

“国潮”文创产品为文旅消费添活力

外观精美的景泰蓝摆件、创意十足的鲁班锁台灯、做工巧妙的手工刺绣……随着文旅深度融合，越来越多文创产品和服务涌现，丰富了人们的文旅体验，在旅游市场兴起浓浓的传统文化风。



在河北衡水阜城县一家剪纸工作室，游客在观赏带有剪纸元素的旗袍。

新华社发

观众在第二十届文博会现场选购文创产品。新华社发



从文创产品到文化体验，“国潮”成为亮点

精致典雅的良渚文化明信片、徽章，传统与现代结合的故宫文创、北京工美造办文创……近日，在广东深圳举办的第二十届文博会的“文创中国”展区，汇聚了来自国内各家文创机构的300余件文创产品，“国潮”成为主要的创意元素。

“来了解的观众特别多，忙得都顾不上吃饭。”北京工美造办展位工作人员说。本届文博会，北京工美造办携北京工美集团旗下自主品牌“工美造办”“京工美作”和“工美黄金”亮相，带来多件文创产品：“丝路神骏”珐琅器、“共襄繁花”银蓝赏盘、“福禄安康”茶具套装、“瑞彩和美”茶礼套装……这些文创产品受到观众喜爱。

旅游新场景、新业态、新体验激发了人们更强的出游意愿，“国潮”成为旅游市场亮点。从富有创意的文创产品，到新奇有趣的文化体验，各地紧跟文旅消费需求升级趋势，活化利用传统文化资源，融合现代科技手段，打造更加丰富、多元的文旅体验。

这离不开传统文化景区的壮大。文化和旅游部数据显示，我国传统文化类景区数量持续增多，由2012年的2064个增加到2023年的4000余个，年均增长8%。浙江良渚遗址、四川三星堆遗址等景区游人如织。长城国家文化公园、大运河国家文化公园等展示山河之美、文化之美，成为游客喜爱的旅游目的地。

的旅游目的地。

利津剪纸、黄河口草秸画惟妙惟肖，老扬琴、吕剧曲韵悠扬……在山东东营市利津县老街长巷“黄河大集”，人文气息浓郁，吸引了众多游客。黄河文旅资源丰富，以沿黄文化体验旅游廊道为轴，山东沿黄、沿海各地的文旅资源正逐渐串珠成链，“沿着黄河遇见海”成为一张新名片，也为更多“国潮”产品提供了创新之源。

从文创产品到文化体验，“国潮”多点开花。在河南洛阳市隋唐洛阳城国家遗址公园内，不少游客身穿汉服参观游览、拍照留影。洛阳免费提供汉服体验服务的“汉服酒店”预订更火。美团数据显示，今年以来，提供“汉服”主题产品的酒店较去年同期增长120%，相关订单量增长300%。

不仅有文化味，而且更有科技感

位于河南郑州中牟县的“只有河南·戏剧幻城”，在328米夯土墙上，利用激光投影技术描绘的《清明上河图》《千里江山图》徐徐展开，历史情景通过巨幅“画卷”生动呈现，让人们在虚实结合中体验全新的沉浸式夜游，既有文化味又有新意，吸引了众多游客。美团、大众点评数据显示，5月以来，“只有河南·戏剧幻城”的搜索热度同比增长133%。

“国潮”文创不仅有文化味，而且更有科技感。随着云计算、虚拟现实、增强现实等技术的广泛应用，文化和旅游业的创新插上技术的“翅膀”，催生出更多新供给。在山西平遥，情境体验剧《又见平遥》带着观众步入多重空间，在互动观演中感受精彩的传统文化。

受晋商文化；在江苏扬州，游客在扬州中国大运河博物馆的5G体验中，一镜穿越17座运河城市；在陕西西安，人们走进大唐不夜城主题街区，沉浸式领略大唐风华……

今年初，文化和旅游部会同国家发展改革委、工业和信息化部联合推出首批42家智慧旅游沉浸式体验新空间。这些新空间依托旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、博物馆等文化和旅游场所，运用增强现实、虚拟现实、人工智能等数字科技并融合文化创意等元素，通过文旅融合、虚实结合等方式，让游客深度介入与互动体验，近距离感受精彩的传统文化。

充满“国潮”元素的沉浸式文旅，为文旅市场发展注入新动能。据中国文联协会智慧旅游沉浸式专委会测算，今年“五一”假期，42家全国智慧旅游沉浸式体验新空间实现消费总额超过2.2亿元，吸引消费者超430万人次，成为文化和旅游消费的热门打卡地。在文博会“文创中国”展区内，一款百家姓姓氏音乐盒引起了观众们的浓浓兴趣。不同于常见的姓氏印章、挂牌等，音乐盒外表面是经过设计的姓氏文字，内部机芯旋律取自家喻户晓的歌曲《但愿人长久》，视听互映，别出心裁。

“文旅‘国潮’既要立足于传统文化的根基，也要依托新技术加快创新。”中国劳动关系学院文化和旅游政策研究中心副主任翟向坤说，文创产品和服务不仅追求形式上的美观，还通过融合现代技术，提高产品性能，提升服务质量，增强用户的体验感。

做好差异化、特色化文章，打造更多优质供给

在云南丽江古城的赵公馆，每天来院子里旅拍的游客有200多人。这座古朴的客栈里传统的房屋风格、精美的木质结构、精巧的立体雕花成为旅拍背景板。传统文化元素拥抱潮流旅拍，给客人带来更好的游览体验，也提升了客栈的收益。

翟向坤认为，当前，我国旅游消费加快向深度体验转变，人们更加注重精神文化享受，“国潮”文创仍有很大的潜力。要继续做好差异化、特色化文章，打造更多优质供给。

文化景观、特色餐饮、民俗体验……走进黑龙江大兴安岭地区塔河县十八站鄂伦春民族乡鄂族新村，一个个具有当地文化特色的“撮罗子”映入眼帘，一排排颜色鲜艳的房屋，自成一一道风景。当地村民用桦树皮为原料，采用传统手工艺制作的台灯、首饰盒等文创产品，不仅受到游客的欢迎，也走进了各大旅游展会。

“‘国潮’兴起，旅游是最好的载体之一。”塔河县文体广电和旅游局局长都被说。深入挖掘内涵丰富的优质文创产品，不仅能够让更多人体验不同地域的文化魅力，也可以成为各地文旅的一张亮丽名片。

近日，2024北京博物馆月“文创周”系列活动在国家自然博物馆启幕。“文创周”期间，北京在国家自然博物馆、北京大运河博物馆等博物馆设立6个文创市集，市民游客在现场就能买到各种文创产品。据北京市文物局相关负责人介绍，近年来，

北京出政策、搭平台鼓励博物馆文创开发，去年北京地区各博物馆文创产品营业额超2亿元，让众多市民游客实现了“把博物馆带回家”的美好愿望。

截至目前，首都博物馆、北京大运河博物馆、北京大觉寺与团城管理处、北京古代建筑博物馆、北京艺术博物馆和北京石刻艺术博物馆等多家市文物局所属博物馆已经设立文创空间，深受群众欢迎。在北京艺术博物馆文创产品区域，依托寿文化和春日花卉设计的冰箱贴设计感十足。仅一个周末，文创冰箱贴就有十几万元的销售额。

专家认为，要紧跟消费需求，着力于中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，打造更多有特色、有品位、有价值的“国潮”文创，让传统文化通过文创产品释放新的活力，为旅游业高质量发展注入更多动力。

来源：人民日报