



刚刚过去的国庆中秋假期,许多游客在旅游的过程中,不再是简单的“看山看水看风景”,而是追求那些能带来深度体验和情感共鸣的旅程。

从走马观花的“打卡”,到追求深度体验与情感共鸣的“沉浸”,游客需求的升级,清晰地指向一个核心:文化,正从旅游的配角跃升为灵魂。

如何将这股文化之“魂”巧妙注入旅游之“体”?如何更好地推动文旅融合,提升旅游供给的文化味儿?是文旅发展的一道“必答题”。

新闻多一点

北京杜莎夫人蜡像馆闭馆

9月30日的北京前门大街,3000平方米的北京杜莎夫人蜡像馆迎来最后的“告别”。馆内成龙、周杰伦、关晓彤等99尊名人蜡像静静矗立,只有些许灯光划过,与2014年开业时游客争相合影的场景形成鲜明反差。

这已是杜莎夫人蜡像馆今年在中国关闭的第二家场馆。4个月前,重庆馆悄然谢幕,不止中国市场,近一年多来,杜莎夫人蜡像馆在美国旧金山和土耳其的场馆也陆续摘下招牌。

“因为合约问题,闭馆了,客流一直一般。”前台的工作人员表示,这家2014年开业的场馆,在运营11年后迎来终章。8月起,北京馆的门票已降至99元,但仍难挽客流。

而早在5月,运营近9年的重庆杜莎夫人蜡像馆已悄然闭馆,原址现已变身书店。

“和蜡像合影太老土”,已成为年轻一代消费者拒绝的理由。馆内互动区域流于形式,明星蜡像更新速度赶不上“新晋流量”偶像的迭代,与年轻人的兴趣偏好产生“时差”。

线下体验也在分流。步行在上海杜莎夫人蜡像馆所处的南京西路,500米内便聚集了VR沉浸剧场、实境剧本杀等比蜡像馆体验更有趣、社交属性更强的游玩项目。

“早年游客去蜡像馆,是因为缺乏近距离接触名人的渠道;如今科技打破了这种信息差,静态蜡像自然失去吸引力。”中国主题公园研究院院长林焕杰表示,高成本与低复购的矛盾,更让蜡像馆陷入运营困局。

盘古智库高级研究员江瀚则指出,新一代文旅的稀缺性已从“名人符号”转向“体验独特性、情感共鸣与文化在地性”。

有业内人士表示,新一代文旅产品的赌注并非大IP,市场也不会再给200年的情怀溢价,关键在于能否让“亲子两小时”的短暂体验,升级为“全家两天一夜”的沉浸式叙事。

(据每日经济新闻)

文化正逐渐成为旅游的“精神向导”

游客不再是只看风景,而是追求深度体验和情感共鸣

现象：从“看”到“品”的旅游之变

国庆中秋假期,“文博热”持续升温,“为一座馆,赴一座城”成为众多游客出行的新选择。陕西西安多家文博单位开设新展,以丰富的展览和贴心的服务,迎接各方游客。

走进西安博物院,“碗礁瓷语——碧波启封的丝路时光舱”文物特展是游客必看的重头戏。“展览以清代康熙年间沉没于福建平潭海域的‘碗礁一号’沉船出水瓷器为核心,从沉船发现、考古发掘到文物研究、文化阐释,全面梳理了这批康熙景德镇民窑外销瓷的历史

价值与艺术成就,通过陆海对话的独特视角,生动再现了海上丝绸之路的贸易盛况与文化交融。”西安博物院策展人孙振楠介绍。

登临西安城墙,静默千年的13座军事防御敌楼焕新为公益性展馆于10月1日首次对公众开放,形成了一条串联古今、融通文脉的文化长廊。这条长廊以“城墙历史”“中华文明”“陕西非遗与民俗”三大主题脉络为核心,将军事防御遗迹转化为文化传播载体,实现了从“远观不可近赏”到“家门口的文化客厅”的转变。

今年双节假期,云南普洱景迈山上的翁基古寨游人如织。寨子里几乎家家户户都设有茶室,游客尽可推门而入,不必拘礼,热情的主人会奉上一壶清茶,共享满室茶香。在叁文传统手工制茶技艺非遗工坊,游客品尝着古树茶的醇香,聆听布朗族世代相传的种茶故事,再来上一口满是山野清甜的鲜果,惬意盎然。兴致浓时,更有游客跟随芒景村翁基村民小组的村民叁文,体验采茶、杀青、炒茶、揉捻等制茶环节,最后将普洱茶的韵味封存在亲手制作的茶饼中。

本质：“文化味儿”正成为核心竞争力

如今,越来越多游客不再满足于拍照打卡的浅层体验,而是追求更深层次、个性化的文化体验。面对这样的需求转变,地方文旅该如何创新表达,才能带给游客耳目一新的感受?

夜幕降临,位于河南中牟新区的建业电影小镇响起阵阵惊呼——铁花匠人扬起铁花,万千星火在夜空下绽放。武汉游客李萌举着手机,镜头里的璀璨与身边的欢呼声完美交织,“光影掠过斑驳建筑时,好像穿越回了百年前的老郑州!”这个双节假期,中牟凭借“传统文化+潮流体验”的独特模式,成了众多游客追寻的“诗和远方”。

“我们不做简单的文化堆砌,而是通过多元、深入的呈现方式,让文化真正‘活’起来。”建业文旅品牌部经理刘凯鹏说,“核心是让游客在体验过程中产生深刻共鸣;既能设身处地感受文化魅力,又能与之建立情感连接,最终实现与文化的共情。”

在西安、洛阳、开封等历史文化名城,国风IP、文化遗产、历史故事等元素吸引了大量热爱传统文化的游客;在古老的文化小镇,游客在街巷间体验流传千年的传统民俗,感受烟火气息。非遗工坊、非遗主题线路、非遗表演与旅游紧密结合,游客可以在古镇、村落中亲身体验剪纸、扎染、制陶等传统技艺。

在“国潮风”的带动下,不少景区文创产品成为“爆款”。故宫的《千里江山图》系列文具、敦煌的壁画主题盲盒等文创产品销售火爆;各文博场馆纷纷推出考古盲盒、文创雪糕、主题桌游等创意产品,成为游客“打卡”选购热点。

旅游产业与游戏、动漫、影视主题的结合,进一步拓宽了文旅消费市场。一部受欢迎的影视剧,常常带火一座城市的旅

游——影视剧《繁花》让上海黄河路热度攀升,《我的阿勒泰》助推新疆旅游爆发式增长。继国产游戏《黑神话:悟空》后,2025年暑期热映电影《浪浪山小妖怪》再次带火了山西古建。

据介绍,推动文化和旅游深度融合发展,是“十四五”期间文化和旅游发展的一条主线,也是一大亮点。优秀文化资源得到更加充分的挖掘、利用,更多的文化创意元素有机地融入旅游开发,既让旅游更有内涵、更有吸引力,也让广大游客在旅游中体验文化魅力、获得精神享受,在润物无声中传播价值理念、人文精神。比如将文旅融合纳入国家5A级景区和国家级旅游度假区的等级划分标准,引导各地建设一批富有文化内涵的旅游景区、度假区,推出了一批文化特色鲜明的旅游休闲街区、乡村旅游目的地。

突破：文旅融合之路的“堵点”与方向

目前,文旅融合在各地已成风起云涌之势,成功的案例数不胜数,但也存在不少瑕疵和遗憾:有未能突破体制障碍,文化遗产传承动力不足的问题;有文化价值挖掘不够,缺乏核心叙事,项目流于一般化的问题;有忽视项目定位和目标客群,导致调性被破坏,体验感不足的问题;还有忽视在地文化利用,过分追求无中生有,导致项目缺乏生命力的问题。

近年来,随着文旅赛道的升温,各地不计成本、争先恐后地营造了一批古城古镇不夜城,一批海洋馆和海底世界,一批主题公园和民族风情园,一批玻璃栈道和彩虹赛道,有些地方还刮起了世界名胜风,“网红景观”频频“撞脸”和“撞衫”。

这些项目有一个共同的特点,就是忽视优秀在地文化的活化利用,属于典型的拿来主义、盲目跟风。须知,一个文旅项目离开在地文化的支撑,就缺了根脉和灵魂,就少了个性和特色,就成了无源之水、无本之木、无心之躯,也就丧失了内在竞争力和持久生命力。

正是因为这类项目单纯模仿外形而无文化内核,所以才衍生出了同质化的建筑、欺诈式的营销和短暂的网红泡沫,扑面而来的是千篇一律的小吃街、千篇一律的仿古建筑和生搬硬造的网红景观,最终造成恶性竞争、资源浪费,游客也会出现严重的审美疲劳,项目也就难以持久。

中国地大物博,文脉绵长,每一片土地上都有属于自己的地理特质、风土人情和文化遗产。底蕴深厚的在地文化,是真正的“流量密码”;以自身独有的在地文化引流,才是各地文旅可持续发展的“破圈之道”;基于深厚文化底蕴和鲜明地方特色打造的差异化、个性化、高品质文旅产品,才能带来不可替代的竞争力,进而

焕发出跨越时空、超越国度、历久弥新的非凡魅力。

一方面,以文塑旅,要深度挖掘中华文化基因。从古老传说、传统技艺到民俗风情,要将历史典故、传统技艺、民俗风情等文化元素转化为沉浸式演艺等特色旅游项目,让旅游产品成为承载中国故事的生动载体,增强文化传播力与吸引力。另一方面,以旅彰文,要充分发挥旅游的流动性和传播性。将地方建筑风格、艺术特色等文化符号融入景区建设,配合特色旅游线路规划,串联起各地文化地标,将静态文化转化为动态体验,让文化与旅游相得益彰,进而实现文化传播与旅游发展的良性互补,最终逐步构建起“文化赋能旅游品质、旅游带动文化传播”的双向循环,达成社会效益与经济效益的统一。

(综合《光明日报》、上观新闻等)

声音

古镇建设别再陷入“复制粘贴”的循环

◎ 孔德淇

红墙黛瓦、小桥流水、仿古商铺……这些曾被奉为文旅圭臬的元素,如今成了不少仿古小镇的“尴尬注脚”。人民网记者近期调查发现,湖南、四川、重庆等地一批被寄予厚望的“明星仿古项目”,如今或门可罗雀、土地闲置,或烂尾停工、荒草丛生。随着“千镇一面”的仿古小镇沦为“城市伤疤”,规划中的民生便利变成公共服务失衡的“痛点”,我们不得不追问,古镇建设到底该走向何方?

简单粗暴复制的仿古小镇,输在“没灵魂”。有的地方拍脑袋决策,把仿古当“万能公式”:拆了老房子,照搬别处的亭台楼阁;塞进千篇一律的小吃店、纪念品铺。这样的小镇,没有当地的历史记忆,缺乏独特的民俗文化,只剩“仿古建筑的空壳”。游客来一次就不想再来,商户撑不下去纷纷撤离,最终只能在冷清中荒废。

盲目跟风的建设逻辑,错在“轻民生”。不少地方把仿古小镇当成政绩工程,只盯着招商引资的成效与表面景观的光鲜,却无视群众的实际需求与区域的长远发展。忘了民生根本的项目,就像没有根的树,注定长不高、站不稳。

“复制粘贴”乱象的本质,是懒政思维与短视功利作祟。有的地方认为“别人建得火,照搬准没错”,不愿花时间研究本地特色;有的企业觉得“仿古成本低、见效快”,不愿投入精力做文化挖掘。最终,“千镇一面”的恶性循环越陷越深,游客审美疲劳,商户经营困难。殊不知,古镇的价值不是仿古建筑的简单堆砌,也不是网红元素的生硬拼凑,而是历史与真实的自然交融,是在地文化与当代生活的深度共鸣。少了这份独特性,再精致的仿古小镇也只是“空壳子”。

古镇要“活”得长久、“火”得扎实,核心在守底色、添活力。重庆磁器口不盲目折建,留住老茶馆、老商铺,让川剧变脸、手工制瓷等非遗在街头传承;浙江乌镇不搞仿古商品城,守住水乡格局与白墙灰瓦,引入戏剧节、文创市集注入现代活力;陕西袁家村不照搬江南模样,深挖关中民俗,让游客体验“晨听鸡鸣夜观星”的乡村生活。这些小镇既有历史温度,又有生活气息,凭借独特地方特色与人文温度,自然能将游客请进来、留下来。

破解古镇建设的困局,亟待算清“三本账”。一算“文化账”,挖掘本地的历史故事、民俗风情,让建筑有记忆、小镇有灵魂;二算“民生账”,尊重居民意愿,保障就业民生,使建设成果惠及群众;三算“长远账”,不搞“一锤子买卖”,根据实际情况规划业态,避免盲目扩张。同时,监管部门要对盲目跟风、损害民生的项目及时叫停,对造成资源浪费、环境破坏的严肃追责。唯有如此,才能杜绝“复制粘贴”的懒政,防止“城市伤疤”的出现。

古镇是历史的“活化石”,是民生的承载地,不是任人打扮的道具,更不是随意复制的模板。少些盲目和功利,多些用心和真诚,才能让古镇真正成为记得住乡愁、留得住人气的好地方。