

天津西青——

运河寻“遗”

本报记者 周琳

2023年以来,天津市西青区以“运河明珠·活力新城”文化旅游年为主线,创新产业融合,共接待游客4415.85万人次,综合收入44.07亿元,同比分别增长71.2%、143.48%,文旅产业激发经济活力的作用凸显。

激发潜力

“水深则鱼悦,城强则贾兴”。天津杉杉奥特莱斯商业管理有限公司副总经理王萍对这句话深有体会。随着文化旅游年系列活动陆续展开,杉杉奥特莱斯结合西青区文旅资源策划了多场精彩活动。商场最近1个月总客流量达120万人次,总销售额达2亿元。今年中秋国庆假期,商场还邀请奥运冠军和天津本地百姓喜爱的运动员参与商场承办的相关活动。9天内,商场客流量达86万人次,销售额达1.15亿元。

西青区文旅局党组书记、局长杨万松说,西青区是首批国家文化和旅游消费试点城市、首批市级全域旅游示范区,古镇文化、民俗文化、漕运文化等在这里汇聚交织。“运河明珠·活力新城”文化旅游年活动历时10个月,组织了全区近50家景区、20余家大型商贸综合体、200余个体育场,推出非遗体验、金秋文旅消费季、美食文化旅游节等十大主题近百场文旅活动。同时,西青区还为游客奉上《遇见古镇,一场说走就走的旅行》等一批精品旅游攻略。

目前,西青区正在筹备“第27届杨柳青灯展”,力求让游客留下来、让消费活起来,为文旅产业发展蓄势赋能。

拓展空间

木版上均匀地涂上墨汁,放上一张宣纸,再将每一处位置“拓”好,《五子登

科》年画轮廓跃然纸上。在第五届“运河记忆”非物质文化遗产宣传展示活动现场,杨柳青木版年画“玉成号画庄”展出的新年画引来不少人驻足。来自乌兹别克斯坦共和国的天津师范大学留学生叶昭,在杨柳青木版年画传承人的指导下,亲手制作了一幅杨柳青年画。“玉成号画庄”第七代传承人张宏,致力于杨柳青年画传统技艺的传承与发展。在保留传统技法的基础上,他融合现代技术推陈出新,将年画与吊钱结合起来制作成年画吊钱,把年画从纸上画到团扇上,不断丰富年画的形式。

张宏介绍,从2021年开始,他与清华美院合作,每年手工刻制生肖主题版画;与设计师合作“世象新语”杨柳青年画周历笈;与支付宝合作开发数字藏品,开展春节扫福活动;与OPPO手机合作设计小欧版“连年有余”并用动漫形象,赋予年画更旺盛的生命力。

叶昭说:“西青区的文旅资源很丰富,名胜古迹也多。我对武术和画画都非常感兴趣,今天体验了年画制作,过两天我还要和朋友去参观霍元甲纪念馆。”

“运河记忆”非物质文化遗产宣传展示活动,是2023年西青区“文化+非遗”的品牌活动,来自京、津、冀、鲁、苏等地的100余个非遗项目参与其中。2023年,西青区还举办了首届“天津大运河文化带与非遗系统性保护”论坛,邀请非遗主管部门、专家学者和部分非遗传承人一同讨论天津非遗保护传承,深入挖掘非遗的文化内涵。

近年来,西青区大力支持文化旅游产业发展,鼓励打造文旅品牌。2021年为天津热带植物园观光园、霍元甲武术学校等文旅企业和项目兑现支持资金586万元,2022年为第六埠村、水高庄村、大杜庄村3个国家级乡村旅游重点村兑现支持资金300万元。

西青区文旅局副局长刘青说,西青区将持续深入挖掘杨柳青木版年画等特色文化资源,让非遗更好地连接百姓美好生活,焕发光彩。

赋能乡村

在2023年中国美丽休闲乡村名单中,西青区杨柳青镇白滩寺村榜上有名。这个百年老村始终保存着村居原始风貌,位于子牙河、中亭河、卫河三河交汇处,地理位置优越。2023年9月份,海河试通航,游船从下游码头逆流而上,停靠的终点便是这里。

白滩寺村不仅风光秀美,还拥有粉彩瓷器绘画、叶雕、津派彩烙画、宋氏熟梨糕等不少独门老手艺,被誉为津城近郊独具特色的乡村文化体验地。当地曾有一片闲置厂房,多年前用于加工汽车零部件。近年来,村里把2000多平方米的闲置厂房改造提升,建起了研学基地,由天津市民俗协会经营组织文化体验活动,展卖上百种非遗文创产品。

这些文创产品中,最吸引人的是叶雕。每当有游客来参观,叶雕艺术传承人刘学会总会热情地说:“秋叶最适合做叶雕,有水分、有韧性,色彩有层次,雕出来有一种天然的美。希望越来越多的人了解叶雕,把这门手艺传下去。”

像刘学会这样的村民不在少数,白滩寺村党总支书记、村委会主任王广宇说:“每年,天津市民俗协会等部门支付村集体20万元的厂房租金。全年经营性收入超过200万元,村里可以再分红10%。有不少村民在研学基地学习非遗技艺,做成的工艺品按件获得提成。”不仅如此,白滩寺村还组织这些传统技艺申报区级、

市级非物质文化遗产项目。未来,还会研发相关特色文创产品,打造白滩寺村独有的乡村特色文化品牌。

西青区文旅局副局长任震怀表示,下一步西青区将以“民俗、生态、亲子研学、农事体验”为特色,打造“环市区民俗及生态体验”示范片区。同时,还将支持把区内热带植物园打造成航天生物科普园,引导支持王稳庄镇、辛口镇创建市级全域旅游示范区。

日前,天津市西青区辛口镇生态六埠第二届冬捕节开幕。田建摄(中经视觉)



日前举行的“运河明珠·活力新城”2023天津市西青区文化旅游年启动仪式现场,游客正在参观。李妍摄(中经视觉)

东北小城冰雪热

本报记者 吴浩

入冬以来,全国各地的游客涌入黑龙江省,到冰雪大世界、雪乡等热门景区赏冰乐雪,冰雪旅游人气“火爆”。在黑龙江省绥化市庆安县,当地结合本地冰雪资源,专注冰雪旅游下沉市场,让本地游客在家门口就能体验冰雪乐趣,实现了县域冰雪旅游提档升级。

在庆安县望龙山国家森林公园滑雪场,滑雪爱好者肖丽丽和她的雪友们从山顶飞驰而下,感受冰雪运动的魅力。“我是第一次到这里滑雪,离家不远,而且雪具大厅干净有序、设施齐全。以前这里没有滑雪场,想滑雪只能到外地去,如今方便多了。”肖丽丽说。

2022年,庆安县成功吸引投资,建成并运营望龙山国家森林公园滑雪场。雪场建有600多米长的雪道、1400平方米的雪具大厅和儿童戏雪区,各类雪具一应俱全,并配有专业的安全员和滑雪教练,能够满足普通滑雪爱好者的需求。“经过2022年的运营推广,滑雪场在

周边地区的影响力不断提升。2023年正式营业后,许多滑雪爱好者慕名前来,滑雪运动也成为冬季热门的旅游项目,吸引越来越多的游客前来打卡。”望龙山国家森林公园滑雪场负责人于亚辉说。

为了方便市民体验冰雪乐趣,庆安县在县城近郊打造“绿乡花田冰雪嘉年华”,占地约8万平方米,包含冰雪活动区、稻草迷宫等区域;推出冰上自行车、雪圈赛道等40余种游玩项目,让游客在“赏冰玩雪”中尽情体验冰雪文化。

栩栩如生的大雪人、形式多样的娱乐项目,承载了游客冬日的快乐。“我很喜欢玩这里的滑雪圈和冰雪卡丁车,和爸爸妈妈一起来这里玩非常开心。”坐着雪圈从雪滑梯上滑下,小游客安馨书意犹未尽。

“说到冰雪旅游,很多人第一反应想到的只有玩。这次来庆安才知道,这里把冰雪文化和传统版画融合在一起,令人耳目一新,也让孩子增长了知识。”在庆安县非物质文化遗产展示馆,游客张

文佳看着精美的版画赞不绝口。

庆安版画是省级非物质文化遗产,也是庆安特有的文化符号。入冬以来,庆安版画第五代传承人吴蔚和她的同事们正在创作冬韵主题系列作品,以板为纸、以刀为笔、精雕细琢,一幅幅冰雪美景画作就此诞生。“每年冬季,我们创作本土冰雪版画作品就达数十幅,灵感就来源于当地的冰雪美景。”吴蔚说,希望以版画的形式助力家乡冰雪旅游发展,让更多人欣赏庆安的冰雪之美。

“我们向‘冷’发力,持续打造‘冰雪+’模式,充分挖掘冰天雪地蕴藏的经济价值、社会价值、生态价值和文化价值,实现旅游产品和服务有效供给,优质供给,加快打造全域全季旅游发展新格局。”庆安县文化广电和旅游局局长郭春玲说。



在黑龙江省庆安县望龙山国家森林公园滑雪场,滑雪爱好者尽情享受冰雪乐趣。张自峰摄(中经视觉)

山旅浓情黔西南

本报记者 王新伟 吴秉泽

近日,“三岔河文化节”开幕,来自国内文化艺术界的专家学者集聚贵州省黔西南布依族苗族自治州贞丰县三岔河畔,共享当地的自然之“美”与人文之“魅”。

以文塑旅,以旅彰文。黔西南州委常委、宣传部部长左尚武说,“三岔河文化节”展示了黔西南州布依文化、诗歌文学的艺术魅力,展示了贞丰的文化历史、民族风情,可以让更多人领略黔西南独特的文化底蕴和地方特色。

黔西南州地处北纬25度,被称为“山的王国”,境内喀斯特地貌广布,森林覆盖率达63%。夏无酷暑、冬无严寒,常年气温在14℃到19℃之间,全年有300天以上可以进行户外运动,2019年被中国气象学会授予“中国四季康养之都”。

如何让资源变产值、颜值有价值?黔西南州探索推动文体旅深度融合发

展,努力让绿水青山变成群众增收的“幸福不动产”和“绿色提款机”。

自2015年起,黔西南州相继举办了六届国际山地旅游暨户外运动大会,同时举办了中国国际皮划艇漂流大赛、中国万峰湖野钓大奖赛等一系列山地体育赛事,以山水为媒,吸引世界各地游客的目光,扩大了该州山地旅游的影响力和知名度。

2023年,黔西南州又紧紧围绕“万峰林半程马拉松”赛事品牌,积极谋划“1个季节举办全程马拉松,3个季节举办半程马拉松,适时举办若干主题路跑”的“1+3+N”路跑模式,打造中国路跑基地。同时,该州在万峰林马拉松赛道沿途将半月弯、八音堂、乡愁集市体验场景固定化,让游客沉浸式体验该州的民族文化、美食文化,推动文旅、农旅、体旅、商旅深度融合。

此外,黔西南州大力实施旅游业态

升级行动,推动兴义万峰林景区、贵州醇景区等16个旅游景区提质扩容,以民宿和花海为基础,推出生态康养游、户外运动游、茶旅养生游等精品旅游线路,一批如兴义“纳具·和园”康养小镇、云屯国家森林公园康养基地建设等康养旅游项目陆续投入运营。

以良好硬件为基础,黔西南州分季节打造特色文旅产品。春天开展“人间仙境·花海天堂”特色赏花旅游活动,夏天、秋天、冬天分别推出“游兴义·享清凉”山地特色避暑体验产品、“心系非遗·情系兴义”民俗非遗体验产品和“健康长寿之泉·养生休闲之地”温泉康养度假产品。文旅旅的深度融合,吸引不少人到黔西南州开办民宿,从“游客”变成“留客”,吃上了旅游饭。

2016年,原本在广东发展的陆振军夫妇来到黔西南州兴义市万峰林街道的

下灰灰村,租下一座民房办民宿,“这里山美、水美,民风淳朴,来了就不想走了”。在陆振军的带动下,他的儿子大学毕业后,也来到万峰林办起了民宿。

左尚武介绍,黔西南州目前共有民宿客栈477家,仅万峰林区域就超过200家,兴义市成为全国唯一拥有2家甲级民宿的县级城市。

以“山地”为媒,旅游产业路越走越宽,“万峰成林处 阳光黔西南”的品牌日益响亮。2023年1月份至10月份,黔西南州共接待国内游客3735.43万人次,实现旅游总收入360.79亿元,同比分别增长29.11%、38.59%。

从前,大山是制约发展的桎梏;如今,黔西南州已蜕变为游客“沉浸式”体验山地旅游及户外活动慢生活的首选地。



西青区生态六埠第二届冬捕节开幕式

依靠直播间的点赞和打赏,不少剧团正走出低谷。数据显示,2022年全国艺术表演团体开展线上演出直播7.63万场次,在抖音平台上,已有92家文艺院团的1145名演员开了直播,过去一年打赏收入同比提升4倍。直播间已成为剧团的第二舞台。

随着各地深化国有文艺院团转企改制,不少剧团从单一的创作表演团体转变为参与市场竞争的经营主体,财政支持方式和自身运行模式发生巨大变化,剧团需要直面市场,直接应对票房压力、人才流失、受众流失等问题。加之前几年线下演出市场不景气,剧团收入不足以覆盖运营成本。2022年,全国艺术表演团体演出场次同比下降28.6%、国内观众下降6.6%、演出收入下降28.4%,资金压力更加凸显,寻找新舞台成为现实需要。

与此同时,《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,推动线上线下融合发展,引导文艺表演团体利用新媒体、新技术开展线上直播。这为剧团探索“线下演出+线上直播”融合发展业态创造了可期前景。

对这些剧团来说,直播意味着有了新的收入来源:观众打赏提供了额外的资金支持,赞助和广告也能增加营收,一些剧团借助直播流量“反哺”线下票房增收,形成良性循环。同时,直播还意味着更多的发展机会,直播间突破线下演出时间、空间限制,观演成本更低,吸引了更广泛的观众,有助于扩大其影响力和知名度。

剧团在直播间寻找增量的同时,一些问题仍有待解决。例如,与现场演出相比,观众无法与演员面对面互动,氛围感的缺失影响了观赏体验。对一些资金有限的剧团而言,无法购入专业直播设备,缺乏专业直播人才,线上经营层面也不成熟,直播效果难以保证。

针对这些问题,剧团需要更用心策划和选择节目内容,推出适合在线观赏的作品,确保演出内容能够迎合互联网观众的审美需求。直播时,还要注意增强观众的参与感,积极回答观众提问、进行在线交流、提供即时评论等,与观众建立更紧密的联系。

直播并非把线下演出照搬到线上,剧团需要结合手机直播特点进行创新,将直播技术与传统演出相结合。例如,通过使用多个机位、切换镜头角度、增加特殊效果等方式打造独特表演效果;注意舞台布景、服装设计等细节,尽可能还原、丰富演出的质量和艺术表现。

营销推广或许能带来意外收获,剧团不妨通过社交媒体、网站等渠道加大宣传力度。或是发布预告片、花絮等来激发观众的期待,抑或是用多个账号形成矩阵共创,积极寻找赞助商,与其他艺术团体或机构合作,共同提高直播的影响力。

借助直播,相关协会、平台可以与剧团实现更大范围的共赢。对此,平台方可以在内容策划、流量支持、运营服务、品牌建设等方面为剧团直播提供助力,帮助试水直播的剧团步入正轨,帮助步伐不稳的剧团渐入佳境,这也有助于丰富网络文化产品供给,更好满足市场需求。

本版编辑 李静 姚亚宁 美编 王子莹

游客在贵州省黔西南布依族苗族自治州兴义市万峰林景区观光游览(无人机照片)。(新华社发)