

文旅产业高质量发展呈现新面貌

王珂 黄娟

侗族大歌婉转悠扬,木构鼓楼高高矗立,贵州侗寨将少数民族文化与现代旅游体验相融合,为游客呈现文旅大戏;千米长街灯火如昼,AR 古塔画卷光影流转,陕西西安以深厚的历史文化底蕴,向游客展示古今交融的独特魅力……在以文旅旅旅,以旅彰文的过程中,文旅融合释放新活力。

习近平总书记指出:“文旅融合前景广阔,要推动文旅产业高质量发展,真正打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业。”

近年来,各地区各部门加快推进旅游业供给侧结构性改革,创造出更加丰富的优质供给,文化和旅游深度融合发展呈现勃勃生机。文化和旅游融合发展游客37.32万人次,同比增长24.48%;旅游综合收入3.82亿元,同比增长25.36%。

旅游是综合性产业,是拉动经济发展的重要动力。各地区各部门注重发挥旅游业的综合功能,不断完善现代旅游产业体系,推动旅游业规模持续扩大、质量不断提升、综合效益日益增强。

市场欣欣向荣,为经济发展注入动力——

“还没进寨门,就感受到了浓浓的文化味。”在贵州黔东南苗族侗族自治州黎平县肇兴侗寨门前,正在观看表演的辽宁游客古秋悦连连称赞。

芦笙手一字排开,悦耳动听的乐声中,身着民族服装的姑娘们翩翩起舞,银项圈叮当作响。待芦笙余音渐歇,侗

族大歌又流淌而出。

“寨里这些‘摸得着’的历史,让大家吃上了‘旅游饭’。”站在一处民居旁,肇兴村党委书记陆卫敏说。文化和旅游融合发展,不仅让传统技艺焕发新生,更成为吸引游客的“文化磁场”。今年上半年,肇兴景区接待游客37.32万人次,同比增长24.48%;旅游综合收入3.82亿元,同比增长25.36%。

旅游是综合性产业,是拉动经济发展的重要动力。各地区各部门注重发挥旅游业的综合功能,不断完善现代旅游产业体系,推动旅游业规模持续扩大、质量不断提升、综合效益日益增强。

供给不断创新,增强了人们出游的获得感、幸福感、安全感——

在大唐不夜城里与“古人”对诗,在大唐芙蓉园里观看杂技,在城墙景区欣赏精彩演出……西安的一系列沉浸式数字体验、沉浸式演艺、沉浸式场景,给市民游客带来视觉、听觉甚至触觉的全

新体验,有力促进了文旅消费。

“走进街区,仿佛穿越回古代,这种感觉太奇妙了。”在“长安十二时辰”主题街区,来自湖南长沙的游客李佳说。在这里,游客可以体验到角色扮演的乐趣,“穿梭”于不同历史时空,深度参与街区活动,在互动中感受中华优秀传统文化的魅力。

优质供给是激发人们出游热情的关键。各地区各部门紧跟文旅消费需求新趋势,持续提升传统业态,培育新业态、新场景,推动旅游与文化、体育、商业、农业等加速融合,推出品质化、多样化、个性化产品。

文旅融合发展,旅游成为传承弘扬中华优秀传统文化的重要载体——

十几张长桌摆成一排,米饺、小花茶、剪纸、棕编……从食品到手工艺品,琳琅满目。在安徽安庆桐城市六尺巷景区非遗集市,非遗代表性传承人站在摊位前,热情洋溢地向游客宣传推介。

夜幕降临,一阵锣鼓响,六尺巷的“五亩园”演出精彩不断,黄梅戏、单口相声、桐城歌轮番上阵。台上艺术家表演不停,台下观众也互动唱和,“能在旅途中体验非遗,感觉很有意义。”来自浙江杭州的游客郭威说。

文化产业和旅游产业密不可分。各地区各部门坚持用中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化培根铸魂,加快推动文化和旅游深度融合,精心打造出更多体现文化内涵、人文精神的特色文化和旅游产品,让人们在旅游的过程中感悟文化之美,增强文化自信。

文化和旅游部相关负责人表示,文旅产业在促进经济转型升级、引导扩大消费、满足人民对美好生活的向往等方面发挥着越来越重要的作用。“要深入贯彻落实习近平总书记重要讲话精神,努力营造暖心、舒心、放心的消费环境,不断推动文旅产品和业态迭代升级,为人民群众提供更高品质的旅游体验,推动文旅产业高质量发展。”

慧眼评诗

临江仙·童趣

唐琢

好似穿花蝴蝶,又如过隙精灵。频频笑语放歌声。追逐扬水花,舞蹈亦轻盈。

湖畔初凉入夜,天空升起新星。犹存兴致倚长亭。今宵酣梦里,童伴几人行?

周殿龙点评:

全词围绕“童趣”主题展开。上片前二句连用两个比喻:蝴蝶、精灵。一实一虚,准确地描写出儿童活泼可爱的动态形象。接下三句具体写儿童的游戏活动。有笑语,有歌声。有追逐戏水,亦有轻盈舞姿。一派欢乐场景,尽显盎然童趣。下片转而写时光流转,不觉已是初凉入夜,新星闪烁。这两句是以夜景烘托孩子们的快乐心情。大有李易安“兴尽晚回舟”的意境。接下一句直写“犹存兴致”,为孩子们傍晚快乐时光做结。“倚长亭”,以静衬动,此时之静恰是此前动之延续。天晚即将归家。一个美好傍晚的结束,也是另一个美好明天的开始。末二句转而写作者自己所感。把作者的看客身份巧妙转变为现实参与者。孩子们的纯真童趣,轻轻拨动了人到中年的作者心弦,油然而生无献感慨。“最是人间留不住,朱颜辞镜花辞树。”也许今宵梦里,又可以回到童年,与几个小伙伴一起重温当年那些难忘的美好童趣吧!全词基调活泼轻快。结尾二句虽有淡淡惆怅,但如孔子所言,“哀而不伤”,恰好适度。语言浅显明快,通畅晓达。

提振消费 释放潜力

文化价值赋能国货潮品消费潜力释放

关利欣

近年来,从汉服、簪花,到国风美妆、“新中式”家居,再到国产IP游戏、电影,这些既符合国际潮流审美又蕴含中国文化基因的国货潮品畅销海内外,成为拉动消费的新动力。国货潮品的崛起并非一时之势,而是消费观念、文化自信与中国制造“同频共振”的结果。

从需求看,国货潮品崛起与年轻消费者的文化认同紧密相关。在消费偏好上,年轻消费者更加倾向悦己与体验消费,更加关注自我价值和情感需求,愿意为国潮产品的设计、特色、创新和新奇体验支付溢价。在品牌认知上,年轻消费者不再盲目追求国外大牌,而是更加青睐国货品牌,热衷于能够彰显民族特色和中国元素的本土品牌。在价值追求上,年轻消费者不只关注物质满足,而是更加注重重消费中文化属性带来的精神满足,购买国潮产品成为文化认同的表现。

从供给看,中国制造转型升级赋予国货品牌更多时尚和潮流元素。随着制造业的不断进步和技术的更新换代,越来越多的国货品牌开始注重产品的品质与设计,突破传统的低端印

象,走向高品质与原创的道路。众多新品牌和老字号品牌抓住流量风口,通过短视频种草、直播带货等营销模式,在消费品中加入传统美学元素等设计特色,或打造专属IP,增强时尚属性,以年轻化的设计在成熟品类中重塑形象,创造出既具现代感又富有文化内涵的产品,推动国货潮品火爆出圈。

进一步释放国货潮品消费潜力,提振消费,扩大内需,需要持续释放国货品牌动能,促进供需在更高水平上实现动态平衡。首先,国货品牌要夯实产品稳定性和创新性基础,不断提升商品服务品质、提供高性价比、增强推陈出新的能力,从而赢得消费者的长期信赖。其次,国货品牌要优化营销模式,结合消费者的个性化、情绪价值等需求,做精做细营销内容,创新线上线下融合的体验型消费场景,加速品牌“破圈”与影响力提升。最后,国货品牌要提升文化价值,增强与消费者的情感连接,通过提升产品服务中的文化属性,展示品牌背后的历史传承与文化底蕴,传递品牌的价值观与文化底蕴,更好满足消费者对文化内涵的需求。

红色游“圈粉”年轻人

吕钟正

湖北武汉,红巷里暑气蒸腾。一栋晚清民居建筑的天井内,不少年轻人被屋内的演出吸引。这部在毛泽东旧居纪念馆内上演的《最后的团聚》,是“武汉1927”沉浸式思政课的一部分。

走过百余历程,武汉积累、留存下丰富的红色资源。来武汉,可以感受这座城市的革命荣光,追寻散落在城市各处的145处红色革命遗存。保护传承和活化利用理念下,一批批新业态铺展开来,红色和工业遗产向年轻一代展现出新活力。

昙华林历史文化街区聚集了众多百年建筑、历史遗迹和名人故居。去年,百年历史建筑全部完成升级,市民和游客争相打卡。“在这里,能感受历史,也有各种好玩的。”游客黄女士说,不少文创店铺和艺术场馆很有趣,还有特色美食,能一站式满足“逛吃购”需求。“今年‘五一’假期,景区客流量日均突破5万人次,其中大多数是年轻人。”昙华林历史文化街区相关负责人介绍。

在武汉市江岸区,以情境体验、沉浸参与、故事分享等创新模式打造的“江岸之光”思政品牌,持续“圈粉”年轻人。借助人工智能讲解,增强现实技术,八路军武汉办事处旧址纪念馆上演了一场“江岸之光·行走课堂”的红色剧游,带领年轻人体验那段烽火岁月。

胜利街与黎黄陂路的交叉口,3座建筑吸引不少游客驻足拍照。武汉中共中央机关旧址纪念馆副馆长万娟介绍,场馆接待的年轻观众明显增多。不少人来到馆内的“时代相馆”打卡,拍摄纪念照片。“一些设置很有巧思。”游客朱金慧说。

不少红色旅游场馆还利用网上“云游”博物馆、直播等多种服务,让红色展览活起来、动起来。在八七会议会址纪念馆尾厅,触摸大屏整合了入党宣誓墙、博物馆导览等多种功能。“知识小竞赛很受年轻人欢迎,成功参与者可获一张纪念馆文创明信片。”纪念馆馆长陶昕敏介绍,去年场馆接待观众超300万人次,其中线上观众约202万人次。

红色旅游展现新风貌,工业遗存也得到保护利用。

北临汉江,南枕龟山,昔日的汉阳兵工厂旧址如今成了汉阳造文化创意产业园。“园区的高大厂房很适合做展览。去年我们举办了100多场活动,吸引了15万观众。”入驻产业园的一家演出场馆的负责人邓晨明介绍。园区举办的艺术展览、文艺演出、科技体验等活动,让这里成为年轻人的热门打卡地及节假日消费聚集地。

管道蜿蜒,高塔耸立,武钢文化旅游区内的武钢一号高炉很有名。“高炉本体被覆以大面积的红色,其外部地面的铁轨予以保留。”武汉钢铁有限公司党群工作部工作人员李秋阳介绍,这个超“硬核”的景区去年接待了21个国家和地区超8万人次参观。

如何让武汉红色资源持续“圈粉”年轻人?武汉市文化和旅游局相关负责人介绍,将深入挖掘相关资源,提炼红色IP创意;推进革命文物藏品数字化和红色博物馆智慧化建设;继续打造红色思政课,开展红色展览进学校、进社区、进乡村等活动。

让知识产权“种子”长成创新“森林”

文雁兵



日前,国家知识产权局在京举办新闻发布会,浙江省有关部门负责人系统介绍了知识产权强国建设的“浙江实践”。

据介绍,截至今年6月,浙江省有效发明专利增长到45.1万件,商标有效注册量增长到491.6万件,数量均居全国前列。同时,浙江省盘活专利富矿,首创专利公开实施制度,唤醒8777件高校和科研机构“沉睡”专利。

创新生态是创新主体在创新环境中协同合作,通过创新资源优化配置,促进创新成果转化和培育创新文化形成的有机系统,对提升国家竞争力和高质量发展具有核心作用。建设创新型国家和推进中国式现代化,离不开知识产权构建创新生态,进而推动高质量发展。当前,我国在知识产权保护力度、服务体系、创造质量、运用效益、制度保障、国际合作等各方面都有了明显改善提高,在构筑科技创新“生态圈”、引领企业出海“国际潮”、赋能产业发展“提新质”等方面表现亮眼。

知识产权只有用起来,才能释放发展新质生产力的“强动能”。科技革命和产业变革加速演进,促进科技成果转化成为我国实现科技自立自强和高质量发展的迫切需求。作为将科学研究成果转化为现实生产力的系统性活动,科技成果转化是一个复杂的系统过程。知识成果转化运用是科技成果转变为现实生产力的一个重要方面。为解决在科技成果转化方面存在的问题,我国出台《专利转化运用专项行动方案(2023—2025年)》《高校和科研机构存量专利盘活工作方案》等众多政策支持,从加强政策激励和提升专利质量两方面着手,边盘点、边推广、边转化,让更多知识产权成果走出“书房”、走进“厂房”。

目前,全国已有2700多所高校和科研机构完成了全部存量专利的盘点和价值分析,筛选出68万件发明专利,纳入可转化专利资源

库,已有45万家企业开展精准对接。此外,专利转化运用政策与科技、金融、财政、人才、产业等相关政策的衔接协同也日臻完善,科技成果转化市场化、专业化服务水平不断提升。比如,在人才端,多地设立“科技成果转化专员”“科技副总”“技术经纪人”,形成知识产权人才服务体系,破解知识产权人才少的困境。

新质生产力的显著特点是科技创新,新质生产力形成的源头是科技创新,知识产权为创新提供激励,对外促进开放的重要作用,不断优化海外知识产权纠纷应对指导体系。世界知识产权组织(WIPO)数据显示,2024年,中国以70160件PCT国际专利申请量位居全球榜首。我国正从产品资源为主的“出海1.0”向知识产权为标志的“出海2.0”跃迁,从“走出去”到“走进来”再到“走上去”,知识产权成为我国企业获取国际竞争新优势的关键支撑。

未来,知识产权作为国家发展战略资源、国际竞争力核心要素、中长期经济社会发展关键动力的作用更加凸显,以知识产权构建创新生态推动高质量发展,应进一步做深做透知识产权的创造、保护、运用、管理、服务“五篇文章”,推动人才链、企业链、创新链、产业链、金融链、服务链互促互融互生,实现撒下一颗知识产权种子,长出一片森林的“创新裂变效应”。