课程等方式，数字农家书屋拓展书屋的阅读属性，开发智农、富农、惠农功能。例如，安徽徽乡数字农家书屋创设农业科普百科栏目，帮助农民选择农业原材料和设备，并为其提供农业技术支持，农民在家就能和农业专家线上交流；在山西省农村地区，农民可通过数字农家书屋平台观看春耕助农在线直播公益课程，2022年相关直播课程开播了26场，最高同时在线观看人数达1.5万；江西省古坑村探索实行“农家书屋+电商服务”，设立乡村电商站点，从事电子商务的村民可免费使用，还举办电商知识讲座和操作流程培训，鼓励村民线上直播卖货，拓展了当地村民的收入来源。

2. 机遇挑战并存 数字农家书屋面临发展困境

当前，数字农家书屋还处于转型发展阶段，随着社交媒体、数字阅读环境不断升级以及农村数字阅读个性化需求增加，数字农家书屋的服务内容和方式也面临新的挑战。

特色乡村文化的挖掘和导入匮乏，阅读体验单一。当前数字农家书屋的乡村文化主题资源不足，多集中于乡村技艺、生产种养殖等社会经济类内容，而诸如乡村节日、非遗、乡村习俗、乡村戏曲等文化类内容相对较少。这种重科技轻文化的图书资源配置严重影响了数字农家书屋的文化传递功能，主要表现为文化传递中的管理缺位、文化引领中的功能缺位、文化阵地中的保障缺位。因此，乡村优秀传统文化在强化认同、教化育人及淳化民风方面的作用难以发挥，数字农家书屋文献信息服务与村史馆乡情民忆传承的融合发展严重滞后。

阅读内容本土化供给不足，农民阅读兴趣不大。农业生产受地貌、气候等影响较大，农民不仅需要掌握熟练的种植技能，还需要选种、选肥料、选农药、选地段等方面的专业知识加持。数字农家书屋的阅读资源如果不能根据地方发展和文化特色设置、不切合农民实际需求，阅读率和满意度就很难提升。调研发现，农村读者中初中、小学文化程度占相当比例，面对缺乏本土化的阅读资源，呈现出无力理解、无法获取、难以吸收的状态。

对村民动态阅读需求的采集不够充足及时。各地建设数字农家书屋的过程中，较少前置性地倾听村民需求，未能根据村民意见及时调整建设方案，数字资源与村民需求符合度较低。究其原因，一方面，数字农家书屋平台并未设立有效的反馈机制，现有App往往只有单向的意见反馈通道，且难以得到有效回应；同时，线下反馈渠道不足，缺少专人采集意见建议，也缺乏入户走访意识。另一方面，数字农家书屋协作式生产供给机制尚未完善，不同生产供给主体之间业务流程关系复杂紊乱，导致内部沟通与协调不畅，无法及时将村民需求反馈到内容与服务的改进中去。由于社会力量引入不足，仅凭政府部门单打独斗，难以运用技术工具精准分析村民的需求和意见。

互动分享优势难以凸显。目前,绝大多数数字农家书屋缺乏互动渠道,村民无法就自己所阅读的图书、音视频进行评论、分享、点赞等操作,难以满足自我展示与人际交往的需要。这会降低村民的参与积极性,影响其对数字农家书屋平台的满意度。虽然有少数数字农家书屋平台提供了分享功能,但受众在社交媒体平台上分享,传播范围受到其现实社交圈子的限制。还有一些数字农家书屋平台开通了受众反馈渠道,但也仅限于采集和反馈受众在阅读过程中遇到的困难和问题,村民之间很难互动交流。

3. 共情共治 讲好中国乡村文化故事

针对以上难题,数字农家书屋应回归乡村文化和传播的内在要求,增强内生动力、传播效能和自我发展能力,为乡村振兴持续发力。

多路连接,打造乡村数字阅读空间。一是推动多主体参与。政府要充分激发、调动内容供应商、技术服务商、公益组织和村民等乡村文化内部各方的动能和协同共治能力,共建个性化、智慧化、人文化的高效能公共文化数字服务体系。二是推动多形态协同。多阵地整合,打破平台壁垒。数字农家书屋为新时代文明实践中心、党员群众服务中心、村文化中心等打造专属数据库,整合县域内信息资源,通过大数据分析村民需求,提升文明实践工作、党员群众服务工作以及村文化推广工作效率;新时代文明实践中心等开展讲座、培训类延伸服务,成为文化与社交的“第三空间”。三是推动多平台共建。对县图书馆、县文化馆、县级融媒体中心的信息资源进行链接整合,打造乡村数字阅读空间云平台,实现信息互通互融,提高乡村数字阅读空间内容质量。各平台需结合自身优势发布内容,提高乡村数字阅读空间使用率与满意度。

紧贴“三农”,创作本土化内容资源。数字农家书屋的内容供应商、作品创作者和专业编辑要深入农村,开展相关调研活动,明确农民的阅读文化需求,完成乡村文化资源的选题策划。依托数字农家书屋收集受众意见反馈,细分读者群体,针对性提升乡村文化的内容质量,生产切合农民阅读需求的乡村文化内容产品。以农民熟悉的话语进行乡村文化传播,强化农民的情感认同。深入挖掘本地乡土文化,引导并帮助村民自主创作、上传视频,使富有乡土气息的个人场景化叙事进入用户视野,成为数字农家书屋乡村文化资源的一部分,唤起人们对自然田园和美好生活的诗意向往。培养乡土文化人才,使其接受系统学习和专业训练,强化本土文化认同感和归属感。

动员社会力量,嵌入公益组织和志愿者专业服务。传统农家书屋志愿者一般在线下开展志愿服务,力量单薄、时间不足、效能低下。数字农家书屋可吸纳更多的专业型、技术型行业公益组织和志愿者,使其聚集扎根,线上线下结合地开展服务。这些志愿者包括在校大学生、地方文化名人、专家学者、公益组织成员等。政府应改革对数字农家书屋的投入方式,在数字农家书屋设置线上线下岗位,提供志愿者岗位的基本人力费用,广泛招聘优质专业志愿者,使其进入本地各级数字农家书屋的线上运营和知识服务中。

挖掘地方特色文化,深度推进文旅融合。戏曲、民俗、非遗等地方特色文化中蕴含着中华优秀传统文化基因,传承中华文明精髓,是民族情感和民族精神的核心载体,具有独特的传承、体

验和传播价值。可将此类资源接入数字农家书屋平台，打造“地方特色乡村文化”模块，推送链接到省市县融媒体中心 and 主流短视频平台，让地方特色乡村文化资源“破圈”“出圈”。以数字农家书屋平台为依托，借助乡村旅游、红色旅游等，开创文旅阅读空间，逐步建立起具有本土特色的数字农家书屋乡村文化资源和文旅产品体系，推动文旅融合发展。

(摘自《光明日报》2023年4月20日)

让历史文物建筑更好助力城市发展

党的十八大以来，中共中央、国务院发布了一系列加强文物保护利用的政策文件。习近平总书记高度关注文化遗产保护工作，指出“我们一定要重视历史文化保护传承，保护好中华民族精神生生不息的根脉”。近几年，多部国家级规划、政策文件发布，对建筑遗产保护传承、融入经济社会发展等给予指引。各地出台相应的文件，有针对性地结合各自情况开展建筑遗产的保护利用工作，使得老建筑的本体得到很好保护，文化价值得到挖掘和弘扬，功能得到升级、价值得到提升，很好地融入了当地经济社会的发展之中。

政策制度保驾护航

《中华人民共和国文物保护法》规定，文物工作贯彻保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理的方针。2016年国务院印发了《关于进一步加强文物工作的指导意见》，在拓展利用、严格执法等方面作出了部署。随后，国家文物局印发《关于促进文物合理利用的若干意见》，要求准确把握文物利用的基本原则，多措并举，切实让文物活起来。

2018年，中办、国办印发《关于加强文物保护利用改革的若干意见》，这是指导新时代文物保护利用改革的重要遵循。意见聚焦文物工作的重点难点和改革发展问题，加强顶层设计、制度创新和精准管理，推动文物工作更好服务经济社会发展大局，更好满足人民日益增长的美好生活需要。随之国家文物局相继出台《文物建筑开放导则》《关于鼓励和支持社会力量参与文物建筑保护利用的意见》等文件，指导地方扎实开展文物建筑保护利用工作。

各地也结合具体情况制定了相应的规章制度，北京市西城区政府依据《首都功能核心区控制性详细规划（街区层面）（2018年—2035年）》提出的相关要求，针对腾退后的文物建筑应如何使用这一广泛关注的热点命题，研究出台了《西城区关于促进文物建筑合理利用和开放管理的若干意见》，从政府政策层面对文物建筑保护利用进行了明确和规范。广东省发布《广东省文物建筑合理利用指引》，从总则、利用流程、分级利用及分类利用、装修、公共工程设施等方面对文物建筑的保护利用进行了规定。《苏州市区古建老宅保护修缮工程实施意见》解决一直以来困扰苏州古建筑保护和利用的诸多瓶颈问题。福建省印发《福建省鼓励社会力量参与文物保护利用实施意见》《福建省文物建筑认养管理规定》，积极引导社会力量参与文物保护利用工作。这些规章制度，成为文物保护利用工作落地实施的重要保障。

北京建筑大学教授汤羽扬表示，通过顶层设计和制度建设，文物保护利用的管理制度与机制得到建立和完善，推动实现文物治理体系和治理能力的现代化。

加强保护，注重价值挖掘

古建筑的保护利用，重中之重是保护，因此在修缮中要最大程度保留建筑本体，留存文物的历史信息。比如贵州海龙屯海潮寺修缮在“最小干预现状、最大化保存历史信息”方面表现突出，并形成了一套具有地方特色的古建筑保护方法。海潮寺项目采用了“一竿子插到底”的工作方式，设计方全程参与了海潮寺的施工过程。施工过程中，工程相关各方及时沟通协调，在严格遵照文物保护原则、贯彻保护理念方面达到高度统一，并通过施工前详勘、施工中隐蔽部位打开后对设计方案及时准确调整，使得海潮寺得以优质、高效、顺利完成修缮。

周围环境的整治和提升也是古建筑保护的一项重要工作。比如在福建泉州府文庙的环境整治和历史风貌提升中，当地拆除了文庙西侧4栋风貌不协调建筑，并对场地进行了覆绿，还将文庙北侧沿打锡街的3栋商住楼进行了降层处理，对百源路、府学路沿街建筑进行了立面整治。由此文庙建筑群的历史景观视廊、历史环境风貌得以恢复，使得文庙恢复了其在泉州古城及城市文化复兴中的重要地标地位。

浙江省古建筑设计研究院原院长黄滋表示：“在古建筑的保护利用过程中，要注重其文化价值的整理挖掘。”青岛水师饭店建筑始建于1899年，初建时为德国海军俱乐部。据悉，在确定如何将这座百年建筑融入城市发展时，参建各方深入细致地调查研究、挖掘价值和严谨论证，确定将其利用定位为“电影文化”这一独特且具有唯一性的主题，拓展延伸后，提出“电影文化艺术体验中心”的活化目标，从而形成“教育+服务+文创+旅游+餐饮”的多产业形态融合发展的模式。通过价值挖掘，促使水师饭店旧址形成契合文物核心价值主题的业态，成为青岛市新型公共文化活动空间。

合理利用促进功能升级、价值提升

在古建筑的利用方面，各地充分挖掘古建筑的文化价值，将其转化为城市的文化地标，既保护了老建筑，又进行了功能升级和价值提升，进而服务城市经济社会发展。清华大学建筑学院教授张杰认为，老城古建筑保护发展，应立足“让文物活起来”的方针，通过剖析历史建筑在城市当中的特点和定位，将其融入城市发展之中、融入现代人的生活当中，以激活城市的历史文化记忆，形成“老瓶装新酒”的发展格局。

在遍地胡同的北京西城，有一条海派弄堂——泰安里，如今修缮一新，以独特的风貌呈现在公众面前。作为西城区首批文物活化利用计划的项目，泰安里“变身”泰安里文化艺术中心。据相关负责人介绍，泰安里在腾退修缮、保留“文化原味”的基础上，通过运营主体负责日常运营、西城区文化和旅游局进行监督、多个优秀内容合作商合作运营的模式，让泰安里变为与城市发展功能相匹配的新型公共服务空间。不仅如此，还通过融合多种业态，吸引不同人群，将这里提升为地标性建筑，激发周边区域生机，让社区和文物一起“活”起来。

“文物建筑不是孤立地存在于城乡环境中，赋存环境的不同会带来利用方式的差异。”汤羽扬说，特别是当文物建筑位于历史性地段、文化景观地等文化资源富集区时，文物建筑价值溯源、选址特征、历史功能与其周边的街巷格局、山水环境、地域文化必定有着千丝万缕的联系，在利用中与周边各类资源整体联动，不仅可以凸显文物建筑的价值，同时也能够带动周边区域振兴，形成集聚效应。比如浙江松阳三庙的活化利用，以“街区化”视角，对周边多个历史时期的各类历史元素、古树、老旧建筑、街头空间、生活习俗等整体研究，分级谋划多样化的业态，并通过“泥鳅钻豆腐”的方式在片区中植入现代开放式廊道系统，重构了一个与传统呼应的公共空间体系，串联所有保留的遗存以及梳理出来的公共空间，为社区居民提供方便。泉州府文庙积极探索文庙建筑群保护利用方式，突出儒家文化遗产的展示、阐释、体验，以国学传统文化知识教育为载体，广泛开展祭孔、教育和节庆等各类文化活动，举办泉州教育史话展、刺桐风物泉州市情展等专题展览，凸显了其历史文化积淀在当代的价值。

(摘自《中国文化报》2023年4月20日)

后疫情时代，美术馆线上活动何去何从

新冠疫情对美术馆开展艺术展览和公众互动都提出了新的挑战，但美术馆人并没有裹足不前，而是在逆境中迸发出了创新的力量，全国各地美术馆都在近3年期间创办了非常多的线上活动，基于互联网的“交互型”线上美育发挥了前所未有的作用。就像国际博物馆协会主席阿尔贝托·加兰迪尼在2022年国际博物馆日所说的那样——疫情之下，全球博物馆在共同面对特殊时刻的同时积极探索，成为了创新的中枢。艰难与坚持并存的情况下，博物馆转变思路，利用新的技术和手段发展出新的文化传播体验，多样的教育方法和多元的接受方式增加了博物馆的吸引力和可及性。

随着新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”政策，今年第一季度，全国美术馆的参观人数限定已逐步放开，线下公共教育活动已慢慢回升到疫情前的场次频率，尤其是三四月份，各地文化场馆又成了中小学生春游的热门选择。后疫情时代已经到来了，美术馆线上活动还会继续吗？

对于美术馆公共教育来说，物理空间、参与性、互动体验仍然是极其重要的。但考虑到人力物力等投入成本，美术馆应该开拓思路，将疫情前仅能容纳有限人群的讲座、工作坊等活动形式化零为整，针对不同人群的特点，研发创新“互动型”体验空间和体验内容，从而有效增加参与人数和频次，将线上新媒体和线下传统结合，找到两者中的平衡，在公共教育的传播形式、途径、方式、方法上不断探索实践新的可能。如浙江美术馆曾在2022年连续30天不间断地邀请全国各地的33位学者嘉宾举办“观物——中国花鸟画的创作与研究”系列学术讲坛。因异地作业，在直播过程中，美术馆遇到了非常多的技术挑战。为此，美术馆改变策略，与专业媒体合作提供直播技术支持，还原画家现场写生到创作的全过程。虽然一张80厘米见方的肖像作品对于画家来说信手拈来，但对于屏幕前的观众来说，是一种新奇的体验。

疫情期间，为方便开展线上活动，大多美术馆都集中力量在短时间内注册了全域各类云账号，除微博、微信公众号外，视频号、抖音、B站、小红书几乎成为各馆标配。线下活动恢复后，因工作量激增而带来的线上线下同步的服务压力势必给各馆带来一定的平台运维困境。各馆应该因时而变，对已有的线上平台进行分析整合，根据公众关注度和活跃度判断平台的可持续性，做好减法，打破单一化、模式化的套路式服务。同时，注重自身数字平台建设，逐步将已有的线上美育项目梳理整合为自有平台资源，使公众可以更为便捷地、系统地享受到美术馆的数字美育服务，变“公教”为“自学”，促推公众专注于当下，“自助”开展审美实践。

后疫情时代，美术馆内设机构的分离重组也势在必行，数字、宣传、教育等部门将更为紧密地结合在一起，以应对公众对线上线下互动体验的双融合需求。线上线下融合是未来美育发展的大势所趋。新的公共教育思路扩展了我们的认知实践领域，原有的“套路式公教”在这种思路下不断“分离”和“重组”，将催生出一种新的创新基因，并延展出很多新的、有趣的东西，让公教更有针对性和效果。美术馆公共教育变革势在必行，“美育场域革命”正在继续。各地美术馆要顺势而为，不断进行自我拓展和创新，在配合展览举办活动的同时兼顾研发，创新方法、深挖内容，为不同类型的公众提供优质、多元化的数字美育服务。

随着美术馆事业的发展，公共教育将成为美术馆新思想、新理念、新公众的培育基地。美术馆将以美育作为支点，培育公众的创造意识和想象能力，成为推动社会发展的重要力量。美术馆应积极推出不同主题的公共教育项目，着力围绕生活美学方面的美育普及，策划开展线上展览、运用数字化技术展现藏品信息、提供艺术资讯、录制相关课程视频，用网络在公众与美术馆之间搭起美育平台。相信后疫情时代，打破时空限制的优秀线上公共教育项目将继续给美术馆的观众带来更多维度的艺术体验。

(摘自《中国文化报》2023年4月23日)

双向互动 创新互促

无论是遍布城乡的新型公共阅读空间、丰富新颖的阅读推广活动，还是各种馆舍现代服务，近年来，公共图书馆的创新实践都是国家公共文化服务体系示范区创新发展的重要亮点。进入公共文化服务高质量发展阶段，公共图书馆如何赢在新起点，关乎行业未来，更关乎群众的文化生活质量。

目前，我国已公布4批共120个国家公共文化服务体系示范区。能否在每两年为一个周期开展的复核中保持前列、持续引领，考验的是示范区的创新水平，也对包括公共图书馆在内的文化设施提出了更高要求。

而图书馆作为重要的公共文化设施，在总体设施建设趋于完善的情况下，如能推进重点领域和关键环节的创新，在推进政府职能转变、促进社会力量参与、优化运行机制、创新服务方式、

促进文化与科技融合、深化文化和旅游融合等方面，探索出具有示范价值的做法，将大大丰富示范区创新发展的经验做法，为构建现代公共文化服务体系开辟出自身发展更为广阔的发展空间。

《“十四五”公共文化服务体系建设规划》提出，要“建设以人为本的图书馆”“广泛开展全民阅读活动”。这是对公共图书馆新时期发展的精准定位。过去十年，公共图书馆在空间建设、业态融合、服务扩展等方面的突破，已成为示范区创建的重要成果，涌现出不少先进典型。

从过去“一城一馆”到如今“百馆之城”，江苏苏州实现了公共文化设施按需建设、均衡配置的目标。截至目前，苏州全市建有公共图书馆 858 个，因地制宜出台了图书馆县级地方标准，创新打造公共图书馆总分馆苏州模式，建立立体化阅读服务体系，实现公共图书馆“全域服务、全龄服务、全时服务”，并依托长三角沿线城市优势，联合发起成立“长三角阅读引领（区）融合发展协同体”，进一步优化服务效能。

就在不久前，国际图书馆协会联合会公布 2023 年图书馆营销奖获奖名单，浙江省嘉兴市图书馆的“悦心听读本”项目成功入围。“悦心听读本”项目聚焦视障人群、婴幼儿、老年人、文盲等信息弱势群体，为他们提供适合听的优质资源，方便借还、操作简单，深受欢迎。

内蒙古鄂尔多斯大力推动公共图书馆总分馆建设，缩小城乡公共文化服务差距，已建成图书馆市中心馆 1 个、旗区总馆 8 个、苏木乡镇（街道）一级分馆 78 个、嘎查村（社区）二级分馆 951 个、社会力量三级分馆 297 个，并将分馆延伸到家庭文化户。

上海浦东新建、改建一批“小而美”的文化空间，以设计与服务见长的陆家嘴融书房让建筑与城市产生对话，已经成为市民愿意去、业内人士聚集的文化场所，其读书分享会吸引了超过 10 万人次参与；沿着浦东 23 公里黄浦江岸线铺设的望江驿，在小小空间中容纳和展示丰富的文化内容，让市民和游客在休憩之时便能融入城市文化风貌中，获得精神享受。

尽管图书馆的创新实践取得了良好成效，但在部分示范区发展过程中，也逐渐暴露出效能指标出现下滑、区域差距逐步扩大、示范作用不够突出等问题。

“每一轮示范区的复核，都会根据实际发展情况进行少量调整，这就要求公共图书馆要与时俱进创新发展。图书馆要继续保持引领性，就要瞄准服务短板和弱项，在‘关键小事’上拿出办法、想出对策。这个过程不在动作大，而在定位精。”国家文化和旅游公共服务专家委员会首席专家、北京大学教授李国新认为，当前，效能指标保持稳步提升、创新亮点更加突出、交流互鉴亟待强化显得尤为重要。

对于未来发展的着力点，李国新分析，要善于抓住发展契机，找准方向，打造亮点。一方面，标准化建设重在适配，相关地方标准要细化、量化，也要具体化、特色化，各地政府都要跟得上国家调整标准的节奏。另一方面，设施建设可以在新型公共文化空间建设方面找突破口，重点是优化布局，推动全民阅读深入开展。“优化布局要求设施建设根据百姓需要而建，不是越多越好，而是越有效越好。我国不缺一流的设施，缺的是一流的

（摘自《中国文化报》2023 年 4 月 28 日）

更广范围、更深层次、更高水平——传统美术类非遗与旅游融合发展如何走向深入

非物质文化遗产是旅游繁荣发展的重要资源，旅游为非物质文化遗产提供了更多实践和应用场景。近日，文化和旅游部发布《关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》，让“非遗+旅游”这一热点话题再次引发社会关注。

相较而言，在非物质文化遗产的众多门类中，传统美术类非遗更加易于开发、生产和交易，这也使得传统美术类非遗成为丰富旅游商品内涵的主力之一。如何针对门类特色，找准传统美术类非遗与旅游融合发展的契合处、联结点，推动其走向深度？我们从选品、路径、原则等方面寻找答案。

传统美术类非遗旅游产品

应具备的几种品质

国家级非物质文化遗产代表性项目名录将非物质文化遗产划分为民间文学、传统美术、传统技艺等十大门类。其中，传统美术是指非物质文化遗产中与人们日常生活紧密相关的传统造型技艺，主要包括传统绘画、雕塑、剪纸等。现实生活中，传统技艺门类中制瓷、挑花、印染等艺术性更强的传统技艺在旅游商品研发方面具有与传统美术相似的特点，因此本文一并作为“传统美术”广泛探讨。

传统美术与工艺生产息息相关，天然与物质载体紧密相连，使得传统美术类非遗与市场的关系颇为亲近。无论是传统美术类非遗的直接制成品，还是以传统美术元素打造的文创衍生品，都更易搭载旅游发展和文旅融合的快车，在伴手礼、纪念品等旅游产品中具有很大优势。

中华文化源远流长，各族儿女创造并传承了灿烂丰富的传统美术类非物质文化遗产。不过，并非每种项目都适合作为旅游产品进行开发，消费者对传统美术类非遗旅游产品的选择遵循着一定的规律。

“尽管当下物流业飞速发展，一定程度上弱化了运输对旅游产品消费的影响，但是，便携性仍是传统美术类非遗旅游产品所应具备的重要特质之一。”北京联合大学青年教师杨慧子在调研了部分设在景区周边的非遗文创商店销售情况后，发现，便携、相对平价、有一定实用性且刚需的产品更受消费者欢迎。“比如符合赠礼需求，或是方便应用于生活、办公场景中的产品。”杨慧子说。这也成为了近年来商家开发传统美术类非遗旅游产品时重点发力的方向。据山西神山风文化艺术有限公司艺术总监张宁介绍，公司通过把山西省省级非物质文化遗产代表性项目——浮山剪纸开发成更实用易携的摆台、钥匙扣、冰箱贴等文创产品，年收入达40万至70万元。

此外，为了更好地满足游客多元审美需求和不断升级的消费观念，激发其购买兴趣，旅游产品必须有亮点、有特色、有品质。“对于以手工体验为主的传统美术类非遗旅游产品，在产品设计时还应注意要易于上手，并且尽可能把制作过程控制在2至3小时以内。”杨慧子说。

由静态到活态的产业趋势

当下，游客出游半径持续扩大、消费场景创新升级、“一老一小”旅游主题不断拓展，全社会对中华优秀传统文化的关注与热情与日俱增。非遗深度游、非遗体验游、非遗研学游等非遗主题的旅游新业态越来越多地受到市场喜爱。相关旅游产业链条得到进一步开发、提质、扩容，传统美术类非遗旅游产品的内涵也随之丰富，呈现出从展示、购物的静态单一模式，向互动、体验的动态综合系统转变的产业发展趋势。

不久前，来自北京的王女士和孩子到贵州省黔东南苗族侗族自治州来了场说走就走的深度游。在丹寨县，喜欢传统服饰的王女士被苗族蜡染工艺深深吸引，他们来到宁航蜡染技艺传习所，近距离观摩和体验了蜡染制作的工艺流程，还在传承人的指导下，和孩子共同创作了一幅蜡画。王女士表示：“比起购物景点的‘买买买’，这种亲自动手游玩方式显然更有意义，闻着染料散发的草木香气，触摸着手中画刀的温度，耳畔听着传统图样纹饰背后的历史典故，不仅孩子更深入地接收到历史、艺术和文化的多重熏陶，我也在场景氛围的浸润和滋养下得到全身心的放松。”在此基础上，宁航蜡染技艺传习所创造性地将非遗体验与手工定制有机融合，游客可以选择把体验创作的蜡画定制加工成摆件、箱包、服饰等文创产品。这样既满足了游客自己参与、独一无二的个性化体验需求，又巧妙解决了蜡染工序工艺复杂、耗时费力特点对旅游产品打造的不利影响，成功拓展了传统美术类非遗与旅游的融合边界。

以文塑旅、以旅彰文。传统美术类非遗旅游产业由静态到活态的转变，不仅更为贴近人民日益增长的美好生活需要的目标导向，同时，也是引导非遗回归“活态”本质，以生产性方式保护传统美术类非物质文化遗产，生动讲述中华优秀传统文化故事的有机载体，推动传统美术类非遗与旅游的融合向更深、更远层次探索。

发挥集群优势，打造地方文旅品牌

区域文旅品牌，是一个地区的文化记忆与旅游名片。打造地方文旅品牌对增强地方文化软实力、提高城市竞争力、促进地方经济发展有着重要意义。

从上世纪80年代开始，甘肃庆阳就看到了传统工艺美术对文化和旅游业的标识引领价值，把庆阳香包作为地方文旅品牌进行重点打造。四川绵竹以绵竹木版年画为抓手，建设了集文化创意、旅游、展览、民宿、乡村观光为一体的“中国·绵竹年画村”，仅2023年元旦小长假期间，绵竹接待游客达10.98万人次，带动当地居民吃上“旅游饭”。江西景德镇古窑民俗博览区常态化开展复烧点火、开窑活动，成为江西旅游热门“打卡地”，在刚刚过去的4月，这座以陶瓷文化为主题的博物馆，正式步入担任国家5A级旅游景区的第11个年头……

越来越多的传统美术类非遗成为地方文旅品牌中不可或缺的“顶梁柱”“金招牌”。不过，必须清醒地认识到，传统美术类非遗与旅游融合的过程中不能“一枝独秀”，强强联手、广泛合作才能不断激发文旅产业的创造力。

甘熙宅第始建于清朝嘉庆年间，是江苏省南京市面积最大、保存最完整的古民居建筑，被当地人亲切地称为“九十九间半”。2010年，甘熙宅第增设了南京市非物质文化遗产馆，秦淮灯彩、

南京泥人、南京剪纸、金陵竹刻、绒花制作技艺等传统美术在“青砖小瓦马头墙，回廊挂落花格窗”的传统建筑中情景相容，大放光彩。

近年来，文旅融合的脚步不断加快，涌现出大量“非遗文旅+”的跨界新玩法，秀出文旅品牌“组合技”，为集群效应推动经济效益和社会效益协同发展创造了广阔空间。比如，推动非物质文化遗产有机融入古建筑、景区、历史街区等旅游空间，举办非遗文化节，依托岁时节日、人生礼仪等重要时间节点开展相关主题活动，应用非遗元素打造特色民宿、餐馆等配套基础设施，借助科技、数字手段丰富线上云游非遗体验，围绕非遗工坊、非遗传习所、代表性传承人工作室打造新的旅游线路。在非遗系统内部，也充分发挥非遗各门类特色，传统美术与传统表演艺术、传统体育游艺、民俗民间文学、饮食等集中展示，携手打造“吃、住、游、购、娱”一体的立体化消费场景。

“游客想看见一座座城市的文化地标承载了家国情怀，也想看见一座座城市的文化创新蕴含了动感时尚，温暖着万千游客的人间烟火。”中国旅游研究院院长戴斌表示。景观之上是生活，集群化的发展路径还原了传统美术等非物质文化遗产“见人见物见生活”的本来面貌和生态环境，搭建起主客共建共享的文化和旅游空间，让非遗和旅游更好地走向当代、融入生活。

材美工巧以为良

“我觉得很多景点的旅游产品都大同小异，而且所谓‘文创’就是简单贴图，让人提不起购买兴趣。”无怪网友抱怨，同质化、粗加工是当下传统美术非遗文创产品和旅游产品所面临的主要困境之一。

其实，凝聚着地方文化深厚积淀的非物质文化遗产本应是应对同质化问题的一剂良方，以创造美、展示美为主要功能的传统美术类非遗更不应该沦为粗制滥造的“挡箭牌”。“产品原创力不足时就易于陷入低水平的同质化竞争。”在杨慧子看来，好的设计是非遗文创产品突出重围、向更高品质跃进的必经之路，“这就需要专业设计师的参与，也需要产权保护、行业规范等制度为非遗文创产品搭建创新空间。”

更为危险的是，在全球经济一体化的时代背景下，低水平非遗文创产品的开发，不仅有损非遗品牌口碑，而且会对非遗“文化基因”的有序传承造成一定影响。

“天有时，地有气，材有美，工有巧，合此四者，然后可以为良。”中国古代造物思想的重要原则在今时今日仍具有重要指导意义。在此基础上，可以通过产品层级划分、联名打卡、借助新媒介手段活用“非遗文旅+”资源等方式，进一步挖掘传统美术类非遗旅游产品的市场潜力，让传统美术类非遗在旅游场景中不仅可以看到、触到，还要听到、闻到，提升旅游目的地游客吸引力、满意度。并且，因地制宜，将旅游优势转化为促进相关产业发展的有利条件，推动行业整体发展。

“下一阶段，应继续抓好机制建设、人才建设和体系建设，在做好保护传承的基础上，提升非遗传承人群参与旅游的能力，运用市场机制引导其参与非遗与旅游的融合发展实践。”戴斌建

议。对于传统美术类非遗而言，在与旅游的融合发展中更应着重提升融合深度、广度，提升产品质量，充分激活传统美术类非遗的市场号召力，实现传统美术类非遗与旅游的“双向奔赴”。

（摘自《中国文化报》2023年5月7日）

非遗+吃住行游娱购

党的二十大报告提出，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。从将“推动非遗与旅游融合发展”列为《“十四五”非物质文化遗产保护规划》重要任务，到发布《文化和旅游部关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》，文化和旅游部在转化利用非遗资源、丰富旅游产品等方面做出了实质性的努力。

就在刚刚过去的“五一”假期，经测算，全国国内旅游出游合计2.74亿人次，同比增长70.83%，按可比口径恢复至2019年同期的119.09%，显示出文化和旅游行业强劲的复苏势头，也充分体现了文化内涵对于广大游客的吸引力和影响力。

一面是非遗创造性转化、创新性发展，积极拥抱新市场；一面是个性化、多元化、特色化旅游需求，驱动新型文旅产品创新打造。进入新时代，非遗可以在旅游新场景中找到与现代生活新的联结点，开辟更大的发展空间，进而引领新消费，呈现出非遗与旅游全要素融合的可喜面貌。

细细品味：舌尖非遗持久留香

“自从入选国家级非遗代表性项目后，我们的产品销售量大大提升。”塔塔尔族传统糕点制作技艺代表性传承人再屯娜·卡里穆瓦创立了糕点品牌“伊蔓树庄园洋婆婆”，该品牌拥有上百种口味的糕点。她表示，这几年总有游客专程为吃一口地道风味而来，一些外地朋友还对糕点与民族节日的关系十分感兴趣。

2021年，我国第五批国家级非遗代表性项目名录公布。柳州螺蛳粉、沙县小吃、桂林米粉等一批拥有良好消费基础的大众美食的制作技艺被收录，收获了众多去当地“品正宗”的新“粉丝”。一道“牡丹燕菜”，让真不同洛阳水席制作技艺享誉海内外，也让这一地方传统风味在位于河南郑州的“只有河南戏剧幻城”景区立住了脚。在这里的真不同饭店，游客可以在品尝佳肴的同时听到这道非遗美味背后的故事。“我们非常注重提升店员的知识素养，引导大家不仅学好技能，还要做非遗守护者和讲解员，做游客认可的导览者。”饭店相关负责人表示。

揉面、延展、着麻、烘烤……在位于山东淄博的周村烧饼博物馆，海南游客江近洋一览香脆薄饼成型的全过程，还尝到了自家孩子烘烤的烧饼。“传承人手把手教授，孩子学得特别认真。这样一趟边看、边学、边品非遗美食的体验之旅，带来的是回味无穷的美好记忆。”临行前，江近洋预定了整整两箱精制烧饼，准备寄给亲友尝尝。

到了江苏扬州，富春茶点必食、茶必喝。这已是各地游客的共识。130多年来，富春茶社将花、茶、点、菜结合，使色、香、味、形俱佳，以闲、静、雅、适取胜。这几年，为了满足人们对健

康饮食的需求，还推出更多低盐、低糖的菜品，并在浙江杭州中国茶叶博物馆设立了富春小馆，便于游客沉浸式品尝。

“民以食为天，游以食为大。非遗美食具有一定历史价值和文化价值。如果利用得好，可以直接提升饮食消费的内涵和档次，吸引更多游客，对旅游餐饮市场起到积极带动作用，成为新的旅游消费增长点。”文化学者、江苏省非遗保护中心原主任戴珩认为，非遗美食发展前景非常广阔，前提是要做好文化内涵的挖掘、解读、传播。非遗与旅游的融合恰能将“身临其境”与“品味美好”的链接效益最大化。通过一个个鲜活的生命体、一次次美好的体验，能更好地传承非遗，从而将人们的舌尖记忆转化为文化体会。

置身其中：非遗“住进”旅游，讲究

古朴乡风与自然风貌相映相合，年轻人回乡创业带来无限创意，扎染、刺绣、木雕等非遗成就了乡村旅游的独到之处……近期热播的电视剧《去有风的地方》展现给观众一派和美乡村新景象，也让人认识到非遗与旅游融合的必要性和可行性。面对市场规律，非遗同样要找到与其他经济主体的契合之处。

在庐境西溪酒店亲手制作一份和香；在天域开元观堂酒店体验印纹陶制作技艺；在潭心谷民宿体验昌化竹编技艺；在五峰山房体验颇受文人墨客追捧的点茶……浙江杭州首批非遗特色酒店、民宿各具特色，令人耳目一新。2022年，杭州市文化广电旅游局启动起草《非物质文化遗产特色酒店和民宿评价规范》的地方标准，并开展了首批非遗特色酒店、民宿的创建工作。数据显示，达到标准的非遗酒店和民宿格外有人气。

“在重要的节气我都会带孩子来住几天，希望他们能在非遗体验中感受大自然、了解传统文化。”来自福建的吕先生已是浙江温州文成县“十亩之间”民宿的老朋友。“十亩之间”是非遗项目落户民宿的试点，主打让游客根据不同节气体验传统工艺和民俗，每年举办非遗体验活动150场以上，接待非遗研学体验者超1万人次。

对于旅游行业来说，非遗主题民宿并不算新鲜事物，已有不少地区将非遗主题酒店和民宿打造成品牌。但就整体而言，精品仍有待开发。多家非遗民宿的经营者告诉记者，今年计划打造高端房型和产品，尝试新的非遗融入形态，还将邀请非遗传承人为民宿员工做培训，希望能更好地发挥非遗的多元价值。

“近年来，周边游、城郊游增长迅速，眼下，出境游也在有序恢复，主打文化特色的非遗酒店、非遗民宿相较而言更有吸引力。”中国旅游协会休闲度假分会副秘书长曾博伟认为，酒店和民宿可以根据主流客户群打造相应价格和品质的非遗主题酒店、民宿。同时，既要鼓励非遗元素多形态多模式融入，也要鼓励酒店经营者认识、了解非遗。政府部门要注重搭建平台，不仅要链接非遗传承人与酒店业，更要促进不同类型酒店的交流合作，注重典型案例的宣传报道，扩大示范效应。“如果非遗主题酒店的盈利情况较好、议价空间更大，业界会更有发展动力。政策引导与市场调节相结合，让市场发挥更大作用，效率会更高。”曾博伟说。

出游途中：营造沉浸其间的文化氛围

今年“五一”假期，文化和旅游行业复苏势头强劲，国内旅游出游数据令人惊喜。

近期，不少细心的旅客发现，北京大兴国际机场涿州城市航站楼多了一道亮眼的风景：赵家笙制作技艺、涿州鸟笼制作技艺、花丝镶嵌制作技艺、大漆髹饰技艺等一系列富有涿州特色的非遗项目入驻航站楼，并设置了非遗展卖专区。“我们专门挑选适应现代审美的非遗佳作上架，借助机场等出行场景拓宽非遗展示推广渠道。”涿州市文化馆（涿州市非物质文化遗产保护中心）相关负责人介绍。

今年初，一直运行在沪昆普铁贵州东段贵阳至玉屏区间的5640/39次绿皮火车成了移动的文化舞台。列车上设有非遗沉浸式体验工坊、非遗文创主题展示车厢和非遗网红直播带货主题车厢，一批非遗传承人开展非遗活态展示展演推介。不少游客自发参与直播，在朋友圈广泛宣传；一些游客还现场拜师，跟非遗传承人学手艺。

中国传媒大学电视学院教授、中国民族影视艺术发展促进会常务副会长张雅欣认为，旅游出行过程中有大量信息流通和新奇体验的需求，需要从时间和空间两个维度重新认识非遗与旅游融合的可能性。应该推动旅游场景的叠加和文化传播的扩容，交通工具也应该成为旅游和地域文化的传播媒介。“非遗作为特色文化资源，在地域文化传播方面能够发挥重要作用，也会为旅游打开新的视野。”她认为，出行中的餐饮、娱乐等消费可以纳入非遗美食、非遗展陈，用非遗串联产品和服务环节，提升人们出行的幸福感和新奇感，将非遗体验转化成出行过程中可以享受的服务，让出行时间变成旅游时间。

牵手同游：非遗“有意思” 旅游“有意义”

在四川崇州道明竹艺村，国家级非遗项目道明竹编与现代建筑设计理念融合，有机融入民居、景观、景点，持续吸引各地游客前来打卡，也成为创客智慧的集纳之地；在江苏南京，作为首批国家级非遗项目的秦淮灯会承包了大批游客跨年夜的仪式感，与国家级旅游景区的联合更添人气……在传统观光旅游难以满足现代游客消费需求的当下，以非遗为核心打造和升级旅游目的地，让游客在旅游过程中感受别样的文化熏陶，从而提升景区文化品位和旅游品质，不啻为一条好路径。

在江西，景德镇古窑民俗博览区历时10余年，按计划复建、复烧景德镇历代11座典型瓷窑，恢复了手工作坊的作业线，重启了窑神童宾的民俗祭祀活动，并以多种形式复活了历史典籍《景德镇陶歌》，让古窑景区形神兼备。不仅如此，200多位工匠艺人在景区内的集聚，支撑起非遗研学旅游的强大需求，让非遗传承与旅游开发形成良性循环。

在浙江、四川等地，因为非遗研学旅游的爆火，催生了非遗研学旅游导师等新工种。不少非遗工坊等传习场所也扩展出旅游观光功能或成为旅游线路的重要站点，让非遗生产性保护与特色文旅体验相协调，将观摩、体验、了解非遗的过程转化为差异化旅游的核心竞争力。

近年来，各地涌现的非遗旅游景区、非遗旅游小镇、非遗旅游街区、非遗旅游度假村也渐成气候。中国非物质文化遗产保护协会日前公布的2022年全国非遗与旅游融合发展优选项目名录，共有200个项目入选。

北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建指出，非遗具有典型的生活性特点，这使得它与旅游的深度融合有了深厚基础。“非遗+”已成为最基本的发展模式，一方面需要根据旅游需求来进行非遗资源的遴选，把最适合进行融合的资源凸显出来。另一方面，还要做两点延伸：既加大非遗“触网”“触电”的频率和深度，以便更好地利用互联网和电子商务拓展其价值实现机会，又要把它们作为其他旅游消费场景的背景从而赋能这些消费业态，提升附加值。

针对非遗如何提升“游”的质量、丰富“游”的业态、升级“游”的体验，厉新建认为，最重要的是让人们从中获得愉悦，觉得非遗“有意思”，同时也要通过旅游的方式适度传播文化，让旅游变得“有意义”。在深化非遗旅游体验的过程中，要加大对非遗的文化解说的系统建设，充分利用数字科技发展成果，营造更具有代入感的非遗旅游周边环境，做好“+非遗”文章，将非遗嵌入到其他旅游消费业态之中。同时，要充分利用市场主体的创造性、创新性，探索开发非遗和旅游深度融合的业态和模式。

好物在手：产出值得带走的非遗旅游商品

对于贵州丹寨来说，非遗与旅游的融合首先是从产品生产开始的。据贵州黔东南苗族侗族自治州非遗中心原主任粟周榕介绍，黔东南非遗旅游融合发展早在上世纪80年代就开始了，最初是相对被动地等待游客，后来村民发现，真正吸引外地游客的是自己手中精美的传统工艺品。如今，丹寨已经主动出击，打造出多种类型的非遗旅游商品，并推出了质量上乘的苗绣、侗族刺绣、苗族银饰等，不断满足游客需求。

梁平竹帘蓝牙音箱、苏州缂丝手提包、哈密刺绣耳机、剪纸系列运动鞋……近年来，各类富有创新特色的非遗文创，在非遗传承人和产品设计师的跨界合作下诞生，并在旅游市场收获了不小的关注度。一些新潮的非遗旅游商品，不仅为中国老百姓喜爱，还受到国际市场欢迎。

《“十四五”非物质文化遗产保护规划》明确提出，实施中国传统工艺振兴计划，树立系统性保护理念；鼓励互联网平台举办“非遗购物节”等活动，拓宽传统工艺产品的推介、展示、销售渠道，推动传统工艺类非遗在现代生活中得到新的广泛应用。同时，在中国成都国际非遗节、中国非遗博览会、中国原生民歌节、全国非遗曲艺周等各类非遗展示展览活动中，特色鲜明、形式新颖的非遗文创占据重要位置，也为非遗旅游商品的开发打下了基础。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌对非遗旅游商品已经有10余年的观察。“实际上，非遗旅游商品并没有获得理想中的市场占有率。究其原因，关键是在应用上下的功夫不够。”陈斌认为，非遗旅游商品的生产制作需要结合市场、与时俱进，需要着力研究现代审美、了解现代消费需求、融入现代生活，不仅要在设计阶段就考虑应用层面，还要在展示环节创新应用场景，

给人意想不到之感。同时要注意分级分类，打造不同价位、不同等级的商品，方便消费者按需购买。

“消费行为往往会受到认知、现场气氛、周边人群等因素影响，因而各个旅游目的地或非遗旅游商品售卖点要注重适度营造购物氛围，让旅游者轻松愉快，既不强行引导，也不抬价宣传，要让游客自然欣赏，充分选择，买得称心，购得舒心。需要注意的是，景区不一定是合适的购买场景，非遗与旅游融合应该带来相应商品销售渠道的扩充。”陈斌表示。

娱乐升格：非遗旅游更重体验品质

2022年11月，我国申报的“中国传统制茶技艺及其相关习俗”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。很快，“围炉煮茶”成为大热的文旅体验。在云南省大理市喜洲镇周城村白家大院，白族三道茶州级代表性传承人董金香在传统制作流程基础上，加入了大本曲、白族调等元素，打包推向旅游市场。在炭火的温暖中亲手制作出苦茶、甜茶、回味茶这“人生三道茶”的体验，为游客留下了深刻印记。

非遗展演不是旅游表演的简单化构成，而是民俗和社会生活的进行时。许多地区在民俗保护与旅游开发中不断找平衡、求新机。除了传统技艺，更让富有代表性的传统表演艺术持续增加旅游目的地的吸引力。四川、贵州等地就将当地的民歌、舞蹈、曲艺等非遗项目有机融入旅游演艺中，让游客感知浓浓的民族风情，获得更加充实的精神享受。

对于游客来说，真实体验始终比花哨的宣传页有说服力。近几年，中国国际商会商业行业委员会沉浸式文旅产业委员会秘书长黄莉莉深耕娱乐行业，对于沉浸式体验有独到见解。“作为娱乐消费的主流群体，年轻人更重视的是体验感，所以非遗与旅游在‘娱’这个要素的结合点上需要更加具体、更可亲历。”黄莉莉认为，现在的旅游演艺在呈现形式上有了一定升级，从过去的台下观众看台上演员，变为观众和演员融入一体，变单纯观赏为亲身参与，以此建立情感链接，进而增进消费认同。

“吸引年轻人的关键还在于，以非遗与旅游的融合加速从体验到社交的转化，当文化的共感与生活的邂逅衔接起来，旅游过程就会变为交朋友的过程，产生新的传播裂变。”黄莉莉表示。

（摘自《中国文化报》2023年5月8日）

以理论引领创作 以精品凝聚力量——第八届全国画院美术作品展观察

近日，由中国国家画院和山东省文化旅游厅主办的第八届全国画院美术作品展在山东济南拉开帷幕，1000余件作品分类在山东美术馆、济南美术馆、山东画院美术馆展出，创历届以来最大规模，可谓是全国画院系统创作成果的一次大检阅。综观展厅可以看到，本届全国画院美术作品展主题丰富、形式与语言多样，其中，既有对传统艺术的弘扬与创新，也有对当代艺术思维的探索与表达。参展画家既有美术界德艺双馨的老艺术家，也有全国优秀的中青年美术新秀。

展览展现了新时代艺术家们的新作为、新担当，通过他们的画笔向世界展现了可爱、可信、可敬的中国形象和中国力量，充分体现了爱国主义的主旋律和社会主义核心价值观，从时代之变、中国之进、人民之呼中提炼主题、萃取题材，展现中华民族的山河之美、历史之美、文化之美，全面展示新时代的精神气象。作品既有对传统的坚守，也有新颖、积极、大胆、有益的艺术探索，整体上代表了画院系统当前的创作面貌和实力水平，呈现出历史厚度、思想深度、时代温度与艺术高度相互渗透、促进、融合的良好发展态势。

“全国画院美术作品展览”是经文化和旅游部批准，由中国国家画院与地方省级文化主管部门联合主办的学术品牌活动，每两年举办一届，至今已成功举办七届，已经在业界形成较大品牌影响力，获得了良好的社会效益。

地域文化与美术融合发展的新样态

此次展览展出了各地画院进行的主题性美术创作作品。在国家层面美术创作项目的参照下，各省区市主动开展以地域文化为题材的主题性创作项目，公办画院在这个过程中发挥了重要的组织作用。如近两年由文化和旅游部主导、中国国家画院和沿黄九省（区）画院共同参与的“黄河文化主题性美术创作”，即通过沿黄地区共同开展主题创作活动对黄河文化进行全方位挖掘梳理，讲述新时代“黄河故事”，塑造新时代“幸福河”文化形象，推动国家战略下黄河文化保护、传承、弘扬体系的构建。

各地画院紧紧围绕本土文化开展了形式多样的主题性创作，如山东画院以儒家文化为主题的“大哉孔子——中国画创作工程”，甘肃画院以“敦煌文化”为主题的“朝圣·敦煌——甘肃画院美术创作系列工程”，天津画院以“天津人文”为主题的“话说天津——重大历史题材美术创作工程”，通过组织实施主题性创作工程，梳理和展现本土人文历史进程，将本土文化的时代价值用艺术语言形象化地阐释出来。也有以打造地域画风为抓手实施的创作展览活动，如多年来山东画院的“齐鲁画风”、河南省画院的“中原画风”、湖北国画院的“荆楚画风”等，基于本土地理空间描绘地域风土人情，以组织创作、举办展览、写生采风等综合活动带动地域美术的生态发展，以不断扩充地域画风影响推动地域流派建构。此外，各地画院在不同地域视野下精心策划关于党史主题、时代主题、纪念性主题等各类创作活动，遴选具有鲜明地域特征的革命题材、现实题材。在项目实施中推新人、出新作，促进地域美术发展、加强人才队伍建设，在地域文化与地域画风互建中生成建构中国美术现代性转型与发展的基础。

“人民性”的深意与集体创作的引领

此次推出的展品依然将“人民性”作为重点，同时在更多重主题以及更开放语境等方面进行了探索。“从一些美术经典作品中可以看到作者通过主题所反映出的独特生活体验、对生活的选取、他所关注的焦点、到底是什么感动了他、如何感动他等；反过来，他如何在纷繁复杂的周遭世界提取出他要表达的对象，侧面折射的是作者的思想与观念。”在南京艺术学院艺术研究院院长顾平看来，每位画院画家都要力求做到“胸中有大义、心里有人民、肩头有责任、笔下有乾坤”，

要摒弃那种“标签化”“图解式”的创作，深入社会生活、扎根人民，不断地积累生活的真实感受，并消化所见所闻。有了触动后还要进一步思考问题所关联的高度与深度，尤为要关注普遍问题，以“人类命运共同体”的意识去创作。

一些重要命题的主题创作离不开团队的合作或支持，集体创作是广东画院一直以来的优良传统，近年来，广东画院的老中青三代美术家积极参与、相互协力，围绕建党百年、新中国成立70周年、改革开放40周年、北京冬奥会等重大时间节点及重大题材，连续创作出一批彰显时代气象、岭南风韵的新作巨作。值得一提的是2020年为庆祝建党百年，广东画院组织画家共商共绘了三幅大型集体创作——《南粤先声——庆祝中国共产党成立100周年》《南国的风——深圳、珠海、汕头、厦门经济特区》《百花齐放——庆祝中国共产党成立100周年》，这三件大型主题创作一经亮相就受到各界好评。《南国的风》更是入选了央视百集巨献《美术经典中的党史》，并列入片头9件重点作品之一。

这些集体创作不仅体现了公办画院在人民性创作上的引领作用，而且印证了集体创作是激发画家走出舒适区、突破自我的一种有效方式。广东画院院长林蓝表示：“未来，广东画院将继续拓展更大尺幅、区域更广、更多作者参与的集体创作，聚焦‘大作’‘大家’‘大展’‘大楼’美术工程，具体表现在聚焦时代主题，不断推出‘大作’；培育造就德艺双馨的‘大家’和领军型创作人才队伍；对标国内最优、国际一流，推出更多‘大展’；对标文化强省目标，在硬件上推进‘大楼’提升完善。未来，我们将不断努力，积极探索中国美术现代化的广东路径，书写中国美术现代化的湾区新章。”

创作的深度在于理论的涵养

从此次展览中主题性美术创作选题来看，艺术家在创作中丰富了表现对象，在精神内涵、生活肌理、人文气候的覆盖面上有所突破，但似乎缺少了发力的点，导致作品深度不够或艺术特色单薄。有业内专家就指出，主题性美术创作重点在于对主题的深挖和意义构建，这就需要画院在创作机制背后主动引导和开展主题性美术创作的理论构建。而目前来看，近些年来虽然不少画院相继成立了创研部，但相关领域的理论研究还相对较薄弱。

“理论引领创作，创作实践为理论总结提供了研究对象，两者相辅相成。不论是创作流于形式，还是主题性创作对宏观思想高度和精神内涵认识肤浅，这些都在一定程度上源于创作理论体系和评价体系的缺失或不完善。”山东画院院长孔维克介绍，山东画院近年来开展了系统的理论研究工作，完成了山东省社科规划项目《推动形成“齐鲁画派”工程研究》；历时5年推出13卷本大型研究性系列画册《齐鲁画风大系·山东中国画》，第一次系统展示了山东中国画的发展史、创作队伍、文献集存和省外山东籍中国画家阵容；策划拍摄反映山东中国画审美历程的大型纪录片《中国画坛齐鲁风》，出版文献集存《山东中国画百年大事记（1901-2022）》等，这些工作有力地推动了山东画院的创作。

这种理论建构也包括对画院体制的反思，事实上，有关中国画院体制的存续发展记载和系统研究著述，始终处于断章式和碎片化的状况。鉴于此，为从历史的角度系统全面整理中国画院的源流发展和生存状态，浙江画院经过多年努力打造了品牌项目《中国画院志》，其中收录了全国公办地市级以上的画院 120 多家。据悉，这部全面客观、系统梳理、详尽备考、图文并茂的经典史籍预计在今年 10 月前出版。

新的时代语境下，画院应该如何扩大自身优势，发挥文艺轻骑兵的作用？同时，画院如何平衡创作与研究、公益服务的自身职能？画院主题性创作如何紧密结合时代，既为所在城市服务，同时又培养创作人才，促进其个人艺术语言之形成？画院该如何总结经验，转化成果，使主题性创作持续发展而不被局限？显然，这些都是中国的画院需要冷静思考和亟待解决的问题与挑战。但无论如何，认清自己的责任和担当，发挥不可替代的“战斗力”，去引领美术创作的全面展开，担当起更有影响力的主题性创作，以人民为中心，为时代讴歌，体现出美术创作的时代先锋价值，如此，定将还原与重塑画院真正意义的国家“公益性”机构的形象。

（摘自《中国文化报》2023 年 5 月 14 日）

发挥好中国书画史研究在传承中华优秀传统文化中的作用

中国书画史是对中国书画技法、意蕴、审美等的规律性总结，是对中华优秀传统文化建构在感性之上的理性把握。因此，中国书画史不只是书画技法的归纳，更是中华优秀传统文化的价值取向、审美方式的表达与建构。中国书画史不仅直接影响书画家的创作，更面向社会公众，构造共同审美体系、滋养传统文化认同、培育高尚道德情操，成为推动传统文化持久赓续、稳定创新的精神力量。

中国历来有“文以载道”的传统，这里的“文”是广泛意义上的文化创造，书画包含在内。唐代张彦远在《历代名画记》中就提出，绘画有“成教化、助人伦，与六籍同功，四时并运”的功能。当代“国家重大历史题材美术创作工程”中那些反映时代主题、聚焦社会百态和百姓生活的美术创作，就是艺术时代精神的反映，与“文以载道”的精神传统异曲同工，是代表当下时代精神的书画作品，是思想性、艺术性、观赏性的有机统一。

中国书画有其独特的形态特征，需要从笔墨及形式法则出发，对艺术情趣和审美理想加以表现，形成艺术审美的功能维度。这两大功能又是不可分割的统一体，共同传达中国气息、弘扬中国精神。

中国书画的审美标准历来与创作者的道德情操息息相关，因此，构建以传统书画理论为核心的审美体系，也是向古代士大夫精英高尚的人生境界看齐，对培养国人的优秀品质和正确人生观有促进作用。

书画史对审美体系构造的推进作用

当前，中国美术教育普遍存在重作品解读而不重审美培养的问题。中国书画的发展是有历史规律的，那些重要的书画家及其引领的审美风格都需要从历史的延续性与断裂性出发来领会。书画家在创作中表现出来的个人风格，是其在充分、广泛地临摹前人的基础上，融汇个人才情与审美意识进行的创造，是时代风格、地域风格、群体风格在微观上的具体表现。

书画临习者如果只是临摹几本流行的或者指定的书画册，积习日久，就很容易一叶障目，忽视具体作品在审美系统中的位置，混淆个别与一般的关系，形成一些背离审美传统的偏激观点。缺乏系统的书画史学习，往往仅对自己临习过的书画作品与书画家有大略的了解，而对没有直接临习过的书画风格则缺乏概念，在艺术理解上容易陷入局限，进而形成偏颇的审美观念，导致审美体系的畸形发展。

系统地学习书画史、形成完善的传统审美观念，将有助于提升当代人的综合素质、激发人们的创造力。审美力的提升也会影响当代人认识世界、改造世界、保护世界的基本态度。同时，只有基于对传统书画的恰当审美，人们才会对其中蕴含的文化思想及道德观念产生亲近感，“寓教于乐”的教育理想才有其实施的基础。

书画史对传统文化教育的推进作用

当前，传统文化教育普遍存在形式重于内容、表象重于精神的问题。由于古代文人在语言表述上有独特的审美追求，许多经典的哲学命题和文学作品都有语言抽象、意境缥缈的特点，要深入理解这些内容，必须借助比较直观的参照体系。书画正有这样的作用，可以借助形象思维领会传统文化。

在诸子百家中，道家思想以境界幽眇、难以领会著称，其代表性经典《老子》虽言简意赅，但有着大量思辨内容，语言古奥晦涩。《老子》阐述朴素辩证法思想的纲领，即相对概念既对立又统一的特殊关系，是道家思想中最为精到的哲学理念，在美学领域形成了大音希声、大象无形的审美体系，而这一审美体系亦为后世书画家所推崇，故中国古代书画理论中多有与道家理论相关的内容。譬如其“知其白，守其黑，为天下式”的观念，书画家则将之引申为留白与笔墨的关系，提出“计白当黑”的理论，白与黑的对立统一关系便有了形象的兴味。

“诗是有声画，画是无声诗”，就是对禅宗“六根互用”思想的展开与应用，汲取了禅宗明心见性的有益思想，引领主体透过诗画形式表象的不同，直窥它们表现主体精神的共性，进而为研究各类艺术创作所共有的精神规律提供观念基础。

书画理论因其形象性特征，能够帮助突破传统文化教育在感知与认同上的难点，增强对传统文化的认同，具有深刻的现实意义。

书画史对道德情操培育的推进作用

当前，道德情操的培育方面普遍存在苦于说教、收效甚微的状况。尤其是优良的道德传统的当代传播，被异化成对《弟子规》及各类家训的死记硬背，既良莠不辨地给学生灌输了一些糟粕

思想，又禁锢了学生的道德情操。传统书画中“卧游”“比德”“畅神”等思想，则有助于激发学生的道德情操，在细读经典书画作品的同时陶冶高尚的人格。

中国传统中有“书如其人”的观念，即将书法视为创作者人格的延伸，看到书法就想起作者人格的峻拔、刚正。最著名者，如唐代颜真卿的《祭侄文稿》，是书法家为悼念其侄颜季明所作。颜季明及其父颜杲卿为抗击安禄山叛军，“父陷子死，巢倾卵覆”。颜真卿怀着丧侄之痛和对叛贼的愤恨，在强烈的情绪下写成这件祭稿。作品书写形式纵笔浩放、一泻千里，令观者生出对国殇的悲悯和对叛乱的义愤。

绘画也格外强调道德情操的陶冶，对竹、梅、松、石、水仙、山峦等物象的描绘都寄托着主体高尚的道德情操和精神追求。宋代文人画家文同善于画竹，苏轼为其作记，提出“画竹必先得竹于胸中”“心识其所以然”，意思是要发挥主体的能动性去深刻地认识竹，尤其是认识到竹所具有的可比之君子德行的形象特征，如其劲挺的风貌、不折的气节、虚心的谦逊等。

中国书画史既融合了艺术精神中独特的思想理念，又有直观可视的特点，通过书画史能对深入理解深奥的传统文化提供切实可行的入口，由形式的隽美典雅进而感悟其道德意蕴，能将抽象的道德律令与艺术的感性结合起来，切实地获得道德情操的提升。

传承中华优秀传统文化，有效发挥传统书画史裨益传统美学、传统思想、道德情操的作用，需要注意以下几方面。一是推动传统书画史的传播与教育贯穿国民教育始终。艺术意蕴的领会需要接受者已有的经验做基础，少年、青年、壮年、老年各有不同的偏好与体悟。因此，应当根据不同年龄层的接受能力与精神需求提供差异化的书画史读本。二是引导深入阐发传统书画史的文化精髓。传统书画史有经过历代学者不断改写的痕迹，体现彼时时代精神的书画史读本未必能够唤起当代人的认同。因此，应当在当代精神指导下，深入诠释书画史的历史渊源、发展脉络，建构有当代中国风范的书画史体系。三是推动传统书画史作为宣传中国思想、促进国际文化交往的文本载体。书画史所具有的审美性、形象性、思想性特质，能够诉诸视觉感官体验，在非对抗的前提下吸引其他文化背景的阅读者，柔性地阐释中华民族和谐、仁爱、天人合一等观念。因此，应当发挥传统书画史的特质，强化其在对外宣传及国家形象建设中的地位与作用。

综上所述，书画史对传承中华优秀传统文化具有推进作用。通过阅读中国书画史，人们能够从前人艺术经验中总结出书画艺术的普遍规律。基于对传统艺术精神的切身感悟，有助于培养人们的审美、思想和道德情操。当然，对中国书画史亦需要仔细甄别，摒除其中主观性、片面性较强的内容。

(摘自《中国文化报》2023年5月16日)

艺术博物馆的数字化

美术馆的使命是建立文化价值和艺术价值，而美术馆价值的生成地在传统上要依赖于相应的物理空间——在物理空间中向社会提供收藏、教育、研究和服务。互联网技术和数字终端设备的飞速发展给传统的艺术博物馆带来了实体空间之外的多重可能性。根据 Datareportal、Meltwater、We Are Social 联合发布的《数字 2023 全球概览报告》显示，使用互联网的人口占全球总人口的 64.4%。截至 2022 年底，中国网民规模为 10.67 亿，较上年同期增长 3549 万人，互联网普及率达 75.6%；手机网民规模达 10.65 亿，网民使用手机上网的比例达 99.8%。数字技术革命从本质上改变了时代，互联网成为全球化显著、实际的标志。数字技术革命不仅涉及所有文化形态，使技术与文化高度融合，同时影响了包含艺术生产与博物馆运营在内的所有非物质生产领域，改变了人类的思维与行为。

大数据以及人工智能的发展，将形成一个原有知识壁垒消亡、知识体系重构的新的圈层。艺术博物馆数字化一方面包括艺术品高清影像的采集、存储、上传、建立影像及文献资料数据库、数字资产管理系统的渐进式完备的过程；另一方面，还包括展示空间的虚拟化呈现、对虚拟艺术品的保存、展示体系的搭建等全方位的数字化系统建设，以服务于艺术博物馆的资产管理和“智识”传播。这个过程中，数字信息基础数据库建立之后，既可以为日常基本的研究工作提供资料，甚至包括展览筹划、文创产品开发等，也可以通过艺术品数字影像提供的数据完成前期策划、遴选等工作，进而为下一阶段的虚拟展示提供图像准备。

对于全球美术馆而言，不断增加在数字化战略方面的投入和努力是适应网络化社会的应对方案。美术馆通过另一种方式构建对物理空间想象和艺术资源的获取渠道，从而拓展出一个可与观众连接的新空间，形成与传统艺术博物馆存在互为补充又迥然有异的体验方式。

尤其 2020 年新冠疫情暴发以后，全世界的博物馆纷纷跃上“云端”，虚拟展览、网络直播、社交媒体互动等都成为重要的公众渠道。“云上”加强了博物馆跨越时空的强大属性，也加强了博物馆关于丰富人类经验的思想精神状态的非物质性特征。伴随着博物馆物理状态与数字状态相互交融的进一步深入，人工智能、大数据系统与人脑系统的交互构成了“后人类时代”人类思维模式的基本框架，同时成为博物馆工作的基本方式与主要途径。越来越多的艺术博物馆在服务物理空间观众的基础上，逐年进行馆藏资源和“智识”资源的数字化转化。

新技术带给艺术博物馆领域首要、直接的变化在于对受众观看模式或参与形态以及思维模式的改变。

传统艺术博物馆形成的观众概念被新技术发散成为“受众”概念，即观看这一行为本身并不足以代表人们在艺术展览中接受美育方式的全部。虚拟现实、大数据、智能穿戴、增强现实等技术的发展，拓展了受众对于作品的参与和干涉程度。受众具备了采用各种方法、通过各种途径参与到艺术作品中的可能性。另一方面，博物馆为了增加受众，也在积极拓展和游戏、电影、智能工业等领域的深度合作，在这样的合作中，受众和博物馆、博物馆的艺术生产之间建立了新的关系。比如：纽约大都会艺术博物馆为任天堂一款拥有 1300 万玩家、运行时间最长的 Nintendo Switch

游戏《动物之森》提供了馆藏作品，通过美术馆官方网站中埋设的分享按钮，玩家可以将大都会博物馆馆藏作品添加到游戏中。

更深层的影响在于，一系列数字化平台的建设和完备，还将对艺术生产本身带来冲击和改变，随着越来越便捷的信息传播技术发展，这种影响在最近十年间愈发明显。人工智能、交互等技术的引入，让原本艺术家作为创作主体、艺术品作为观看客体、观众作为观看主体的艺术生产方式面临解体，进而被更加多样化的形态重新建构，参与性艺术这种全新的创作方式已经受到世界各地美术馆的关注和重视。参与性艺术现场中，艺术家往往与观众参与者作为作品的共同制作者、观察者，而艺术活动的开始或结束时间点变得模糊了。

艺术生产（艺术家创作、艺术作品呈现模式、艺术生态系统）对新技术的应用也越来越普遍。未来发展中，艺术博物馆需要考虑如何获取和聆听、接纳不同的“声音”，通过管理机制的完善保障自身在变化中的发展，但更重要的是保持艺术博物馆自身的专业性和独立的文化价值判断。

（摘自《中国文化报》2023年5月28日）

让城市成为“开放的艺术馆”

让文化流淌在城市的毛细血管，用艺术滋养城市的神经末梢，将更好满足人们的精神文化需求

在小区停车棚里看一场展览是什么体验？走进上海浦东新区陆家嘴街道东昌新村的“星梦停车棚”，三星堆照片展、龙门石窟图片展和一幅幅岩彩绘画作品不断跃入眼帘。在展品下方，整齐停放着自行车、电瓶车等交通工具，存取车时，就能欣赏美妙的艺术，给来来往往的人们带来了融入日常又跳出日常的艺术体验。

从室内到户外，从博物馆、美术馆、展览馆到地铁、公园、商场，艺术正在走进人们的日常生活。人头攒动的地铁车厢，可能变身穿行在地下的流动艺术展；熙熙攘攘的商场中庭，也能举办一场“小而美”的展览活动；历经沧桑的历史街区，在艺术的装点下，碰撞出传统与现代交融的别样韵味……区别于传统的美术馆、画廊等展厅空间，这些艺术新空间与工业遗存、创意园区、交通枢纽、商业综合体等公共空间叠加，营造出生活化的艺术展示，让人们在不经意间就能享用一顿艺术便餐。如今，漫步城市街头，或许就能在下一个转角与艺术不期而遇。

城市之美，美在都市风光，美在自然山水，也美在内涵品质，美在艺术人文。艺术融入城市，更新了城市的外在面貌，提升了城市的文化品位，为城市注入更多人文气息。上海市公布首批15个“美术新空间”，既有人气爆棚的网红打卡地，也有地铁、社区等与百姓生活息息相关的公共空间；江苏南京南艺后街的一家餐厅里，除了吧台和餐桌，地面、墙面的空间都用来布展，兼具文艺范和烟火气；四川成都高新区的铁像寺水街上，充满设计巧思的艺术装置、让人眼前一亮的

彩绘，铺展开一幅美好的艺术生活画卷。不断拓展城市里的艺术空间，助力城市人居环境不断改善，城市生活品质日渐提升，为人们在城市中“诗意地栖居”提供了更多可能。

让艺术“进驻”生活场景，不仅是对展览数量做加法，更是在艺术的触及率和影响力上做乘法。广大旅客走进北京大兴国际机场，在候机时就能饱览高质量艺术展品；东方明珠广播电视塔4.2米展厅，是登塔游客必经之地，每日参观游客络绎不绝。高雅艺术不应局限于专门场馆，而要呈现于更多公共空间，才能更容易走进人们心中，以美育人、以文化人，春风化雨、润物无声，让人们在一场场“沉浸式体验”中，收获美的享受，丰富精神世界，焕发出更为主动的精神力量。

如今，城市美学不断走入人们视野，艺术正在为城市更新提供源源不断的灵感，也在为激发消费活力、提升城市竞争力注入新的动力。但要注意的是，在城市改造中，艺术空间的拓展，既要继承城市的历史文脉，也要彰显鲜明的时代精神。过去，深圳的“拓荒牛”雕像凝聚了敢闯敢试、敢为人先、埋头苦干的特区精神，兰州的“黄河母亲”雕像讲述了生生不息、百折不挠的黄河文化故事。现在，艺术与城市的融合，也需要在彰显城市独特品格、涵养城市精神上下功夫。最近，西安地铁举办“地铁遇见博物馆”展览，通过文物复刻品、文创产品等形式，展示周秦汉唐文物，尽显城市历史文化底蕴，激荡着人们的文化自信。期待更多这样的探索实践，让艺术成为打造城市名片、塑造精神内核的一个重要支点。

文化是城市的灵魂。如今，城市公共文化服务“缺不缺、够不够”问题总体上得到解决，“好不好、精不精”问题越来越凸显。让城市成为“开放的艺术馆”，让文化流淌在城市的毛细血管，用艺术滋养城市的神经末梢，将更好满足人们的精神文化需求。一座座充盈着艺术韵味趣味的城市，也必将收获更多的认可认同，释放更多的自信活力。

（摘自《人民日报》2023年6月8日）

跨界合作打造新场景，文物活化赋能新文旅

党的十八大以来，习近平总书记多次提出，要系统梳理传统文化资源，让收藏在深宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。

近几年，《只此青绿》《唐宫夜宴》《洛神水赋》等以文物为创作灵感的舞台艺术作品持续“出圈”，不仅为观众带来了舞台艺术享受，更激发了人们对文博消费的热情，不断吸引观众走进博物馆、爱上博物馆。今年以来，依托丰富的文物资源，全国各地博物馆不断加大文创工作力度，探索出形式多样、内容丰富的舞台艺术文创产品。

博物馆里的剧院：唤醒沉睡文物

博物馆是收藏、陈列、展示文化菁华的重要场域，今人和古人在这里进行着跨越时空、跨越文明的精神交流。

5月27日晚，由中国国家博物馆联合中国传媒大学共同出品的首部原创文物活化舞台剧《盛世欢歌》在国博剧场上演。中国传媒大学学生演绎的俳优神态诙谐、形态逼真。舞台上时而是眼花缭乱的市井百戏，时而是正襟危坐的朝堂激辩，时而是幽默的对白，时而是高昂的唱词……让国博“古代中国”基本陈列秦汉单元的明星文物——击鼓说唱俑，穿越近两千年，在国博的舞台上“活”起来。中国国家博物馆馆藏文物活化工程领导小组负责人说：“馆校合作、跨界融合开发文物活化舞台剧是创新展览展示、推动文物活化利用的一个重要方向，《盛世欢歌》是文物舞台活化的首次尝试。”

舞台艺术形式可以更好地帮助观众理解文物内涵。去年10月，“和合中国”展览在辽宁省博物馆开幕，湖南博物院藏唐摹《兰亭序》（黄绢本）、吉林省博物院藏《金张瑀文姬归汉图》、辽宁省博物馆藏北宋宋徽宗《草书千字文卷》、明仇英《清明上河图》……众多珍贵文物在展览中亮相。今年2月，在“和合中国”特展闭幕当晚，《又见辽博——“和合中国”主题晚会》在辽宁省博物馆震撼上演，舞蹈《春山踏歌》、吟诵《千古诗经》、原创歌舞《和合中国》等舞台艺术演绎了文物之美。“在展览即将落幕之际，通过创新的数字化展示及夜场晚会等形式，让观众在展厅之外也能理解‘和合中国’这一展览主题，这是我们探寻历史文化遗产当代表达的积极实践。”辽宁省博物馆馆长王筱雯说。

剧院里的博物馆：丰富艺术体验

行业博物馆是行业文化的重要载体。5月18日，国内首家综合型舞美艺术主题博物馆——国家大剧院台湖舞美艺术博物馆正式揭牌。台湖舞美艺术博物馆是国家大剧院打造“综合艺术展示平台”的创新实践之一。依托国家大剧院国家级艺术殿堂的优质资源，台湖舞美艺术博物馆设立了舞美艺术综合展区、创意空间展区、制作工坊展区等八大展示区域以及独具特色的线上数字展览平台，同时借助高科技手段，将舞台演出的艺术资源转化为公众均可参与的“活态化”“沉浸式”艺术体验载体，使观众可以一探幕后舞美制作的奥秘。国家大剧院副院长李志祥表示：“我们将把台湖舞美艺术博物馆打造成为学术研究、行业交流、教育普及等平台，在推动北京‘四个中心’功能建设、打造北京‘演艺之都’‘博物馆之城’中发挥示范引领作用。”

16年前，北京人民艺术剧院在首都剧场四楼开设了国内第一家展示话剧艺术的专业博物馆——北京人民艺术剧院戏剧博物馆。5月17日，“韵致华美，意蕴悠远——朱琳诞辰100周年纪念展”与北京人民艺术剧院经典大戏《哗变》同步开幕，生动详实地展示了朱琳的一生，吸引了不少观众。

去年正值北京人民艺术剧院建院70周年，在经过半年的局部升级改造后，北京人民艺术剧院戏剧博物馆恢复对外开放。据了解，此次升级改造在保持原有展陈风格、全面展示北京人艺深厚历史的同时，聚焦剧院近年来的艺术创作，通过对剧目艺术档案的梳理，向观众展示更具代表性的馆藏文物。同时，强化了博物馆的现代化、数字化属性，更加注重展品的多样性及与观众的互

动体验，增设了观众打卡区和戏剧活动体验区、影音播放区，观众可以在此驻足休息，并打卡收集纪念印章。

馆院结对合作：强化文旅品牌

当前，跨界合作成为国内博物馆实现优势互补、创新发展的新途径。5月7日是现象级大展“从波提切利到梵高：英国国家美术馆珍藏展”的收官日，上海博物馆推出“今夜无眠·上博十二时辰艺术嘉年华”活动，并与上海大剧院合作，观众可选择在演出结束后移步至博物馆继续“午夜观展”。

作为上海著名的两大文化地标，上海大剧院与上海博物馆地处人民大道的两侧，两者距离之近使得一票难求的音乐剧《剧院魅影》中文版与现象级大展的联动颇受欢迎。上海博物馆馆长褚晓波介绍：“《剧院魅影》演出结束时间接近晚上11时，上博‘十二时辰’活动是零时起对公众开放，时间刚好接上，所以我们与上海大剧院进行了合作。”据悉，当日凌晨有近百名观众是在上海大剧院看完《剧院魅影》后走进上博的。

文物和文化遗产承载着中华民族的基因和血脉，是不可再生、不可替代的中华优秀传统文化资源，也是舞台艺术等文艺创作取之不尽、用之不竭的资源宝库。今年六一国际儿童节当天，故宫博物院与中国儿童艺术剧院在故宫建福宫花园举行战略合作签约仪式。中国儿童艺术剧院院长冯俐坦言：“为了给儿童戏剧创作寻找更深厚的传统文化根基，双方将携手打造以故宫为题材的儿童戏剧精品，利用舞台艺术形式，让故宫承载的中华优秀传统文化走进中国孩子的心里，也让更多少年、儿童有机会走进故宫博物院，走进中国儿童剧场。”

据了解，双方将发挥各自优势，整合文化资源，联合举办品牌文化艺术活动，在活动场地、人才交流、宣传推广等方面开展合作。同时，结合创排剧目及品牌活动，共同研发、展示、销售具有中华优秀传统文化内涵和项目特质的文创产品。

（摘自《中国文化报》2023年6月8日）

以智慧化推进公共文化服务高质量发展

据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，截至2022年12月，我国手机网民规模达10.65亿人，网民使用手机上网的比例为99.8%。其中网络视频（含短视频）用户规模已达10.31亿人，网络直播用户规模达7.51亿人，网络游戏用户5.22亿人，网络音乐用户6.84亿人，网络文学用户4.92亿人。移动互联时代已经全面到来，用手机看视频、开直播、听音乐等，日益成为群众文化生活的常态。在此背景下，人们对精神文化生活的需求已不满足于参与线下文化活动，而是注重移动数字文化服务的享有。如何打造公共文化智慧服务，适应人民群众新的移动文化需求，成为推进公共文化服务高质量发展、促进人民精神生活共同富裕的关键。

立足移动互联时代的特质

与传统的线下公共文化服务不同，移动互联时代的公共文化服务从需求、生产到供给都发生结构性转变。从需求看，公众在移动互联网时代的个性化、即时化、碎片化的文化需求日益凸显。文化经济学家露丝·陶斯曾指出：“数字文化经济的主要结构特征，是它提供无限的可能性，来连接、存储和提供去物质化的信息和内容。”这让人们面对的数字文化服务和产品进入“超选择”状态，再加上个体文化偏好的多样性，致使个性化文化需求成为互联网用户的典型特征。同时，在时间结构上，由于加速社会的到来，人们的休闲时间呈现碎片化、即时化，而移动互联技术及设备的普及，又使得人们碎片化、即时化的文化需求可以被感知与满足。从生产来看，移动互联网时代公共文化数字服务的生产者与消费者的界限日趋模糊。公共文化服务机构可以是公共文化数字服务的生产者，也可以是公共文化数字服务平台的搭建者和维护者，平台上的服务及产品可以来自第三方；公众在作为公共文化数字服务享受者的同时，可以成为数字文化服务的“分享者”“参与者”甚至直接是“生产者”。就供给而言，移动互联网时代公共文化数字服务，一方面突破了供给时空的局限，无论服务的覆盖半径还是服务的时间，都随着互联网的特性无限延伸；另一方面，原有公共文化服务供给从单向的“供给—接受”模式转变为精准化供给、互动式供给，公众主体性地位愈加彰显，需求导向成为移动互联网时代公共文化数字服务供给的底层逻辑。

因此，要满足新时期公众的文化需求，关键是要紧扣移动互联时代的特征，优化公共文化服务的生产与供给，实现公共文化服务的智慧化。

树立场景服务的理念

我国公共文化数字服务建设从1998年原文化部与国家图书馆启动“中国国家数字图书馆工程”起步，大致经历了由信息服务到平台服务、由PC端服务向移动端服务延伸的发展阶段。在信息服务阶段，主要侧重于“公共数字文化信息资源”的建设和提供，比如全国文化信息资源共享工程、数字图书馆推广工程、公共电子阅览室计划等系列的数字文化惠民项目，主要为公众提供文化信息资源服务。到了平台服务阶段，则是利用线上平台整合带动线下公共文化服务资源，实现“订单式”“菜单式”“预约式”服务，如2014年上线的上海“文化嘉定云”以及包括“国家公共文化云”在内的各地公共文化数字化云平台。在初始阶段，我国公共文化数字服务大多是基于PC端开发的，“十三五”以后各地公共文化机构才开始通过开发微信公众号、手机App等方式，来扩展满足人们移动数字文化服务的需要。

但随着移动互联技术的飞速发展，移动互联网时代争夺的是场景，场景成为移动服务的核心逻辑。要适应移动互联网时代匹配度高、即时性强、体验感好的差异化线上文化服务要求，需要我国公共文化数字服务立足用户场景分析、拓展智慧场景应用来重构线上线下服务。因此，未来的公共文化智慧服务，绝不仅是线下公共文化服务的数字孪生，而是以用户为中心，依托移动互联网、大数据、云计算等技术，感知用户文化需求从而快速进行服务适配的智慧化公共文化服务模式。换言之，公共文化智慧服务是数字技术场景范式在公共文化服务领域的实践。

建立“需求感知—内容适配—即时供给”全周期的服务体系

公共文化智慧服务是对人们的文化需求及时性、精准性的回应，因此其建设的出发环节就是“需求感知”。需求感知是对人们当下文化需求的及时发现，包括感知人们文化需求的时间、地点、内容、形式等，是公共文化智慧服务的起点。公共文化智慧服务的需求感知是依靠位置技术、大数据技术等实时采集个体的相关需求信息，形成对人们文化需求的精准感知。“内容适配”就是依据感知的人们文化需求，进行需求理解分析，从而与相应的服务内容进行匹配。要准确地实现内容适配，重点在于识别出人们所处的文化需求场景。“即时供给”则是针对个体当下文化需求，实现相应文化服务（产品）的合理组织和精准推送，是实现公共文化智慧服务的响应环节，也是提升移动互联网时代群众文化获得感、幸福感的重要途径。这需要提前依据不同的文化服务场景预先构储众多服务元素，包括文化资源、文化产品、文化服务等，从而能根据不同的场景需求组合提供相应的移动服务、定制服务、情景服务、互动服务等。正是通过“需求感知—内容适配—即时供给”的循环对接，实现全周期的公共文化智慧服务。

公共文化服务高质量发展不只是发展阶段的变化，其核心是发展理念、发展模式的转型。公共文化智慧服务体现了移动互联网时代人们对公共文化服务更高的要求，是新时期促进公共文化领域质量变革、效率变革、动力变革的关键。

（摘自《中国文化报》2023年6月9日）

担负优秀传统文化传承使命 服务中华民族现代文明发展

非物质文化遗产与民众生产生活直接相关，活态流变是其传承传播特质。非物质文化遗产在活态传承中获得发展，本真性也得到传承。非物质文化遗产与自然环境、社会环境、历史和时代背景紧密相关，生存环境整体的发展变化必然带来非物质文化遗产保护方式的适应性改变。

面对社会发展与生产方式改变，文化传承发展尤为重要。在物质层面，以传统工艺的加工方式展现造物智慧，以手工制作的唯一性满足消费者的求异心理；在精神层面，活化和利用非物质文化遗产资源，挖掘其文化内涵，解读并打造成文化IP，更好地适应社会文化需求。

推动非物质文化遗产更好地与现代社会融合共生，要深入了解《保护非物质文化遗产国际公约》原则，正确认识非物质文化遗产保护的核心要义，从中国文化遗产保护的角度，深入系统地进行保护，做到可持续发展；要强化非物质文化遗产传承人和从业人员的职责和义务，把文化遗产真正传承下去、发展起来；要加强非物质文化遗产保护传承的学术研究，加大学科研究力度；要引导普通民众了解保护非物质文化遗产的基本常识，认识非物质文化遗产保护的意义与价值。

近年来，设立国家级文化生态保护区，保护和建设非物质文化遗产生存空间，为非物质文化遗产保护与传承、发展与创新创造了条件。保护区的设立是对非物质文化遗产形态的存样保护，更是应对非物质文化遗产生存条件改变的方式。在保护区空间基础上，建设与开发相应的保护与

传承机构，非物质文化遗产能够获得更好的展示与传播。保护区的设立能适应文化的多样性和复杂性，有利于激发传统文化创造性转化与创新性发展的活力。

立足系统性保护、高质量发展理念，保护区建设需要统筹多个层面的关系。一是非物质文化遗产核心文化要素和技艺技能的保护与传承。非物质文化遗产核心文化要素依托手工技艺来表达，技艺技能是工艺传承的关键。文化传承的关键在人，社会也要加强对非物质文化遗产传承人群众的培训与关注，提升传承人传承与传播的主动性。二是口头文学传播与民间习俗保护、应用及传承。口头文学依靠口头方式在生活中传播，其保护与传承须从文化空间的保护和建设切入，注重物质与非物质的共同保护。三是民俗活动的传承与传统节日。需要两相结合，发挥民俗文化在精神层面的传承作用。四是传统工艺的生产性技艺能力保护、传承与创新。生产性保护是在非物质文化遗产保护中形成的中国经验。传统工艺复兴，不等于回到纯手工时代，传统工艺的技艺精湛性与现代工业化生产的高效性结合，更是传统工艺适应时代与社会的表现。五是传统医学的系统方法、剂方及手工艺的传承、保护与发展。保护中医药古籍文献，关注中药技法传承人，不仅在于技艺与剂方的传承，更在于中医药诊断治疗中对人与自然整体性的认识。

中华文明具有突出的创新性。十几年前，在“手艺农村”项目中，我们寻找传统工艺传承融入市场的方式，进行民间文化生态性保护理念的实践，发展乡村文化产业。随着研究的深入，尤其是在乡村振兴背景下，重建以传统手工文化主导的“价值共同体”，顺应时代与社会需求，走“文化生态+自然生态+资源转化”的发展路径，成为乡村传统工艺资源再生利用的新思路。

在“两创”背景下，文化遗产保护利用还要尊重传统工艺的本质特色和文化产业发展规律，同时，也要兼顾社会共同记忆的认同与传承，将手工艺作为展现地方水土、经济、人文风貌的文化载体，实现创新性发展，助力区域文化发展和乡村振兴；认识传统工艺的文化内涵，应用于乡风文明建设、城市公共艺术空间营造；发挥传统工艺美育价值，引领百姓从文化认同到文化自信的深层次文化自觉，实现文化发展繁荣。我们要在活态传承中保护传统文化的种子，努力创造属于当今时代的新文化，建设中华民族现代文明。

（摘自《中国文化报》2023年6月10日）

乡村书店与乡村旅游、新农村建设等“携手并行”才有未来

近日，中央宣传部办公厅、文化和旅游部办公厅联合印发《关于推动实体书店参与公共文化服务的通知》（简称《通知》），支持实体书店参与政府购买公共文化服务项目、引导实体书店参与公共文化服务网络建设、鼓励实体书店参与公共阅读资源建设、推动实体书店与公共文化机构融合发展。随着《通知》的落地实施，将有更多乡村书店出现。目前，乡村书店都有哪些模式？乡村书店在乡村文化建设中有什么作用？未来的发展有什么趋势？这些都成为今后一段时间乡村书店要解答的核心问题。

目前乡村书店的类型主要有以下五种模式:

一是以各地实施的“新华书店+农家书屋”微改革模式,一批分布在乡村田野的农家书屋,通过将传统的“屋+书”升级迭代为书店与艺术展览、非遗传承、研学培训、便民服务等业态融为一体的乡村文化新空间。

二是在具有独特自然风光的乡村建设“文旅融合书店”,与民宿休闲和文化旅游等资源对接,打造特色旅游书店,促进乡村文化繁荣、带动旅游经济发展。

三是选择具有一定文化底蕴和文化特色的古村落建立古村落文化书店,将书店与传统村落保护开发融合,打造成乡村文化建设的重要窗口。

四是“文化+科技”书店,引进互联网等新兴科技元素,以乡村书店为平台,深度开发利用本地文化资源和特色农副产品资源,对当地特色农副产品进行设计包装、O2O销售,将实体书店建设成“文化+科技”的乡村景观新地标。

五是城市实体书店有意识布局乡村打造连锁书店。

毫无疑问,无论上述哪一种模式的乡村书店,都是乡村文化建设和乡村振兴的重要力量。乡村书店要持续发展不能孤立独行,更不能照搬城市书店经营方式,只有物理空间和人文环境和谐共存,乡村书店和乡村旅游、新农村建设等“携手并行”,这样的乡村书店才有未来。

首先,未来的乡村发展可以充分挖掘本地自然景观和人文特色,突出乡土味道、增添乡土元素,从文化视角导入,优先选择有历史、有温度的老宅或有着本地区乡村特色性建筑加以改造,让村里的读者有身份认同,有共同的回忆,也让他乡人看到不一样的风景,激发乡愁。

其次,可以协同考虑资源特色、本土文化、人文生态环境以及组织构架、技术支持等各种因素,规划出展示新农村建设和乡土文化的新的地标性工程,打造村民新的集散地,结合乡镇综合文化站、便民超市、电商服务站等资源增加更多的服务场景,充分发挥乡村书店的社会功能,努力将乡村书店建设成为集阅读学习、展示交流、聚会休闲、创意生活等功能于一体的复合式文化场所。

最后,要准确认识乡村书店的定位。乡村书店的生命力最终体现在积极融入乡村振兴事业,立足乡村、深耕乡土,对优秀乡土文化进行创造性转化、创新性发展。一方面,与时俱进、因地制宜构建以阅读为内核的复合型文化生活空间,深入挖掘传承乡村人文内涵,重塑在地乡村美学;另一方面,不断创新“书店+”产业形态,探索跨界融合发展之道,提升自我“造血”功能,让乡村书店的“破圈”“出圈”真正惠及乡村大地。

(摘自《中国文化报》2023年6月12日)

理论研究

高校图书馆融入现代公共文化服务体系研究

随着我国经济社会的快速发展，人民群众的生活水平得到显著提升，人民群众不再仅仅满足于物质生活的需求，逐渐增加了精神文化方面的需求。在这一背景下，我国提出建设现代公共文化服务体系，为群众提供惠民式公共文化服务，有助于满足人民群众与日俱增的精神文化需求。同时，在构建现代公共文化服务体系过程中，民众能够亲身参与文化活动，有利于保障民众公平享有公共文化资源的权益，并有效提升民众的文化知识水平。而高校图书馆作为文化气息浓厚、文化活力强劲的机构，集中收藏着大量文献资料，若将其融入现代公共文化服务体系中，有利于推动公共文化服务网络建设，实现文化信息资源的共建共享。

高校图书馆在公共文化服务方面的优越条件

一、具有丰富的文化信息资源

高校图书馆在文化信息的储存和服务方面具有较大优势。一方面，我国高校图书馆数以千计，藏书更是数不胜数，蕴含着大量文献信息资料。若将这些文献信息资料免费共享给社会大众，将有利于建设信息共享型社会，推动社会公共文化事业的发展。另一方面，高校图书馆的文化信息涉及面较广且专业化程度较高，不仅包括文学、理学、工学、哲学、医学、教育学、艺术学等各类学科知识，还依托于高校学科建设不断增强专业化程度。这些文化信息资源将是我国构建现代公共文化服务体系的优质资源。此外，许多高校已建成电子图书馆，实现了文化信息资源网络化、多样化和便利化。这些网络信息资源具有巨大的辐射作用，能够有效促进构建现代公共文化服务体系。

二、具有优秀的专业人才资源

相较于地方公共图书馆，高校图书馆具有更多优秀的专业管理人才，能够有效支撑现代公共文化服务体系的建设工作。一方面，高校是专业人才的集聚地，图书馆管理员的业务能力和文化水平较高，能够充实公共文化服务人才队伍。另一方面，高校图书馆的文化信息资源较为庞杂，促使图书馆管理员不断提升自身能力，做好文化信息资源的收集和归纳工作。此外，为更好发挥图书馆文化服务的作用，许多高校依托大学师资力量，不断提升图书馆人才队伍的专业素质，从而打造出一支训练有素的专业人才队伍。

三、具有先进的科学技术资源

目前，许多高校图书馆已引入大数据处理、网络信息传播、人工智能等科学技术，实现了办公智能化、信息处理高效化以及信息传播便捷化，如移动阅读、智能搜索等。若将这些先进的科学技术应用于地方图书馆，对其服务功能优化具有明显助推作用。大数据处理技术能够提升数据收集整理的能力，网络信息传播技术能够为大众提供便捷化阅读，人工智能技术能够全方位实现图书馆智能化管理。因此，高校图书馆具备先进的科学技术资源，是其参与现代公共文化服务体系构建的重要基础条件之一。

高校图书馆发挥公共文化服务功能存在的困境

一、高校图书馆参与公共文化服务的认识不足

长期以来,高校图书馆不对外开放,只服务于本校师生,缺乏公共服务理念,导致一些高校领导及图书馆工作人员形成较为保守的思维模式,高校图书馆在现代公共文化服务体系中未能发挥出应有的作用。当前,一些高校领导没有认识到高校图书馆融入现代公共文化服务体系的重要性,仍局限在图书馆只服务本校师生的观念中,忽视了图书馆的公益性作用,无法为广大民众提供优质文化服务。此外,高校图书馆工作人员仅将开展公共文化服务作为附加工作内容,并没有全身心地投入到公共文化服务事业中,导致高校图书馆在构建现代公共文化服务体系上参与度较低。

二、高校图书馆文化信息资源共享难度较大

高校图书馆在现代公共文化服务方面具有巨大优势,理论上能够在构建公共文化服务体系中发挥巨大作用,但实际操作中存在文化信息资源共享难度较大的问题。其一,高校图书馆采用封闭的服务模式。各大高校图书馆主要为本校教学、科研提供保障,处于较为封闭的状态。其二,高校图书馆管理系统相对独立。我国高校图书馆与公共图书馆管理系统不同,缺乏横向联系,较难实现文化信息资源共享,无法相互弥补资源的不足。其三,文化信息资源共享与知识产权保护之间存在矛盾。文化信息资源的互补在一定程度上能够实现共赢,但需面对知识产权保护问题,这将是限制高校图书馆融入现代公共文化服务体系的重要因素。

三、高校图书馆融入现代公共文化服务体系需要资金支持

虽然我国逐年增加构建现代公共文化服务体系的资金投入力度,但部分高校图书馆仍缺乏资金开展公共文化服务工作。一方面,一些地方政府财政资金较为紧张,难以维持公共文化服务工作方面的资金,导致财政资金投入不稳定,不利于高校图书馆开展现代公共文化服务工作。另一方面,高校图书馆要想有效融入现代公共文化服务体系中,需要耗费巨大资金,如建设信息共享平台,设计和生产特殊的公共文化产品以及培训人员等。而资金欠缺会导致大部分工作难以稳步有序推进。此外,在没有硬性规定下,许多高校将政府支持资金用于高校图书馆的其他建设方面,使公共文化服务工作开展缺少足额资金。

高校图书馆融入现代公共文化服务体系的发展路径

一、转变固有的高校图书馆服务观念

在新时代背景下,高校图书馆应适应时代发展,勇于改革创新,在服务好本校师生的同时,积极参与公共文化服务。其一,高校领导要转变固有思维,突破高校图书馆封闭式管理模式,重视公共文化服务工作,为社会民众提供良好的精神文化服务。其二,高校图书馆工作人员要提高思想认识,转变服务理念,积极主动投身社会公共文化服务事业,为民众提供良好的文化服务。其三,高校图书馆要积极吸纳创新思维,并结合实际情况及当地民众需求,主动创新工作模式,有效地将丰富的文化信息资源提供给广大民众。

二、联合构建文化信息资源共享平台

高校图书馆应与其他文化机构开展深度合作，共建文化信息资源共享平台，实现各类文化机构之间的文化信息资源共享，进而更好融入现代公共文化服务体系。一方面，高校图书馆要打破封闭的服务模式及独立的管理模式，以开放姿态欢迎其他文化机构共同协作，促进文化资源互联互通，弥补各自存在的不足，实现优势互补。另一方面，高校图书馆要充分利用先进科学技术，有效发挥高校人才资源优势，建设特色数据信息库，为公众提供分类、分层次的文化服务。此外，在构建文化信息资源共享平台过程中，国家应注重知识产权保护，出台法律法规，责令相关部门指导平台建设工作。

三、多渠道筹备公共文化服务资金

为促进高校图书馆有效融入现代公共文化服务体系中，高校图书馆应通过多方渠道争取各项资金，支持现代公共文化服务事业发展。其一，争取政府财政资金支持。高校图书馆通过与政府共建数据信息库、文化信息资源共享平台，以及申请国家科研经费，获得政府部门的资金支持。同时，高校图书馆应积极申请国家公共文化服务专项资金，专门用于开展公共文化服务工作，实现高校图书馆与现代公共文化服务体系的有效融合。其二，加强校企合作。高校拥有大量专业人才，能为企业提供技术人才支撑，而企业能为高校提供强大资金支持，两者深度合作交流，各取所需，实现互利共赢。其三，社会面筹备资金。高校图书馆可鼓励杰出校友捐款，并将资金投入公共文化服务中，有效发挥高校图书馆公共文化服务优势。此外，打响服务公众的品牌，发动地方乡贤筹集资金，为家乡公共文化服务事业作出贡献。

（摘自《中国文化报》2023年4月7日）

文化与科技融合背景下陶瓷数字虚拟展厅的发展

文化与科技密不可分，彼此影响，相互塑造。从历史发展的角度来看，一方面，科技进步深刻改变着人类生产、生活方式和思维方式，推动着文化发展新内容、新形式、新业态；另一方面，文化作为培育科技进步的母体，在引导价值观念、提高思维水平、激发创新创造活力等方面引领着科技的进步。《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》《中华人民共和国非物质文化遗产法》《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》《“十四五”非物质文化遗产保护规划》等近年来出台的一系列法律、规划和意见中的相关内容，为推动文化与科技融合工作的开展指明了方向。陶瓷文化是中华文化的重要组成部分，陶瓷技艺是我国重要的非物质文化遗产，陶瓷数字虚拟展厅的搭建和应用是文化与科技融合的探索与体现。

数字化时代的陶瓷艺术展示

数字化被称为“信息的DNA”，是信息处理的一场革命，作为信息时代的新阶段，推动着人类文明的进步。作为基于数字化技术营造的一种虚拟环境，陶瓷数字虚拟展厅突破了传统展厅在时

间、空间上的限制，是数字化时代下对陶瓷艺术展示新途径的探索，有助于实现文化与科技的深度融合。

构建陶瓷数字虚拟展厅，并通过融合虚拟现实技术、动画技术、音视频技术等，营造动静结合、真实生动的参观平台和体验环境，可以更好地展示陶瓷艺术品及其工艺，加深人们对陶瓷文化的了解，从而更好地实现陶瓷文化的传承与传播。

就目前而言，陶瓷数字虚拟展厅一般有两种发展思路，一是建立基于传统陶瓷展厅形式的数字虚拟体验展厅，即在线下展厅设置虚拟体验项目，利用有限的实体空间发挥最大的虚拟设计功效，向观众展现更加丰富、立体的内容；二是建立作为虚拟空间独立存在的陶瓷数字虚拟展厅，即不依托线下的陶瓷展厅，而是根据要求通过数字技术在线上搭建展厅，观众通过手机客户端或电脑客户端，可以随时随地进入虚拟展厅进行观看和体验。

陶瓷数字虚拟展厅的发展和作用

陶瓷数字虚拟展厅是基于陶瓷藏品的数字化保存、展示和信息技术线上服务的综合应用，可以说是对传统展厅的进一步扩展和完善，在展览叙事、信息传播方式、用户交互方式等方面都具有极大的发展空间。

陶瓷数字虚拟展厅在视觉效果呈现上比较灵活，手段更加多样，能够克服陶瓷因材质特点带来的限制和传统展厅互动性弱等局限，从而适应更多人需求，在最大限度保护陶瓷的前提下，让观众得以全面深入地观看作品、详细了解相关信息，并能够获得亲临现场般的体验感。随着信息传播的广度和便利程度的提升，还可能会带来更多商机。

同时，通过陶瓷数字虚拟展厅，观众随时随地都可以实现参观学习，解决了观众在实体展览撤展后的观赏需求，也拓展了陶瓷文化传播的范围，加快了陶瓷文化传播的速度。同时，让更多人能够更便捷地进行陶瓷艺术欣赏，有效提升了网络科普教育的服务功能，体现出以科技助力文化传播、以文化传播惠及百姓的科普教育理念。

陶瓷数字虚拟展厅的出现还有利于我国优秀传统文化的对外传播与交流。这一平台的建立以及以此进行的展示交流，让我国历史悠久的陶瓷文化，工艺美术大师的精品力作，各品类、各地方的工艺特色等，可以克服空间和时间的限制，传播到世界各地，在作为非物质文化遗产的陶瓷工艺与世界民众之间架起一座桥梁，推动中华文化更好地走向世界。

此外，数字化还为陶瓷文物的修复、保护、收藏等提供了新的技术手段，为文物研究者提供了有效的技术支持，也为其他文物保护提供了参考。

建设陶瓷数字虚拟展厅，借助数字技术对陶瓷艺术品、陶瓷场景进行加工，实现立体虚拟实景，与观众形成交互，对陶瓷文化艺术品的共享和传播具有重要的现实价值。同时，还可通过制作陶瓷技艺纪录片、短视频，推进“云讲解”“云课堂”以及数字产品体验等建设，依托现代信息手段，带给陶瓷文化爱好者更多具有数字化、趣味性、科技感的体验。

实践证明,科技创新与文化发展有着密切关联,突出反映在三个方面:一是科技成果应用推动了文化产业的革新;二是科技成果应用提升了文化工作者的创意能力;三是科技成果应用打破了文化产业发展的传统边界。在新时代推进文化和科技深度融合发展,是摆在我们面前的重要课题。陶瓷数字虚拟展厅是对陶瓷文化与传统技艺的一种新的保护、管理与展示方式,借助数字科技的运用,可以实现陶瓷文化和技艺的良性发展。在保存数据的同时,也可以在更大程度上实现科学研究、艺术审美、教育科普等功能。我们应该借助陶瓷数字虚拟展厅平台建设机遇,持续探寻传统工艺美术的本土化和现代性发展之路,并将包括陶瓷文化在内的中华优秀传统文化真正宣传出去,为其开拓更广阔的空间。

(摘自《中国文化报》2023年4月10日)

地方文化融入旅游专业教学的路径

随着经济社会的不断发展,我国旅游业的发展势头日趋强劲,伴随着旅游经济的迅速壮大,高校旅游专业也受到越来越多人的青睐。地方文化顾名思义指的是某个特定区域内持续存在的文化特征,其内在包含了当地的风土人情、自然风光、人文精神等诸多内容。在旅游管理教学过程中融入地方文化具有重要意义,不仅有利于增强地方文化的吸引力,促进地方文化的进一步传播,而且有利于确保旅游专业教学活动的顺利开展,有效提升旅游管理的教学效果。

地方文化融入旅游专业教学的意义

一方面,将地方文化融入旅游专业教学中有利于推动文旅融合发展,提高地方文化的影响力,进一步提升青年学生的文化担当和传承。文化是旅游的精髓,旅游是传承和发展文化的载体,高校在进行旅游课程的讲授中加入地方文化的内容,能够有效增强学生对于地方文化的认识,不断提高地方文化的吸引力,使得地方文化获得更加深入的发展和传承。此外,传统的地方文化不仅是中华文明的瑰宝,而且有着中华五千年历史文化积淀,蕴含着丰富的民族精神。学习地方传统文化能够有效提升大学生的文化素养,提升大学生的文化自信和自豪感,大学生能够在地方文化中汲取持续向上发展的不竭动力,不断丰富其知识结构和文化内涵,进一步提高其创新精神和实践能力,以此来促进大学生的全面发展。另一方面,地方文化与旅游专业教学的融合能够推动旅游专业教学活动的顺利开展,有效提升旅游管理教学效果。教师在教学过程中要想融入地方文化的相关内容,势必会创新教学模式,加大对于慕课、微课、多媒体技术设备等的充分利用,让地方文化以各种形式融入到学生的学习中。此举能够充分调动学生的学习积极性,扩大学生对于地方文化的兴趣,有利于促进教学活动的顺利开展。学生在学习过程中加深对于地方文化的认识和理解,从而不断强化学生的文化底蕴,提高学生对于旅游就业市场的适应性。

地方文化融入旅游专业教学的路径

第一,充分挖掘地方文化资源。目前,一些高校由于缺乏对地方文化的重视,不注重挖掘地方文化资源,不能很好地对地方文化资源进行梳理和整合。这不仅阻碍和制约了学生对于地方文化的了解和认识,而且不利于教学效果的有效提高。因此,为了更好地将地方文化融入旅游专业教学中,就必须加大对地方文化资源的挖掘。以中国历史文化名城、世界文化遗产——平遥古城为例,平遥古城始建于公元前700多年前,距今大约3000年历史,是我国汉民族地区现存最为完整的古城之一。古城街道纵横,布局十分周正,平遥县衙位于平遥古城的中心,占地约2.6万平方米,蕴含着封建王朝古老的郡县文化。日升昌票号成立于1823年,占地1600多平方米,用地较为紧凑,然而就是在这片土地上诞生的日升昌票号在我国经济发展史上留下了浓墨重彩的一笔,在时代的浪潮下力求革新、熠熠生辉,曾一度操控清王朝的经济命脉,从日升昌票号中我们能够体会到独特的晋商文化。除此之外,平遥古城不仅是一座静态的古建筑,更重要的是古城里现在仍然有着不少居民住户,是一座真正意义上的活态化的文化遗产。因此,在针对旅游专业学生进行教学的过程中,要更多地挖掘平遥古城中所蕴含的丰富的地方文化资源,通过查阅资料、实地考察等形式让学生认识到地方文化所蕴含的深刻的价值,从而为其将来的发展奠定良好的专业知识基础。

第二,丰富教学内容,在授课过程中增加地方文化素材。以往的教学内容通常以课本教材为主,教师授课的重点放在教材当中,缺乏对于其他课外知识的讲解,而教材内容具有稳定性,短时间内并不会会有大幅度的更改,这就可能导致教师的授课存在一定的滞后性。因此,教师要想在旅游专业教学中更多地融入地方文化资源,就必须完善教学内容设置,根据授课要求和学生未来的工作需要,在授课过程中增加地方文化的有关内容。仍然以平遥古城为例,教师在讲授关于旅游目的地管理的课程时,可以在章节课程的设计中加入平遥古城的有关内容,例如在分析旅游目的地节事活动管理时,可以向学生介绍山西传统的旱船、高跷、节节高、地秧歌等民俗活动,让学生在了解到旅游管理专业知识的同时也能够了解到山西地区的地方文化。学生在学习之后,能够强化对于当地地方文化的认知,并在未来的工作中熟练地向旅客介绍这一文化资源,使得广大旅客获得深刻的认同感,从而不断提升平遥古城这一景点的影响力。除此之外,要想进一步丰富教学内容,还应当注重对于旅游专业课本教材的定期修改,要将有关地方文化的相关内容融入教材中,以供学生随时随地查看和学习。

第三,创新旅游文化教学方式方法。在旅游专业教学中融入地方文化的有关内容,能够不断提升学生的文化自信和自豪感,强化学生的认识和理解,增强其对于未来旅游工作的热情。传统的以教师为主导的教学模式已经越来越不能适应现代教学的需求,现阶段要想加深学生对于地方文化的学习,就必须创新教学方式方法,以学生为主导,不断吸引学生的注意力,提高学生的学习热情。一方面,教师可以采用情境教学法来提高教学质量。情境教学法顾名思义是为学生提供一种情境,使其在学习中有身临其境之感。以云冈石窟为例,教师可以利用多媒体设备,以照片或者视频的形式向学生播放云冈石窟的外观特征、内部结构以及名人足迹等,加深学生对于该

地方文化的印象，以此来提升课堂效果；另一方面，教师可以采用混合式教学模式来开展授课。新媒体技术的发展为混合式教学模式提供了可能性，除了线下的课堂授课以外，教师还能够充分利用好线上互联网平台来强化授课效果，教师可以通过布置课前预习和课后作业的形式让学生通过互联网观看有关地方文化的视频，从视频中了解到更多的地方文化知识，以此来提高学生的注意力，从而为未来的旅游工作奠定基础。

第四，加大校企合作，增加更多的校外实践活动。与其他同类型课程相比，旅游专业具有更强的实践性特征。学生主动参与到地方文化资源的调查、收集和整理当中，能够有效加深学生对于地方文化的重视。然而现实中，由于一些高校的课程设置不合理，教师重视力度不够，导致学生很难真正参与到地方文化建设中，一定程度上制约了学生知识应用技能的发展。因此，高校应当提高重视力度，加强同旅游企业之间的合作，增加更多的课外实践活动，以不断提升学生的实践应用技能。其一，学校可以组织学生前往当地开展地方文化调研活动，通过实地考察来了解当地的风土人情、名胜古迹，并在考察结束之后撰写调研报告，在报告内容中对当地地方文化的特征、价值等进行整理，以供后续的分享和学习。其二，学校要加强同地方旅游企业的合作，为学生提供更多的实习机会。以校外实习为契机，让学生亲身感受到地方文化对旅客的吸引力，以此来提升学生对于地方文化重要性的认识，从而不断提高学生的学习热情。

在目前的旅游专业教学中融入具有地方特色的文化内容，不但能够强化旅游专业大学生的专业素养，提升其就业竞争力，而且还能够进一步扩大地方文化的影响力。因此，要进一步推动文旅融合，挖掘专业的旅游人才，将地方文化有效融入旅游管理教学活动中。

（摘自《中国文化报》2023年4月11日）

以乡村民俗为主体的文化创意产品设计策略研究

民俗是在一定的社会氛围中世代传习的行为模式，民俗文化是民族民间的物质、精神和制度的传统，其主体是民间文化和民俗风情。在不同地区，民俗文化的内涵与展现形式也不尽相同，作为一种基础文化，乡村民俗既体现出地方特有的风俗习惯和文化理念，又以约定俗成的行为活动为载体，体现出不同的风格和形式，而且按照不同的划分标准来看，乡村民俗也呈现出多元化的类型。在长期生产实践中，乡村民俗历经千年沧桑，成为民族文化的宝贵财富。在新时代背景下，建设文化强国及文化自信的实践需求，为乡村民俗文化的传承创新带来了全新机遇，而且，借助乡村振兴的全方位推进，聚焦乡村民俗的多元化及其价值内涵的丰富性，以文化创意产品带动乡村民俗的高质量传播，也成为乡村地区文化进步的重要途径。

文化创意产品即以特定文化为基础，将人的主观意识与哲思理念蕴于物质载体的行为结果，其以创造性思维为核心，充分展现着当下的生产生活形态与精神审美方向。随着创造性转化和创新性发展的充分实践，文创产品已成为当前文化消费的主流形式之一。从乡村民俗角度来看，优

质成熟的文创产品能重塑乡村民俗的文化记忆，能在传承创新中带动乡村民俗的多元化实践，并以此展现不同乡村民俗蕴含的精神价值，在文旅融合中发挥其特有的文化作用和经济效益，带动乡村振兴的全面开展。

基于此，乡村民俗相关主体应充分把握民俗文创产品的特征，创新文创产品设计，结合乡村振兴和文化自信时代背景，在体现乡村民俗文化多元性的同时，激发特色民俗文创产品的时代价值，推动乡村地区的文化与经济协同进步。

首先，相关主体应立足本土民俗传统，深入挖掘其特色文化底蕴。“一方水土养一方人”，各地区不同的地势特征与气候环境造就了千差万别的民俗文化，并在长期发展过程中演变出各具特色的手工艺术、建筑艺术、民俗形态和娱乐方式，塑造了多样的人文理念与审美形态，也形成了特有的民俗文化体系。在文创产品设计中，应重视对乡村民俗文化底蕴的深入挖掘和相关资源的充分整合。例如，四川省成都市蒲江县甘溪镇的明月村，便以陶艺活动为立足点，依托特有的竹海茶山明月窑，成立了乡村休闲旅游合作社，以陶艺民俗活动为载体，推出了农事体验、自然教育、制陶和草木染体验等项目，其中蜀山窑、呆住堂艺术酒店等文创项目 50 余个，明月笋、明月染、明月陶等民俗特色文创产品 10 余种，在发展实践中形成了特有的“文创赋能休闲农业、推动产村融合发展”的特色体系。

其次，文创产品设计也应在传承的基础上进行创新，凸显乡村民俗文化的时效性。相关机构和个人应重视传统民俗文化的创新传承，在尽可能地挖掘民俗活动蕴含的文化底蕴和思想精神的基础上，带动文创产品与特色生产生活场景的有机融合，以文化创新为设计理念，并重视信息技术的使用，以多样化的模板和技术创新乡村民俗的展现形式，也以多元文创产品展现乡村民俗的崭新面貌和蓬勃生机。同时，乡村文创产品的设计还应深入调研社会主流审美与最新文化发展趋势，使消费者自然而然地形成对本产品的选择倾向，而非在乡村特色产品与同类常规产品中艰难取舍，以便在消费者导向中推进供需平衡，进而以受欢迎的特色文创产品推动乡村民俗在新时代的全面进步。

再次，乡村应为自身的文创产品设计规划合理体系，使之在体现民俗特征的同时，适应现代社会人们的多元生活需求。面对不同的受众群体及其差异化的生活方式，乡村可设计出系列化、个性化的文创产品。例如，四川省崇州市道明镇，以距今已有 2000 多年历史的怀远藤编工艺为立足点，打造了道明镇竹艺村，该工程以藤编民俗活动为载体，在民俗活动聚集区依据地方实际，以传承和复兴藤编工艺为目标，结合建筑设计、资源整合及竹编艺人聚集、竹编产业艺术化的方式，在当地民俗活动的基础上打造竹艺村，借助竹编特色文创产品，促成了“文创旅游的创新创意示范区”。同时，乡村进行体系化文创设计活动时，还应避免设计工作的刻板化与简单复制，应保持产品之间的个性化、差别化因素，确保文创产品能体现独特的民俗文化，并始终秉承创新思维与精益求精的设计理念，将消费者的实际需求作为文创产品设计的重要依据，从而在文化产品市场竞争中占据牢固地位，从乡村民俗角度为乡村振兴带来发展机遇。

最后，乡村主体须寻求外界支持，在有关政府部门、地方企业与专业设计团队的共同助力下完成文创产品的创新设计。乡村地区应积极参与政府的扶持活动，以民俗发展优惠政策为契机，建立起自身与社会各界的沟通桥梁，并在民俗文化的传承创新中优化资源整合，构建与市场需求相适应的运行条件，依托乡村民俗特色与文创产业发展开展文创产品设计，结合相关机构的支持和帮助构建民俗文创产品生产体系，保障设计工作的顺利开展，也为创新传承乡村民俗营造健康和谐的文化环境。

乡村振兴战略下，以乡村民俗为主体的文创产品设计，不仅能为乡村民俗的传承创新注入活力，更能在文化产业的整体进步中带动乡村经济发展。乡村主体与设计团队应精准地将乡村民俗与现代文化产业发展对接起来，在供需平衡中高效运用多元化的乡村民俗资源，在创新变革中设计丰富的文创产品，在文旅文创融合中带动乡村地区的整体进步，助力乡村振兴的全面推进。

（摘自《中国文化报》2023年4月20日）

深入推进全民阅读的四个维度

阅读是获取知识、启智增慧、培养道德的重要途径。深入推进全民阅读是加强社会主义精神文明建设、促进文化强国发展和实现中国式现代化建设的应有之义。“十四五”规划和2035年远景目标纲要把深入推进全民阅读、建设“书香中国”纳入宏伟蓝图。新时代，如何深入推进全民阅读，让全社会都参与到阅读中来，形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围，是一项长期任务、系统工程，需要从阅读内容、阅读推广、数字阅读、阅读保障四个维度做精、做好、做强、做细，推动全民阅读高质量发展。

做精阅读内容，实现“本本飘书香”

党的十八大以来，随着全民阅读建设的不断推进，全民阅读从被动阅读走向主动阅读，从实用阅读走向日常阅读，从从众阅读走向个性化阅读。全民阅读时代在给图书行业带来巨大机遇的同时，也面临鱼龙混杂、泥沙俱下的问题，一些所谓“名人推荐书单”“好书排行榜”被商业利益裹挟，挤压精品好书的生存空间。为此，要把提升优质阅读内容供给作为深入推进全民阅读的重点工程，做精阅读内容质量，持续推出人民群众满意的精品力作。

一要加强党的创新理论学习宣传。坚持用马克思主义中国化时代化最新成果武装全党、教育人民，把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想不断引向深入。要在推动读原著、学原文、悟原理上下功夫，做好经典理论读物导读、领读、解读，增强内容吸引力、感染力和传播力，让老百姓愿意看，容易理解，对实际生产生活有用，让读书学习真正成为坚定理想信念、提升精神境界的重要途径。二要做好重大主题作品出版传播。聚焦党和国家重大决策部署、重大主题活动、重要时间节点，推出一批反映时代新气象、讴歌人民新创造、提振奋进力量的重点出版物。围绕弘扬中华民族精神，不断提炼中华文明的精神标识和文化精髓，实施一批重大出版工程，打

造一批具有长远意义和现代价值的文化典籍。三要打通内容生产与阅读服务。一本好书从作者到读者之间，要经历出版方、渠道方的双重配合，出版方要坚持以人民为中心的出版发行观念，统筹出版方与渠道方利益，一方面对高质量图书进行发行补贴，另一方面加大发行审核把关力度，确保图书内容质量。

做好阅读推广，实现“人人溢书香”

2022年4月，习近平总书记在致信祝贺首届全民阅读大会举办时强调：“希望全社会都参与到阅读中来，形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。”深入推进全民阅读，关键在于调动全社会读书学习的积极性、主动性，培育和弘扬全民阅读良好风尚。中国自古就有耕读传家、诗书继世的优良传统，读书学习是传承中华民族生生不息精神，塑造中国人民自信自强品格的重要途径。信息化时代，知识更新加速，只有不断读书学习才能跟上时代的步伐，才能为实现中华民族伟大复兴注入源源不断的强大精神动力。

一要创新阅读推广活动新模式。把过去“自上而下”、集中的阅读推广方式，转变为多元协同、常态化推广方式，推动形成“政府推动、出版供给、阵地联盟、平台共享、品牌引领、基层参与”阅读推广模式，加强线上线下荐读导读、专题讲座、读书征文、阅读分享、知识竞赛和经典诵读等形式多样的主题阅读活动。二要加强阅读推广人队伍建设。全国各地高度重视阅读推广人培养，深圳、烟台等地通过“阅读推广人”培育计划、儿童阅读推广人培育工程等形式，有效带动全民阅读热情。各地要加快建立阅读推广人队伍，鼓励和支持教师、公务员、新闻出版工作者、青年学生和离退休人员等多元社会人群积极参与，发挥社会名人、文化名家、正能量“网红”社会影响，让全民阅读更好触达不同行业、领域。三要实施媒体联盟推介活动。媒体是全民阅读活动的重要推广者之一，有着不可替代的宣传引导作用，要加快构建各地全民阅读媒体联盟，发挥全媒体宣传矩阵作用，通过系列阅读活动，营造全民阅读良好舆论氛围。

做强数字阅读，实现“时时品书香”

随着信息化和数字技术发展，数字阅读已经成为全民阅读最主要的增长点。第十九次全国国民阅读调查显示，2021年，我国数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读等）的接触率为79.6%，较2020年的79.4%增长了0.2个百分点。数字化阅读时代，如何满足人民群众阅读方式新要求，是深入推进全民阅读的重要课题。

一要加快数字阅读平台建设。近年来，数字化阅读的年轻化趋势越发明显。近日，上海图书馆联合阅文集团等共同发布的《Z世代数字阅读报告》显示，“Z世代”已经成为数字阅读主力军，仅阅文旗下平台，过去一年新增用户中的“Z世代”用户比例就达到了66%。数字阅读不仅满足了“Z世代”读者获取信息和知识的需求，同时也通过提供更多互动方式及学习、交流空间，成为连接年轻人与传统文化、科普创新的重要桥梁。因此，我们需要针对年轻读者群体进行阅读场景和阅读模式的转变，要进一步拓展数字阅读平台、数字农家书屋、云书网及百姓文化云等平台的功能，建强用好全民数字阅读平台，不断满足人民日益增长的阅读需要。二要推广社交化阅读。近

年来，QQ 阅读、起点读书、喜马拉雅、潇湘书院等网络阅读新媒体平台及微信、小红书等社交媒体平台利用社交化阅读模式，吸引了大量用户参与和分享阅读体验，取得了较好的传播效果。要加强与商业阅读平台合作，邀请知名作家、学者、媒体人、评论家、阅读推广人、书店经营者等走进网络直播间，利用新媒体社交互动，提升场景化阅读体验。三要搭建线下线上双向互动阅读平台。要树立多媒介融合的“大阅读观”，把纸质阅读和数字阅读结合起来，把线下全场景阅读与线上全媒体阅读结合起来，利用好新时代文明实践中心和融媒体中心“两个中心”，丰富数字阅读载体和场景，加强特色阅读服务平台建设，构建数字阅读全产业链，打造线上线下全空间阅读体系。

做细阅读保障，实现“处处有书香”

随着全民阅读不断向纵深发展，读者不仅需要图书馆、实体书店等传统阅读空间，也需要多元化、个性化、便利化读书空间。要进一步拓展图书服务空间、阵地、群体，加快构建全民覆盖、公益普惠、城乡一体的公共阅读服务体系，强化各级各类阅读基础设施和载体平台支撑，丰富拓展阅读新空间、新领域。

一要加强阅读服务基础设施建设。合理规划布局一批与当地经济社会文化水平相适应的社区书店、校园书店、特色书店等实体书店。不断提升大型购书中心、中型复合书店、农家书屋、乡村文化服务站和微型智能服务重点等阅读阵地体验场景和服务内容创新。落实全民阅读“最后一公里”，鼓励倡导商场、超市、地铁等公共场所开辟阅读空间，打造便捷化的全民阅读环境。二要做好分众阅读服务。有调查显示，年龄、性别、职业、收入水平等方面的差异在一定程度上决定了读者阅读类型、阅读目的等方面的差异。要针对不同群体阅读需求，开展多层次分众阅读服务，建立健全学校、家庭、社会有机结合的大中小学生和学前儿童阅读服务体系，重点保障农村留守儿童、城市务工人员随迁子女等群体的基本阅读需求，加强面向残障人士、务工人员等群体的阅读服务，加快建设和改造适老化阅读场所、阅读服务终端。三要创新阅读新场景、新体验。在文旅融合背景下，“读书+旅行”正在成为全新的阅读新场景，比如北京推出了一系列的书香主题游线路，挖掘文化和旅游消费潜力；云南把图书馆、书店与景区、小镇、乡村、度假区等相结合成为新亮点；南京玄武湖景区与金陵图书馆合作建立文旅融合阅读实践基地。要把握文旅融合发展新业态，加强阅读场景、空间创新，推动全民阅读与文化、旅游的深度融合，打造沉浸式、体验式全民阅读新模式，加快梳理研发精品研学线路、亲子阅读体验场地。

（摘自《中国文化报》2023年4月25日）

博物馆数字化信息资源建设的有效路径研究

随着社会经济与科技的进步，各行各业都在向着数字化、信息化方向发展。博物馆作为历史的传播者、见证者，在国家政策的支持和计算机技术发展的影响下，也不断探索开展符合自

身发展的数字化、信息化建设。在数字化信息资源建设过程中,结合计算机技术、大数据技术、物联网技术等对博物馆的资源进行开发和再建设,有助于进一步提高博物馆的工作效率和服务水平。本文将对博物馆数字化信息资源建设的重要性进行阐释,并探讨博物馆数字化信息资源建设的有效路径,以期对博物馆数字化信息资源建设提供有益参考。

博物馆数字化信息资源建设的重要性

符合新时代的发展需求。网络技术的应用使得公众获取信息的手段更加多样化、便捷化,公众对文化的标准与需求也在不断提高。博物馆作为公共社会教育场所,如果只是沿用传统的宣传方式,很容易被新时代淘汰。因此,博物馆数字化信息资源建设是新时代发展的必经之路。博物馆数字化信息资源建设有利于提高公共建设质量、提升综合效益,同时实现对文物管理方式的创新。数字图像化的文物管理方式提高了文物资源的协调管理水平,提高了操作的规范性、安全性,也符合新时代公众对文化的新需求。

创新博物馆宣传方式。网络技术已经融入公众生活和工作的各个方面,新时代的宣传方式应结合网络技术进行创新,方便公众通过各种渠道获得信息。博物馆是宣传民族文化、实现文化振兴、增强文化自信的重要场所和载体,但传统的藏品展陈方式大多以实体形式进行,向公众传达信息的方式相对单调乏味,已经难以满足公众的多样化观展需求。所以,博物馆的宣传和传播方式必须结合新时代特征进行创新。开展博物馆数字化信息资源建设,不仅可以满足公众对博物馆的好奇心与求知欲,还可以更好地传播中华优秀传统文化。比如,在博物馆数字化信息资源建设中,将文物藏品数字化并通过交互软件进行展示,可以带给观众不一样的欣赏体验,让中华优秀传统文化鲜活起来。博物馆数字化信息资源建设是博物馆搭乘网络快车进行宣传的手段,也是更好融入公众精神文化生活的必由之路。

促进博物馆文物管理方式创新。博物馆是传承历史文化遗产的重要场所,博物馆内拥有众多极具历史价值、艺术价值和科学价值的文物,这些文物是中华民族优秀文化的承载者,是独一无二的存在。但是时间的冲刷、保护条件的限制等因素会给文物造成不同程度的伤害,最后甚至会出现不可修复的损毁。开展博物馆数字化信息资源建设,可以利用计算机技术和网络技术对文物进行3D扫描建档,通过电子数据、图像、文字、音视频等资料对文物进行储存备份,在降低文物受损概率的同时,还能为文物的保护和修复提供保障。另外,博物馆数字化信息资源建设可以实现对文物流通和出入信息的全面记录,在提高工作效率的同时保障文物的安全。

促进博物馆与公众的信息共享与交流。博物馆数字化信息资源建设推动了博物馆与公众的信息共享与交流,让博物馆可以随时随地为世界各地的用户提供信息服务,随时随地与用户开展互动。现如今,国内大中型博物馆普遍已经拥有自己的网站,具备多媒体展示功能。通过博物馆数字化信息资源建设,博物馆可以更好地提供预约参观、文物欣赏、观看展览、聆听讲座等文化服务,加强了博物馆与公众间的信息共享与交流。博物馆数字化信息资源建设也增强了博物馆与博物馆之间、博物馆内部门与部门之间的信息共享,提高了博物馆工作人员的工作效率。

博物馆数字化信息资源建设路径探讨

加大政府政策支持。我国高度重视中华优秀传统文化的继承和弘扬，多年来，政府为推动博物馆数字化信息资源建设采取了一系列有效措施，包括加强政策支持，为其发展提供相应的制度保障，形成文博事业信息化发展的政策环境等。相关政策的出台，有利于建立健全博物馆数字化信息资源建设政策支持体系、建立健全规范统一的博物馆数字化信息资源建设管理体系。针对博物馆数字化信息资源建设，目前政府已经出台的政策包括《关于进一步加强文物工作的指导意见》（国发〔2016〕17号）、《国家文物事业发展“十三五”规划》和《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（国发〔2015〕40号）、《“互联网+中华文明”三年行动计划》（文物博函〔2016〕1944号）等，为博物馆数字化信息资源建设提供了相应的政策保障，为充分挖掘文物价值、加快推进数字信息化进程、文物资源共建共享、经费支持和人才保障提供了政策依据。

加大资金投入。博物馆数字化信息资源建设是一个持续而复杂的过程，后期还需要花费大量的时间、精力和资金进行维护。因此，加强博物馆数字化信息资源建设，需要从多渠道增加对博物馆数字化信息资源建设经费的投入，并对资金进行合理配置。除了政府专项资金的投入，还需要政府引导和鼓励各种社会力量的参与，积极拓展资金来源，以期为博物馆数字化信息资源建设提供充足的资金保障。关于博物馆数字化信息资源建设资金使用，则需要建立起严格的资金使用规范和管理监督机制，健全完善资金考核制度和支出标准体系，提高经费的使用效益。

提高博物馆工作人员的信息技术能力。博物馆数字化信息资源建设是新时代博物馆发展的必经之路，为了加快博物馆数字化信息资源建设，需要提高博物馆工作人员的信息技术能力，具体可以从以下两点出发：第一，针对博物馆工作人员开展更多专业培训，提高工作人员对信息化建设的认识和对信息技术的运用能力，加快博物馆数字化信息资源建设步伐；第二，博物馆数字化信息资源建设需要专业人员的支持，为了实现这一目标，需要持续推进实施“金鼎工程”等相关人才培养项目，加强与高校、职业院校的合作，推进文博行业人才“产学研”联合培养，为博物馆数字化信息资源建设提供长效有力的人才保障。博物馆可以聘请专业的计算机工程师，为博物馆工作人员讲解更多信息技术的应用技巧，还可以组织工作人员参观和了解信息技术应用范例，在实践中增强信息技术的应用能力。通过各种渠道，不断增强博物馆工作人员对信息技术作用和价值的了解，强化工作人员对信息技术的认识，提升工作人员对信息技术的应用能力，有助于推动博物馆信息化建设工作顺利进行。

加强博物馆网络系统建设。开展局域网建设、博物馆文物信息数据库建设、网站设计和对外展示系统建设，着力加强博物馆网络系统建设。其中，局域网建设主要包括软件建设和硬件建设，进行网络的综合布线、服务器和交换机等设备的建设，在网络布线工作中，需要做到博物馆各个部门与展厅之间都有连接；信息数据库建设要利用计算机与网络技术对博物馆所藏文物进行3D扫描建档，通过数据、图像、文字、音视频等对文物数据信息进行记录与储存；网站设计需要建设具备参观展览、信息查询、交流沟通等功能的网站，通过有效的网站设计，将博物馆中的文物以

数字化的形式展示出来，从而吸引更多人进入数字博物馆，对博物馆及其展品进行了解；对外展示系统建设要利用信息技术对文物信息进行分类，并制定相应的目录，根据对用户兴趣的数据分析制作多媒体导览系统，实现用户分流，避免出现因用户过多而造成对外展示系统瘫痪的情况。

结语

博物馆数字化信息资源建设符合新时代的发展需求，有助于创新博物馆宣传方式，促进博物馆文物管理和展示方式创新，促进博物馆与公众的信息共享与交流。推动博物馆数字化信息资源建设，可以从加大政府政策支持、加大资金投入、提高博物馆工作人员的信息技术能力、加强博物馆网络系统建设几个方面来实现。

（摘自《中国文化报》2023年4月26日）

老字号的文化基因与文化 IP

中华优秀传统文化源远流长、博大精深，是中华文明的智慧结晶。我们要持续推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

老字号承载了工匠精神和民族历史文化，是文化交流交往的亮丽名片，蕴含了大量文明进步故事。我们要不断挖掘老字号的潜在价值，从中提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，推进老字号创造性转化、创新性发展，通过文化 IP 的塑造，使之更好地承担起“讲好中国故事、传播好中国声音”的重要职责。

一、老字号的文化基因

现存老字号大都产生于明代或清代，是伴随着商品经济和手工业的发展而逐渐形成的历久不衰的产品或服务项目，从溯源的角度来讲，这就是老字号的缘起。老字号承载的深厚的工匠精神和民族历史文化特征，既是商业历史的记忆，也代表了商业文化的多样性。

扎根于中国文化的思想有非常强的生命力，通过研究老字号的企业文化基因不难发现，“中华老字号”企业核心价值观中的“诚”“德”“和”“义”“精”“仁”“善”“勤”“合”“聚”等均出自易学文化以及诸子百家学说，而且主要以儒家、道家和法家为主。中华优秀传统文化博大精深，经过几千年的沉淀，已经全面融入到中国人的价值观念以及一言一行中了。

“中华老字号”在企业理念中自觉传承中华优秀传统文化。以《易经》为例，《易经》是中国最古老的经典之一，是中华优秀传统文化的重要代表，滋养了众多的企业文化。同仁堂、张一元、吴裕泰等名字都来源于《易经》。同仁堂取名自“同人卦”，意在以“天火同人”，倡导医者仁义之心；张一元取名自“乾卦”，意在以“元亨利贞”倡导顺应天道自然；吴裕泰取名自“泰卦”，意在以“小往大来”表示安泰与顺利。

谈起产品质量与服务，对于老字号企业来说首倡的应是“诚信”二字，这也是先秦诸子所倡导的精神。儒家学派的代表人物孔子说：“人而无信，不知其可也。”同时，孔子还认为“与朋

友交，言而有信”“民无信不立”。《礼记》说：“诚者自成也。”《中庸》说：“诚者，天之道也。诚之者，人之道也。”《老子》说：“诚全而归之。”《庄子》说：“真者，精诚之至也。不精不诚，不能动人。”《韩非子》说：“小信成则大信立，故明主积于信。赏罚不信，则禁令不行。”更值得一提的是商鞅“徙木为信”成为法家讲诚信的经典案例。对于企业而言，诚信是企业生存和发展的重要基石，既是宝贵的无形资产，也是企业参与市场竞争的一张王牌。

从儒家、道家、法家等传统文化中挖掘和梳理对老字号企业文化建设有启迪的传统文化的精髓，势必会成为老字号企业应该做的事情，也是一件很有价值和意义的事情。通过挖掘、梳理和老字号企业文化相关的传统文化的精髓，可以给当下的老字号企业展现一个文化基因的全景图，从而可以从中汲取营养并厚积薄发。

二、老字号的文化 IP

如果说对老字号文化基因的研究可以让我们在中华优秀传统文化的海洋中潜入得更深，那么，对老字号文化 IP 的研究将会使老字号企业以及它所承载的使命走得更远。

IP 是“知识产权”的英文缩写，在当下数字经济的语境环境下可以理解为文创作品的统称。易学以及诸子百家思想中的重道德、重德治、重自律等思想在老字号企业文化形成过程中起到了凝聚底蕴的作用，而文化 IP 的塑造则能让老字号“活起来”“火起来”，实现创造性转化、创新性发展。

（一）IP 崛起的背景和技术支撑

2017 年，商务部会同十个部门联合下发了关于促进老字号改革创新发展的指导意见，提出了老字号线上线下融合发展，支持“老字号+互联网”，引导老字号与电商合作发展基础设施网络，发挥老字号的品牌价值等多项具体任务。“互联网+”促进了新业态、新生态的转向趋势，移动互联网、自媒体、手机时代的各种基础设施更是孵化互联网新物种——IP 的基础条件，品牌 IP 应运而生。需要强调的是，品牌并不等于 IP，品牌承载的是产品，是人与企业之间的一种良性互动，而 IP 可以承载图片、文字、音视频等多种文化创意形态，承载的是消费者对企业的信任。

近日相关人员对几家中华老字号企业的相关负责人做了线上访谈调研，对老字号企业的发展现状以及在品牌振兴方面所遇到的问题有了一定的了解。老字号在品牌振兴方面遇到的挑战，究其原因离不开对老字号文化基因的深入挖掘，以及在新时代借助数字化手段对老字号文化 IP 的塑造。本文成稿时，恰逢文旅中国元宇宙首届生态大会在福州召开，一个深刻的感受就是中华优秀传统文化拥抱数字经济的时代已经扑面而来。总的来说，研究老字号的文化 IP 不仅要了解其诞生以及崛起的背景，更要对其技术支撑有一些分析研究。

基于大数据以及大数据技术的不断发展是必要条件。以电商为例，消费者在与电商互动的过程中会产生海量的数据，电商可以借助机器学习和深度挖掘的技术对消费者数据进行智能分析，深度挖掘线上消费人群特点及偏好，在产品的设计、产品规划、产品研发初期进行相应的参考，以

此进行反向定制，从而不断满足消费者的诉求。在大数据技术的加持下，消费者的产品体验更加个性化、年轻化。

区块链技术的不断发展为文化 IP 的创新提供了各种可能性。结合数字藏品、元宇宙文化艺术等新概念，IP 可以形成独特的文化传播能力。以《时尚》杂志为例，在文旅中国首届元宇宙生态大会上展示的“特熊猫 IP”就具有极强的文化传播能力，时尚品牌在元宇宙领域具有无限可能性。老字号企业可以结合当下用户内容自创等模式，借助全球区块链生态，实现品牌内容的创新，从而在国际领域快速传播，逐步形成独特的国潮文化生态。

（二）IP 让老字号进一步“活起来”“火起来”

在政策支持以及技术加持之下，IP“活起来”了，它不但代表了一种新的话语体系和叙事方式，更迅速渗透到新的商业生态中来。

老字号开始越来越多地触摸年轻人的脉搏，不断追求年轻化、时尚化、国际化，纷纷开始“二次创业”。

不仅如此，老字号还会通过跨界营销的方式提升自己的 IP 影响力，让自己的 IP 进一步“活起来”“火起来”。这里就以一些中华老字号企业与故宫的 IP 跨界营销为例。故宫本身就蕴含着丰富而深厚的传统文化资源，这也是其能成为文化领域超级 IP 的重要基础，当有 600 多年历史的故宫开始 IP 实践的时候，这个巨大的 IP 宝藏一夜之间就“火起来”了。当这些中华老字号企业与故宫强强联合、相互借力，也就达到了共享共赢的效果。

IP 正在以新的话语体系和情感连接方式改变传统的观念模式并重构新的商业模式，而 IP 的情感营销为解决老字号品牌这一困境提供了各种可能性和想象力。从传统到现代，从西方到东方，新的商业营销趋势正在通过 IP 的不断构造达到相互渗透与融合，老字号在新商业时代迎来了新的发展机遇。

三、老字号的品牌振兴与国际传播

品牌的概念是工业化时代的产物，而 IP 是互联网时代的产物。我们在调研中华老字号企业的过程中了解到，企业的主要挑战就是品牌振兴与数字化转型的滞后，这看似是两个问题，但我们顺着文化基因与文化 IP 的思路来梳理，发现其本质上又是一个问题。老字号的文化基因让老字号有了有深度和厚度的底蕴，而老字号文化 IP 的打造让文化基因插上了技术的翅膀，并以国潮新生态的方式飞向了大江南北，飞进了千家万户。由此可见，文化基因和文化 IP 是老字号企业品牌振兴的一体两翼，做好两者的有效融合与对接，对于老字号企业来说势在必行，这也是解决老字号企业数字化转型滞后的重要途径。

我们正处在中华民族走向伟大复兴的新征程上，在讲好中国故事、传播好中国声音的行动中，老字号更应该不断奋发并引领潮流，让这张国际交往中的“中国名片”发挥其应有的作用。

（摘自《中国文化报》2023 年 5 月 16 日）

主客共享视角下，传统村落文旅公共服务高质量融合供给探析

民族要复兴，乡村必振兴。党的二十大报告强调“全面推进乡村振兴”，指出“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村”“统筹乡村基础设施和公共服务布局，建设宜居宜业和美乡村”。传统村落是中华优秀传统文化的重要载体，是中华民族宝贵的物质遗产，作为乡村地域单元，也是实现乡村振兴和共同富裕目标的薄弱环节。传统村落通过乡村旅游焕发新的生命力，但仍然面临人口与文化空心化、过度商业化、传统原貌消退，内生动力不足等问题，如何推动传统村落保护与文旅融合发展、互促共赢是近年来我国社会各界关注的热点话题。

构建主客共享美好生活新空间是推进文旅融合发展的关键。时下，人民群众的旅游需求已从“有没有”转向“优不优”，由追求数量到注重质量的变化。渴望广泛、深入地进入目的地居民的休闲场所和日常生活空间，欣赏美丽风景、体验美好文化和生活。随着传统的“本地居民—游客”二元空间边界逐渐模糊，公共文化服务和旅游公共服务在发展过程中出现不断的交叉和重合，如何有效发挥叠加优势为居民和游客服务，成为深化文旅融合发展的重要内容。本地居民与游客共享自然、文化、社会资源的“主客共享”场景得到广泛关注，共建共享成为传统村落发展新动能。探讨主客共享视角下传统村落文旅公共服务融合供给路径，既能满足民众文化和旅游需求，又能增强人民精神力量，充分彰显党和国家“以人民为中心”的民生观和发展观。

一、明确融合供给目标

秉承“宜融则融，能融尽融”的发展理念，按照“标准化、个性化、差异化”的发展思路，协同推进公共文化服务和旅游公共服务，提升文旅资源共享和服务效能，为居民和游客提供多样化、高品质的文化体验和旅游享受，培育传统村落成为主客共享的美好生活新空间。在文旅深度融合趋势下，公共文化服务和旅游公共服务不断出现交叉和重合，本质上折射出我国民众文旅公共服务需求情境的变化，从前期追求温饱、健康等基本公共服务均等化，向追求尊重、自我实现等对美好生活向往和追求的更高层次需求发展。充分挖掘和利用传统村落田园风光、农耕文明、历史村庄景观等资源优势，以需求为导向精准供给，融汇文化之美、融合旅游资源、融通社会力量、融入百姓生活，实现历史与人文共融，生态与山水同美的“产居游共融、人景村共享”的供给目标，切实增强人民群众的自豪感、获得感和幸福感。

二、探索融合供给途径

“以文塑旅、以旅彰文”是公共文化服务和旅游公共服务融合发展的基本原则，找准融合的切入点，达到两者从形式到内容的深度融合，创造文旅公共服务新场景。首先，将传统村落的公共文化服务设施、产品、活动融入旅游功能。比如，将游客中心功能融入文化站、图书馆、村史馆、党群服务中心的服务，提供旅游公共信息、咨询、求助、投诉受理、景区讲解志愿服务等。根据主客需求差异和淡旺季游客量差异，对主客兼容空间进行复合功能定位，形成分时利用模式，可以有效解决公共文化资源的相对闲置、内部小循环、覆盖率低等问题。其次，加强传统村落旅

游和文化赋能。优化古建筑（民居、祠堂）、公共景观（水塘、戏台、主巷通道）以及主客交汇聚集的休憩场所（河埠头、桥、休闲亭）等公共空间的品质；挖掘与展现乡土特色文化与民俗风情，建设新型公共文化空间（公共文化书院、文创店、咖啡店），将非遗传习场所与研学旅行相融合，提升文化和旅游体验。打造主客共享基础设施、公共服务、人居环境，集教育性、艺术性、体验性为一体的共享村落模式。

三、创新融合供给方式

目前，我国一些乡村地区的公共文化服务还存在供给模式单一，供给悬浮化、碎片化，供需错位、不匹配，供给设施不完善、利用率低等问题；一些旅游公共服务则存在有效供给不足、运营效能低下，以及旅游经济效益和社会效益并重发展，导致旅游业与旅游公共服务边界模糊等问题，两者的供给机制均以政府为主，市场供给的份额较少，社会供给力量微乎其微。对此，笔者认为，应激发公共服务机构在文旅融合发展中的辐射带动作用，以第三部门作为重要补充，构建政府主导，社会组织、企业、乡土人才等社会力量共同参与的权责分明的多元供给体系，通过良性竞争、政府购买服务、PPP模式等，提升文旅公共服务效能和供给质量。传统村落存续通常有其自身的发展逻辑和乡约民俗，因此，在供给方式上不仅要关注外部环境（如乡村振兴助推和政府主导提供），更要强调内生于在地村落的内生力量的参与，充分发挥当地村民的积极性、主动性、创造性，培育社会组织，扩大供给主体，推进政府主导型与传统村落内生型的文旅公共服务供给。同时，强调借助数字信息技术的平台功能，实现文旅公共服务渠道、内容和管理方式的创新，塑造公众公共文化参与主体性，创新供给方式。

四、优化融合供给结构

高质量的供给是人们向往美好生活的重要组成部分。目前，文旅公共服务属于有需求但还未实现有效满足的领域。因此，文旅消费需求呈现的新变化应提升供需适配性，尽快优化供给结构，通过高质量供给创造和提振有效需求，促进新的供给和产业体系形成。根据上述分析，本文提出融合供给结构优化方向，一是建立“政府主导、市场运作、社会参与”的供给机制。二是推进现代化技术与传统文化融合，提升文旅公共服务供给效率。三是建立区域协同发展机制，共同推进村落文旅公共服务提升。传统村落的文化和旅游资源通常具有连锁区域效应，需要建立区域协同发展机制，同时加强与其他相关行业的协同发展，促进村落文旅公共服务的互动、交流和共同发展。四是培育乡土人才队伍，提升文旅公共服务效能。乡贤参与乡村治理具有独特的权威性和信任感，能加深村民对乡贤参与基层治理的接受程度。同时，加快乡村复合人才的培养和引进力度，注重引进示范引领型人才，着力解决人才待遇问题，让优秀人才愿意扎根乡村。

五、结语

传统村落文旅公共服务融合供给最终应落脚于村落基础设施建设、社会服务功能提升、社会治理改善、产业协调发展、城乡融合发展、地方优秀传统文化传承与弘扬等方面，需发挥优秀传统文化积淀优势，呼应人们对乡愁和传统记忆的诉求，探索主客共享的“美好生活型”公共服务

的供给体系。发展村落特色产业、拓宽村民增收致富渠道是融合供给的根本动力；着重突出传统村落旅游的文化内涵是本质要求；鼓励创业创新，将传统手工艺传承（饮食加工工艺、传统建筑营造工艺、工具机械制作工艺、编织扎制工艺等）运用到旅游吸引、旅游接待服务是重要方式；加大对村落旅游的扶持力度（政策支持、资金扶持）是必要条件；增强村落旅游宣传力度（旅游推介会、举办节事活动、公共形象宣传等）是重要手段；重视乡村精英群体的治理角色，引导青年回流，挖掘内生力量是核心内容；体认出由文旅融合引发的公共服务新的发展空间，做好科学系统的顶层设计是关键要素。扎实推动传统村落产业、人才、文化、生态、组织振兴，认真挖掘农业+旅游+文化+创意元素，让业态活起来，让游客住下来，让群众的生活慢下来，共同建设主客共享的宜居宜业和美村落。

（摘自《中国文化报》2023年5月23日）

故宫元素在文创产品设计中的运用

随着人们生活水平的不断提高，在满足日常需求的同时，人们越来越注重精神上的追求，许多文化创意产品逐渐进入大众的视野。“文创”是近年来的热词，我国各地的博物馆也不断加强自身文创产品的创新设计，推出了一系列具有深厚文化内涵的文创产品，深受人们的喜爱和欢迎。故宫博物院及其珍藏的各种文物遗产，蕴含着深厚的历史底蕴和文化元素，为文创产品的设计提供了丰富的资源和灵感。文创产品设计者要深入了解故宫的多种文化元素，领悟故宫元素的精髓，探索故宫元素与文创产品的结合点，加强理念与技术手段的创新，不断创造出传统与现代并存的文创产品，从而进一步继承和弘扬中华优秀传统文化。

故宫元素在文创产品设计中应遵循的原则

将故宫元素运用于文创产品设计中，可以很好地推动中华优秀传统文化的保护与传承，现代社会对文创产品的设计来说既是机遇又充满挑战。将故宫元素运用于文创产品设计中应遵循以下原则：

第一，设计的文化性。文化是文创产品设计活动的核心和灵魂。运用故宫元素进行文创产品设计是一种文化活动，是将中华优秀传统文化与现代生活相结合的特殊形式。文创产品承载着故宫几百年来积淀下来的文化内涵，在文创产品设计过程中，不仅仅是对中华优秀传统文化元素的传承，也是对中华传统工匠精神的一种传承。文创产品设计者要提高自己的文化素养，深入理解故宫藏品中所蕴含的深厚的传统文化，充分挖掘其文化内涵，运用专业的设计理念将故宫元素的特色与现代产品结合起来，创造出更多能够传递中华优秀传统文化的文创产品。

第二，艺术的审美性。爱美之心人皆有之。人们对美的追求体现在生活的方方面面，随着人们生活水平的不断提高，审美水平也在不断提升，对美的要求越来越高。文创产品设计的目的之一在于吸引消费者的目光，更好地宣传、保护博物馆的文物。因此，提高文创产品的“颜值”就

十分重要。文创产品设计也是一种艺术活动，产品设计者需要具备较高的艺术审美，尊重设计规律，使设计出的文创产品符合大众的审美需要。文创产品设计者要不断加强理论知识的学习，以及专业知识的实践，提升艺术素养和审美能力，深入理解故宫艺术宝库所蕴含的多种文化元素，积极探索多元化的设计理念，不断求新求变，创作出现代与传统完美结合的文创产品。

第三，产品的功能性。产品设计者在进行文创产品设计时，不仅要考虑外观，也要考虑产品的功能性。人们购买文创产品，不仅仅是因为外在形象，还因其所具有的满足物质或精神需求的功能。因此，文创产品既要有观赏性也要有实用性。消费者购买文创产品或用于收藏，或用于日常使用，同时也想更多了解产品背后的故事，以满足对传统文化的渴望与热爱。如果文创产品只注重观赏性而缺乏功能性，就难以真正地与人们的日常生活相融合，满足实用性需求。因此，文创产品设计者在运用故宫元素时，要在设计中不断融入新的设计理念，使文创产品既具有赏心悦目的观赏性又具有功能性。

第四，设计的创新性。在文创产品设计中要体现创新性，这离不开设计者的奇思妙想。好的文创产品在传统的基础上，会为产品注入新的活力，推陈出新。一些设计者在进行文创产品设计时缺乏创新性思维，只是将文化元素简单的堆叠，没有很好地体现出文物的特点，影响了文创产品的多样性和独特性。文创产品设计者要具有创新思维，将文化元素融入当下时尚和科技元素之中，激发消费者对于文创产品的热爱。

故宫元素在文创产品设计中的运用途径

将故宫元素融入文创产品设计中，充分体现故宫深厚的文化内涵，更好地促进中华优秀传统文化的保护和传承。故宫元素在文创产品设计中的运用主要体现在以下几个方面：

第一，故宫建筑元素的运用。故宫的建筑庄重威严、恢宏壮观，是我国古代宫廷建筑的精华，也是世界现存规模最大、保存最完整的木质结构宫殿群。故宫为文创产品的设计提供了源源不竭的资源。文创产品设计者可以从故宫的建筑中获得设计灵感，将故宫恢宏的建筑与人们的生活结合起来，设计成日常生活中的产品，丰富人们的物质世界和精神世界。例如，卯榫结构是故宫建筑的一大特点，将故宫建筑与玩具积木连接起来，将故宫建筑群等比例缩小设计，制造成玩具积木，可以是整体宫殿，也可以是宫殿建筑的一部分，很好地满足了积木拼装爱好者对中华优秀传统文化的喜爱，也让人们在拼接的过程中更加了解卯榫这一中国传统建筑结构的特色。

第二，故宫图案元素的运用。故宫博物院里收藏着大量珍贵的文物，是中华优秀传统文化的集中展现，蕴含着深厚的文化底蕴。故宫中的图案种类多样、各具特色，建筑物的装饰、服装饰品等都有不同的图案纹样，包括动植物纹、器物纹、几何图案纹、龙凤纹、字形纹等，为文创产品设计者的创作提供了很多灵感来源。例如，故宫出品的床品四件套中，就运用了故宫建筑上的装饰图案——龙凤纹，被罩上印有凤凰图样，床单上印有龙纹样，整个床品组合成一套完整的龙凤图案，传递着龙凤相依、龙凤呈祥的美好寓意。故宫出品的一系列办公用品中，也印有各种故

宫元素的纹样，比如大象、仙鹤、喜鹊等动物纹，梅兰竹菊等植物纹，丰富着文创产品的样式，彰显着拥有故宫元素文创产品的独特魅力。

第三，故宫人物元素的运用。故宫博物院的书画藏品是馆藏的重要部分，其中包括大量人物绘画作品，形态各异的人物造型为文创产品设计提供了丰富的创作资源。文创产品设计者可以人物元素为灵感，设计成可爱有趣的文创产品。例如，故宫公开了雍正皇帝奏折批语中写的“朕就是这样的汉子”“朕亦甚想你”，让人们看到了与印象中截然不同的雍正皇帝。设计者利用这些元素创作出了许多Q版的雍正皇帝形象，制作成表情包、卡片、摆件等文创产品。将这些人物元素及背后的故事与现代社会情境结合起来，创作成形式多样的文创产品，极大丰富了人们的生活。

第四，故宫宫廷文化元素的运用。故宫是明清两朝的皇家宫殿，共住过20多位皇帝，有着丰富的宫廷文化。展现宫廷文化的古装剧深受观众喜爱，人们对宫廷文化的兴趣十分浓厚。宫廷文化涉及的范围很广，包括服饰、器物、家具、礼仪等都是宫廷文化的体现，是故宫元素与文创产品融合的又一渠道。文创产品不仅仅是具体的产品，也可以是文化服务。文创产品设计者可利用故宫中的宫廷元素，打造宫廷文化体验项目，让消费者身临其境地体会以往宫廷的生活，增加消费者的生活体验，丰富文创产品的形式。

近年来，随着我国文创产品行业的迅速发展，各地博物馆都在利用本馆藏文物的文化元素进行文创产品设计，大大提高了文创产品的艺术价值和经济价值。文创产品已远远超出旅游纪念品的一般意义，而成为人们追捧的产品。文创产品设计依托丰富的故宫元素，充分展现故宫中各种文物的风采。如何更好地挖掘、利用故宫元素进行文创产品设计，是文创产品设计者常常思考的问题。在设计文创产品时，要遵循设计的文化性、艺术的审美性、产品的功能性和创新性，兼顾文创产品的艺术价值和功能价值，激发人们对故宫文化的热情和求知欲，在刺激旅游经济发展的同时传播弘扬中华优秀传统文化。

（摘自《中国文化报》2023年6月9日）

责任编辑：杨家铃

组稿：周文婷

本期摘编：贵阳市图书馆

校 对：杨家铃 周文婷

排版打印：咨询辅导部
