

且以诗意图远方

河南文旅文创融合新观察



中原大地上,奇崛壮丽的自然景观星罗棋布;历史长河中,丰富多彩的文化遗产亘古至今。如何立足资源优势,加快文化旅游强省建设?河南提出“文旅文创融合战略”,依托丰厚历史资源和自然风光优势,坚持以文塑旅、以旅彰文,以高质量文旅产品供给满足人民群众精神生活新期待。

行走河南,读懂中国。如今,郑汴洛国际文化旅游带亮点纷呈,洛邑古城等沉浸式体验场所以叫好叫座、“只有河南”等一批标志性文旅地标次第开放,老君山等传统景区不断推出新玩法,带来新体验……古老与现代相映,历史与未来交融,老家河南,正成为越来越多人的“诗和远方”。

创新数字“黑科技”,让传统文化“曲高且‘和众’”

光影动态演绎下,1600多年前的《洛神赋图》活了起来,几株洛水之畔的牡丹伴着微风摇曳,缓缓走过展厅回廊,牡丹便会随着脚步绽放,幻化成不同造型和颜色……借助全息成像、全彩2D屏等数字技术,洛阳牡丹博物馆的牡丹摆脱花期束缚,让游客无论何时都能一睹“花容”。

传统文化的创造性转化和创新性发展成为时代命题,也是河南破题之意。

党的二十大报告指出,坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展。厚重的中原文化、黄河文化,雄浑壮丽的山水,为河南文旅融合发展提供动力,也成为新时代文化创意的宝藏。

25台超清投影还原隋唐洛阳城应天门建设场景、3D裸眼技术领略开封“城摞城”奇观、许昌灞陵桥风景区数字化呈现足不出户体验关公辞曹的历史场景……近年来,河南将文旅文

创融合战略作为“十大战略”之一,在实践中不断涌现出数字博物馆、智慧文旅项目、创意设计美学空间等新业态、新概念。

河南省文旅厅厅长黄东升说,河南以文旅文创为引领,坚持“文化创意+科技创新”双轮驱动,让创意、设计、艺术等元素充分融入文化旅游发展全链条,发展可视化呈现、互动化传播、沉浸式体验的文旅新业态、新模式,打造出更多高品质文旅文创产品。

目前,围绕“行走河南·读懂中国”品牌,河南推出文明起源、四大古都、中国功夫、红色中原、考古发现等16条主题文化线路,并遴选输出龙门石窟、殷墟、河南博物院、红旗渠、清明上河园、黄帝故里等首批百大标识项目,向社会广发“英雄帖”,公开征集数字化展示方案。

“为了改变文旅产品‘有说头没看头、有看头没玩头、有玩头没赚头’的局面,让更多文物和文化遗产活起来、动起来,结合好科技和创意是关键。针对首批遴选的百大标识项目,我们分别量身定做创意设计方案,以提升其陈展水平和互动体验。”黄东升说。

河南博物院发行文创数字藏品每次上线即“秒光”;洛阳博物馆“河洛之光”数字馆,运用多媒体投影墙、多媒体互动、VR投影等技术和手段,打造出多种多样的互动体验形式,吸引游客纷至沓来;龙门石窟全息天幕《无上龙门》火爆“出圈”,一票难求……通过创意驱动、科技赋能,河南古老文化破圈而出,站上时代潮头。

打造沉浸式“新业态”,将文化融入城市街巷间

夜幕降临,河南洛阳洛邑古城的红灯笼依次亮起,21岁的陈乙菁裙裾飘飘,团扇遮面,笑靥嫣然。唐代的酒楼、宋代的商铺、明清的建筑,穿梭于众多“历史遗迹”间,陈乙菁仿佛穿越

了时空。

小桥流水、青砖黛瓦,一步一景让洛邑古城成为天然的摄影棚,陈乙菁与另外四位身着汉服的同伴一起,时不时停下来拍照打卡。“向往洛阳已经很久了,这次旅行印象最深的便是洛邑古城,悠悠古韵的建筑让人神往,完全满足了我们对中国古代盛世的想象。”雨水节气一过,陈乙菁便和同伴从济南赶来,正在读大二的她们在十三朝古都里体验崭新的文化图景与古风古韵。

近年来,河南深入挖掘历史文化深厚积淀,持续丰富沉浸式文旅新业态,让游客在沉浸式体验中感受中原文化的博大内涵、精神和力量。一批集空间游玩、非遗体验、沉浸互动、古风歌舞演艺、文化社交休闲等为一体的新消费场景涌现,融入厚重历史文化的沉浸式体验也让年轻人“心向往之”。

在郑州,“只有河南·戏剧幻城”以黄河文明为创作根基,以沉浸式戏剧艺术为手法,用全新的观演模式,讲述关于“土地、粮食、传承”的故事,带给大家沉浸式的光感体验,创造立体观感的戏剧效果。

同处郑汴洛国际文化旅游带上的古都开封,一幅真实的“清明上河图”正徐徐展开。酒楼、茶肆、虹桥、码头、水心榭……置身清明上河园,仿佛走入张择端《清明上河图》;高台花鼓、水上舞狮、舞龙、打铁花、花灯展……各种民俗活动为游客营造一场宋文化深度体验之旅。元旦至今,该园区整体接待游客110万人次,比2019年同期增长99%。

一朝步入画卷,一日梦回千年。如今,沉浸式体验正成为各地文旅行业的“高频词”和发展方向。洛阳提出,力争在2025年,基本建成全国沉浸式文旅目的地,并打造中国“剧本娱乐之都”。如今,占地20000平方米的剧本娱乐产业园已经建成,并向全国发出“招

商令”;开封正以“宋潮新风,沉浸文旅”为抓手,打造宋都特色文商旅综合体,探索沉浸式文旅产业发展新道路。

在洛阳老城区卡卡五号推理馆,一个20多平方米的房间内,摆放着1000多个剧本,前来体验的游客身着汉服,与真人扮演的服务型角色互动寻宝解密。“如今在洛阳,剧本娱乐已从早期局限于单一固定场馆的室内桌游,升级为与景区、博物馆、电影院、书店、旅行社等行业跨界融合的‘剧本娱乐+文旅’发展新模式。”洛阳卡卡文化传媒有限公司负责人杨侃说。

“近年来,以洛阳为代表的文旅名城,牢牢把握‘颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费’,打造了众多以文化为核心的沉浸体验式优质文旅产品,更好地满足了群众对‘诗和远方’的向往。”河南省文旅厅宣传推广处处长王九位说。

创造文旅消费“新增量”,景区转“流量”为“留量”

2月23日,安顿好最后一拨客人后已近晚上11点,李志辉简单叮嘱值班人员后,就回去休息了,这是自春节以来他休息最早的一天。李志辉经营的源道酒店距离栾川县老君山景区检票口只有300米。

“以往冬季是老君山的旅游淡季,过了10月酒店就基本处于停业状态了,现在即使在非周末也能保障60%的入住率,如赶上老君山下雪,游客需要提前3天订房。”李志辉说,这源于老君山不断打造新的旅游消费场景。

2019年12月,老君山官方抖音账号发布一条14秒的雪景视频,在全平台收获89万次点赞,这是老君山开设账号以来的最好

成绩。以此为契机,老君山开始打造“冰雪经济”。雪后美景配上“远赴人间惊鸿宴,老君山上吃泡面”的网络热梗,让老君山迅速成为冬季旅游热门景点。

借助于雪景带来的流量,如今,老君山常态化开展仙山花海节、山水汉服节、观海避暑节、冰雪雾凇节等各类活动120多个,并增加了攀岩、栾川博物馆研学项目、《知道·老君山》沉浸式演艺及多种文创产品等旅游服务供给。依托诸多“新增量”,过去三年,老君山景区综合收入逆势上涨。其中,2020年,景区综合收入3.189亿元,较2019年增长59%;2021年收入3.7亿元,较上年增长15%。

科学应变、主动求变,河南越来越多的景区开始多措并举开拓消费场景,增加优质文旅产品与服务供给。

10公里的临崖观光步道“丹崖天路”,一边观碧水丹山,一边观曲流峡谷;悬崖秋千、悬崖过山车、悬崖滑道等系列“悬崖产品”让人眼前一亮;洛伽寺索道创造单厢可承载180人的新纪录……自然禀赋并不算优质的新乡宝泉景区,屡屡创新,甚至“无中生有”,激发出文旅消费新潜力。

“文旅文创融合发展的关键在于创意的引领,能够以新的理念挖掘和整合资源,推动旅游城市向城市旅游转变,资源向产品转变,产品向产业转变,适应和创造新的消费需求。”黄东升说。

2023年新年第一天,1.8万名游客涌向老君山。“雪还是那个雪,要想把网上的‘流量’真正转换为‘客流量’,关键是要创增量,在开拓上下功夫,不断创新消费业态和模式,为游客提供更高品质文旅产品。”老君山文旅集团常务副总经理杨佳厚说。

(本报记者桂娟、双瑞、史林静)