

2020.04.03

星期五

文化创意

Culture Creativity

10版

春色刚刚好 文旅复工时

——不负春光的诗和远方

□ 欣 华

春色渐浓，一片生机，玉兰、桃花、海棠绽放枝头……受新冠肺炎疫情影响的文化和旅游行业，在春天的召唤下，在众人的期盼下，积极复工复产，未负这大好春日。

不相负 好春光

3月底的最后一个周末，在成都的一家言几又书店里，李艳柠正在翻看一本《哲学的故事》。“书店的恢复，让热爱读书的人又闻到了书香。”李艳柠说。

收银小哥说，尽管要测体温、消毒，但是来买书的人渐渐多了起来。

辣椒、花椒、卡通小熊造型的牛油底料，在锅里很快融化。保鲜盒里装着青菜、牛肉、毛肚、宽粉、丸子……3月28日，在成都香天下火锅凯德店里，除了公筷公勺、消毒卫生措施之外，店家还推出了“隔离火锅”，将大堂的每一个散桌都变为独立包间，还安排机器人送菜，扫码点单，无线对讲等。

“请配合防疫要求，戴上口罩。谢谢！”在世界自然遗产地江西鹰潭龙虎山景区的监控室，工作人员卢翥通过视频监测景区秩序。据悉，景区安装265个监控，12个员工全天候监测，还通过线上预约、实名制购票、大数据等手段分析游客归属地信息，以便高效追踪管控。

江西省上饶市游客周志鹏和家人戴着口罩体验了竹筏项目，游览了泸溪河两岸的秀丽景色，对景区的防控措施表示放心满意。

目前，文旅企业和单位在保障安全的前提下，正积极复工复产。各地政府和主管部门也纷纷出台指导意见以及财政补贴、政策支持、减免税收、金融支持等政策，帮助文旅企业恢复元气。

文旅战“疫”因时而歌

疫情阻击战打响以来，全国人民上下一心，医护跨省支援，激发了文艺工作者的创作热情，创作出形式多样的文艺作品，因时而歌，为民抒怀。

“伸出你的手，伸出我的手，让

我们紧紧相握攥成拳头……”武汉歌舞剧院20多位歌手录制的歌曲《我们一定会赢》流淌出的是坚韧，呐喊出的是希冀。《你是英雄》《天使的模样》等，深情讴歌医护人员，为打好疫情阻击战凝聚强大的精神力量。

在陕西省汉中市佛坪县，文艺能手肖院香创作快板书《众志成城战疫情》，她和女儿、孙子在家打着快板、敲着铝盆、拍着手录制了音频，自编自导自演的作品在当地大喇叭播放后家喻户晓。

3月27日，在西安话剧院排练厅内，演员们反复打磨表演的细节。话剧院近日恢复排练，今年开排的第一部话剧《樱花再开时》，讲述了新冠肺炎疫情暴发后陕西医护人员支援武汉的感人故事。

“云端”的诗和远方

文旅产业受新冠肺炎疫情影响较大，然而战“疫”也带来新变化，“云端”文旅的相关领域更加活跃。

“这个特殊时期，通过直播的形式表演，可以让更多的人感受豫剧

的独特魅力。”虽是“隔空”直播，豫剧常派弟子李金玲一如往常，化妆花了两个小时。

河南省文化和旅游厅通过百姓文化云、戏缘App、抖音等网络平台以及各剧场自己的服务平台、微信公众号，推出优秀舞台剧目展演、戏曲名家课堂、豫戏云上大练兵等活动。

“名家课堂在戏缘App的累计观看总量近600万人次。”戏缘App创始人黄俊棋表示，疫情也给企业提供了发展机会，凡是粉丝数达到1000、上传视频播放量突破10万的用户将会进入戏缘激励计划，享受收益分成。

前段时间，山西博物院通过网站、微信、微博推出了“线上展览”，大受欢迎。

“高清图片让观众看清每一个画面细节，比亲临现场隔着展柜看还要清楚。”山西博物院文物信息中心副主任任晓晶说。

任晓晶介绍，线上展览一直以来跟实体展览是配套的，初衷是弥补部分观众无法现场参观的遗憾，

也为了突破时空限制，把展览搬到网上永久展出，这个做法却在疫情时期派上用场。

3月26日，在陕西人民艺术剧院的剧场里，7个青年演员将复工中有趣的、感人的小片段搬上舞台，他们的观众不在剧院里的观众席，而在手机屏幕前。

陕西人民艺术剧院院长李宣说，陕西人艺很早就有“互联网+演艺”产业发展模式的想法。疫情期间，线下演出全面停摆，陕西人艺从短视频着手进行线上创作，取得良好的效果，为接下来互联网和话剧深度“联姻”积累经验。

河北省文化和旅游厅相关负责人表示，从图文到语音到虚拟现实再到视频直播，从一条腿走路到线下线上同步，模式变革正在向文旅产业纵深拓展。宅居“云游”更应是一项融合多元的新业态，将逐渐影响和进入文博、旅游、游戏、影视、文创等行业，未来有可能创造文旅产业新蓝海，贡献出更大的商业价值和社会价值。

相关资讯

四川15条措施促文旅产业发展

本报讯 四川省委宣传部、四川省财政厅、四川省文化和旅游厅、四川省广播电视局等四部门日前联合印发《关于应对疫情促进文化和旅游产业稳步发展的措施》(以下简称《措施》)，推出15条措施促进文旅企业在疫情期间恢复和发展。

在纾解文化和旅游市场主体经营困难方面，《措施》对部分四川省属国有文化企业、旅游景区、旅行社、电影院、出版印刷发行企业、广播电视和网络视听企业给予不同程度的贴息或现金补贴。

《措施》明确，因疫情影响经营困难的4A级及以上旅游景区、国家生态旅游示范区、国家级或省级旅游度假区内的旅游资源营运主体可获得贴息，最高不超过100万元；因疫情影响经营困难的旅行社，予以一次性纾困补贴，每家最高不超过20万元；部分影院可获得从3万元~10万元不等的一次性纾困补贴；2020年营业收入排全省前30名、经营面积不低于100平方米的实体书店，最高可获得一次性补贴10万元。广播电视和网络视听内容生产、播出传输、服务保障等企业、积极制作疫情防控题材影视作品的文化企业也可享受补助。

为优化文化和旅游产业发展，《措施》还提出调整优化财政专项资金投入、拓宽融资渠道、支持文旅产业重点项目加快建设等组合拳。《措施》从3月26日起实行，有效期至新冠肺炎疫情解除后再顺延3个月。

(张超群)

延伸阅读

政策“红包”助文企危中寻“机”

北京市日前出台《关于应对新冠肺炎疫情影响促进文化企业健康发展的若干措施》，围绕聚合力、促精品、育动能、强支持、优服务5方面推出28条政策

□ 陈 杭

面对疫情“大考”，为帮助文化企业渡过难关，北京市送出文化产业政策“红包”，推动文化企业在危机中寻找新机遇，加快应用新科技，发展新业务。

受新冠肺炎疫情影响，北京市文化消费大多转为线上，网络游戏、网络教育、数字音乐、网络教育等众多网络文化新兴业态受到民众关注和喜爱，成为文化消费新热点。

北京市在对3000余家文化企业深入调研的基础上，日前制定出台《关于应对新冠肺炎疫情影响促进文化企业健康发展的若干措施》

(以下简称“北京文化28条”)，围绕聚合力、促精品、育动能、强支持、优服务5方面推出28条政策。

腾讯集团公共事务副总裁刘勇表示，“北京文化28条”提出筹备“电竞北京2020”系列活动、北京国际电竞创新发展大会、中国视听大会、北京国际游戏创新大会、北京国际音乐产业博览会，这些政策利好将会给北京注入文化产业发展的新动能。

“电竞作为一种线下展演的竞技活动，整个行业受疫情影响严重。”刘勇表示，“北京文化28条”是疫情发生后首个针对电子竞技产业的恢复和发展提出指导性的地方政

策，也是北京数字文化产业高质量发展的“及时雨”。

刘勇表示，腾讯将与北京市联合举办王者荣耀世界冠军杯总决赛(王者荣耀最高级别代表最高竞技水平的国际职业赛事)，积极投身首都电竞科技消费体验区的建设。

“‘北京文化28条’专门提出‘培育产业发展新动能’，大力发展智慧文旅、网络教育、网络游戏等新兴业态，为我们提供了方向指引，更加坚定了我们发展新业务的信心。”快手科技执行总编辑徐静芸称。

徐静芸指出，快手也在不断开辟文化消费新场景。近日，快手联合UCCA尤伦斯当代艺术中心开展

线上音乐会，以直播下的即兴演奏形式，让音乐触达屏幕另一端的听众，为300多万人带来了一场特别的体验。

完美世界副总裁伊迪强调，“北京文化28条”对于完美世界《新神魔大陆》等精品游戏如期发行、上线，对完美世界坚持精品化创作，持续高质量发展提供了强有力的支持。

“为促进疫情后文旅经济的快速复苏，完美世界将充分发挥自身文创IP优势，整合线上线下资源，与非遗等文化项目展开合作，并与科技机构共同开发功能游戏，借助文化创意思维，赋能文旅产业。”伊迪说道。

中文在线教育副总裁孙香娟认

为，“北京文化28条”减免了真金白银，从当前企业最需要的延缴社保、减免房租、贷款延期和融资补贴等方面给予扶持，将有效提振文化企业的抗疫士气和复工信心。

“我们真实感受到了延缴社保对企业现金流的重要性，极大地补充了公司现金流。”孙香娟透露，到目前为止，已缴交社保公积金近500万元，预计整个减缓期间能减少2000万元的现金流压力，保证将这些资金用于复工后快速推进业务的正常运转。

在孙香娟看来，企业现在遇到的困难是暂时的，要化危为机，聚焦新机会、新经济、新模式。

下一步，北京市将推进国家级、市级文化和科技融合示范基地建设，举办“电竞北京2020”系列活动，实施好重点企业“服务包”，提高行政审批效率，加强版权保护，为新兴业态发展营造良好环境。



第十六届蒙顶山茶文化旅游节开幕

第十六届蒙顶山茶文化旅游节近日在四川雅安市名山区蒙顶山举行开幕仪式。目前，名山区全区茶叶种植面积有35万余亩，围绕“茶叶+旅游+文化”全力推进农旅融合发展。图为茶艺师在开幕式上进行茶艺表演。

新华社记者 江宏景 摄

寻求动态平衡 推动旅游业高质量发展

旅游业发展方式由粗放、外延向集约内涵、提高文化含量转变；旅游业增长动力由要素投入转变为更注重创新与创意驱动；推动旅游业发展质量变革、效率变革、动力变革，提高全要素生产率。

■ 文化时评

“播物馆”发掘更多可能

□ 姜 恒

日前，纽约大都会艺术博物馆、汉景帝阳陵博物院、海南省博物馆、西汉南越王博物馆等7个全球顶级博物馆与拼多多联手，开启了一场长达8小时的直播盛宴。用户通过直播围观印象派大师的画作、湖南湘绣的技法传承，在汉阳陵触摸汉朝历史，听西汉南越王讲述广州商埠海上丝绸之路，并可购买心仪的文创产品，助力博物馆文化传播。

这段时间，新冠肺炎疫情给一些社会文化活动摁下暂停键，博物馆作为广义文旅产业之一环，也未能幸免。将博物馆搬到云端，既是博物馆对冲疫情影响的一种努力，也是一次传统与现代的美妙邂逅、一场文化与商业的大胆尝试。

在大众的认知中，博物馆往往与历史、文物联系在一起，代表古旧与传统，而且基于文化属性，似乎也天然与商业绝缘。但随着社会观念的流变与商业活动的延伸，博物馆也被注入了更多现代性。比如在科技层面，很多博物馆早已引入AR、VR技术，为游客打造浸入式游览体验，而在现代文化产业观念的影响下，越来越多博物馆开始试水适度商业化，并为社会所认可，最典型的场景就是打造文创产品。

去年9月，清华大学文化经济研究院发布《新文创消费趋势报告》指出，近几年博物馆文创市场呈高速增长态势，越来越多消费者喜欢在网上购买文创产品，文创已成为链接博物馆与年轻人的新方式。近些年来，文创产业在GDP中占比越来越大，曾一度达到5%左右，甚至带动了规模达5000亿元的数字娱乐产业的兴盛。

眼下受疫情影响，不仅很多人进不了博物馆，那些给博物馆供应马克杯、丝巾、冰箱贴等文创产品的企业，很多也面临停摆。如果这事发生在10年甚至20年前，博物馆要想营业，游客要想游览，大概只能等到疫情彻底结束。现在不必了，互联网可以提供某种程度的代偿功能，让一个人足不出户，就可以游览博物馆，从“现场”购买文创产品。

7大博物馆在拼多多平台变身“播物馆”，互联网的作用以网络直播的形式出现。网络直播可谓一种全新的游览体验，它首先打破了时空限制，只要观众卡准时间，就可以远程畅游几大博物馆。艺术的生命力在于被欣赏研习，如果因为一场疫情，那些旷世艺术品被束之高阁，意涵丰富的文创产品积压仓库，那一定是莫大的损失——不仅是文物的损失，也是文创产业的损失。

互联网直播将博物馆好物“激活”，将为传统文化赋予新的生命力，打造一种新的观赏文明。它不是以某种花样手段将文物观赏的目的本末倒置，而恰是用一种新的方式，让我们更加深刻地认识传统文化的历史价值。这样的尝试，也给传统文化产业如何面向现代化带来启发：发展传统文化产业，不妨多利用互联网思维与互联网平台，以新技术发掘用户需求，开拓商业模式边界，推动传统文化产业走向更大突破，在疫情大背景下，更带动文创产业复工复产。

中国有句话叫“如将不尽，与古为新”，意思是只有适时探究，永不停步，才能和历代经典一样保持新鲜。传统文化产业也是如此，它更多地拥抱新潮流、新变化，才能迸发出新的生机。

不妨把此次应对疫情作为传统文化产业“与古为新”的契机：从现在开始，把互联网作为一种发展传统文化产业的“常量”，而非一时的备选方案，以此为起点，发掘传统文化产业的更多可能。

文化艺术编辑部主任：王 志
执行主编：明 慧 宋若铭
新闻热线：(010)56805161
监督电话：(010)56805167
电邮：whzk619@163.com