

消费视窗·一条街一座城

陕西西安是传统热点旅游城市。来到西安,大唐不夜城步行街是热门打卡地。

这条南北长2100米、东西宽500米的街区,密集分布着当地的文化地标:大雁塔北广场等四大广场、陕西大剧院等四大文化场馆、“开元盛世”等五大文化雕塑。一场接一场的文化演出,更是拉满了街区的文化氛围。

大唐不夜城步行街定位为开放式休闲街区,致力于打造一个主客共享的美好生活空间,更好发挥在城市文化形象和城市建设方面的功能,这不仅让街区人气更高,也为西安这座城市发展注入新活力。

文旅融合的大餐

暮色四合,晚风拂面。大唐不夜城热闹起来。

一袭白衣的“李白”,立于古色古香的华灯之上,衣袖翩翩,气宇非凡,“绣口一吐,就是半个盛唐”。

身着华丽仕女服、手拿一把轻盈团扇,舞蹈演员翩翩起舞,身姿轻盈,吸引了众多游客驻足。

彩车巡游开始,花车上的演员与人们热情互动,轻歌曼舞中展示盛唐文化,让游客沉浸式感受传统文化的魅力……

文化产业和旅游产业密不可分,要坚持“以文塑旅、以旅彰文”,推动文化和旅游融合发展,让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。文化是旅游的灵魂,以文化为魂打造旅游目的地,大唐不夜城是其中代表之一。

翻开大唐不夜城的演出节目单,10多场文化演出轮番上演、精彩不断。观众既可以对照演出时间表,选择自己中意的演出,也可以在街区走走逛逛,与演出在不经意间邂逅。

“就是奔着传统文化来的西安,在大唐不夜城享受到了文化大餐,非常难忘。”深夜11点半,已在街区游览了3个多小时的山东游客李睿仍然兴致勃勃。

今年以来,大唐不夜城接待游客量持续保持高位。每逢节假日,街区不断迎来客流高峰。“五一”假期,大唐不夜城日均客流量达到45万人次。

大唐不夜城的火热,最大依托就是优秀传统文化。

《“十四五”旅游发展规划》提出,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区。在休闲街区的建设中,文化特色是否鲜明成为一个重要考量指标。

大唐不夜城所在的曲江新区,上世纪90年代还是一片荒地。西安市政府拟建曲江旅游景区,规划设计曲江“七园一城一塔”布局,其中,“一塔”是大雁塔,“一城”就是大唐不夜城。

建设之初,一砖一瓦、一景一设都围绕文化做文章。走进街区可以看到,不管是大型场馆,还是沿街商铺,都是统一的唐风,就连灯柱、花缸和垃圾桶,都无一例外。细节上的“绣花功”,成就了极致体验。

只有硬件远远不够,还要在软件方面下功夫。结合优秀传统文化,大唐不夜城每晚推出的街区演出,吸引了众多游客。此外,以陕西大剧院、西安音乐厅、西安美术馆、新华书店等为代表的文化场馆以及曲江艺术博物馆等10余家博物馆坐落街区,常年进行艺术展览、剧目表演、新书发布,以丰富多彩的活动营造更加浓郁的文化氛围。

近年来,国潮文创走热,成为文旅融合的一个重要载体。“遇见长安”系列定制盲盒、“不倒翁小姐姐”定制手办……大唐不夜城紧跟消费趋势,深挖传统文化内涵,开发了既有街区特色又有新趣味味的文创产品,深受游客喜爱。

实践证明,传统文化用好了,一定可以转化为旅游业的持久魅力。去年3月,文化和旅游部发布《关于确定第二批国家级旅游休闲街区的公告》,正式确定大唐不夜城步行街为国家级旅游休闲街区。

新意十足的体验

在大唐不夜城,根据游客喊声音量调节水量的“喊泉”,是人们打卡体验的热门项目。



随着多名游客发出呐喊,喊泉水柱的高度不断发生变化,声音越大,水柱越高,最高可以达到6米。

很多人不知道,“喊泉”以前其实只是一个普通喷泉。项目蝶变,竟然源自一次“误会”。2019年国庆假期,百余名来街区游览的游客,误将喷泉当作“喊泉”,结果没能如愿。

游客有需求,景区有行动。得知这一“误会”后,大唐不夜城充分调研分析游客需求,果断将喷泉升级改造为“喊泉”。回应游客需求的创新,很快受到了游客喜爱。

当前,我国旅游消费需求加速释放,呈现多样化、个性化、品质化趋势。激发旅游发展更大活力,关键要通过加大优质旅游产品供给力度,用更适配的产品和服务,让人们更愿意走出家门、拥抱诗和远方。

在全国一些地方,有些以前人山人海的标志性街区,客流量出现下降。究其原因,往往在于业态陈旧,无法满足消费新需求,也就渐渐失去了人们的青睐。

大唐不夜城的火热,很大程度上得益于持续不断地研判消费新趋势,不断推陈出新。

漫步街区,新意满满。安装的触控电子屏,方便市民游客全方位游览不夜城;建成刷脸支付商圈,提升人们的购物体验;数百根集成杆,集无线WiFi、音乐广播、视频监控、人脸识别于一体,可视对讲报警按钮,按下便可一键连接安保指挥中心,为安全游览街区保驾护航;VR体验中心让市民游客在虚拟现实的世界里,感受科技的魅力,用“俯瞰无人机”以第一视角,全方位俯瞰大唐不夜城的美景,感受智慧旅游的奇妙……

西安大唐不夜城步行街——促进文旅融合 展现城市活力

本报记者 王珂



图①:西安大唐不夜城景色。

新华社记者 邵瑞摄
图②:游客在西安“唐潮十三哪”汉服体验馆大唐不夜城店做造型。

本报记者 王珂摄

图③:游客在西安大唐不夜城拍照游玩。

翁奇羽摄(人民视觉)

图④:西安大雁塔及大唐不夜城全景。

靳哲明摄(影像中国)



新技术是文旅创新的重要助力。随着增强现实、虚拟现实、人工智能等科技在文化和旅游领域的广泛应用,街区的演艺、夜游、展览展示等文化主题活动也在加快创新步伐。

唐代名画众多,《步辇图》《挥扇仕女图》《捣练图》等都是传世名作。如何将画作中的精彩以更加生动的方式呈献给游客?

如画卷般徐徐展开的舞台上,穿着华丽服饰的演员从名画《挥扇仕女图》中优雅地走出,向观众展现挥扇、抚琴、临镜、闲憩等各具风情的场景……大唐不夜城推出的《戏演壁画》演出,使原本扁平的画面立体化,将人们对画面的想象延伸出来,用一种别出心裁的方式演绎了传统文化的底蕴。

主客共享的空间

在大唐不夜城,一个现象很有意思:这里不仅是外地游客打卡体验的热门景点,也是众多当地居民休闲娱乐的好去处。

“基本每周都来,孩子特别喜欢这里的文化演出。”刚和孩子一起观看完大唐不夜城《花车斗彩》演出的西安市民孙倩说。

如何定位自身在城市发展中的角色和作用,是街区建设必须思考的一个问题。既要满足外地游客旅游度假需要,也要服务于本地居民休闲生活,是街区规划设计和建设布局的重要标准。

规划建设伊始,大唐不夜城放弃门票等收费项目,定位为开放休闲街区。门票收入少了,但综合带动作用大了。如今,街区成为主客共享的美好空间,更好地体现了旅游的综合带动作用,发挥了旅游服务美好生活的功能。

旅游是综合性产业,是拉动经济发展的重要动力。据测算,旅游业每收入1元带动相关产业收入4.3元。在大唐不夜城,“旅游+”和“+旅游”的业态越来越丰富,餐饮、娱乐、购物等多种业态与旅游融合发展,给游客带来更加丰富的体验。

除了唐食坊、遇见唐文创店等大唐不夜城里的沉浸式消费空间,大悦城、银泰百货等大型商业综合体也会聚于此,威斯汀、温德姆、嘉悦里等酒店陆续进驻,同盛祥、德发长、春发生、西安饭庄等“老字号”餐饮聚集街区。人们在体验街区文化的同时,也可以非常方便地享受各项生活服务。

街区的带动作用,还在不断外溢。

“这款汉服是比较受欢迎的款式,喜欢的朋友可以来店里试穿。”在“唐潮十三哪”汉服体验馆大唐不夜城店,运营负责人惠倩正通过抖音直播介绍店里的产品和服务。惠倩是土生土长的西安人,之前在外地工作,看到家乡文旅市场的火热和汉服体验消费的机遇,决定回乡创业。

在大唐不夜城,身穿汉服留影拍照的游客随处可见。抖音生活服务发布的数据显示,4月以来,“汉服体验”订单环比增长了47%。其中增速最快、体验消费最集中的城市就是西安。在街区及周边,分布着数量众多大大小小的汉服体验馆,为游客提供汉服妆造、跟拍摄影等服务。汉服体验成为当地推进文旅融合和丰富旅游供给的一个着力点。

在惠倩看来,大唐不夜城的汉服体验之所以受欢迎,一是因为丰厚的文化底蕴,二是因为独特的建筑风格。游客身穿汉服,行走在唐代文化主题和建筑风格的街区,非常自然地融入其中。对于很多游客来说,这是一种有趣而且难得的体验。

“想过能火,没想到这么火。”开业一年多来,惠倩运营的店铺整体营业额从每月几万元快速增长到每月过百万元,其中大部分订单来自线上。有时候,一场抖音直播活动就能卖出几十万元。

“旅游消费潜力巨大。我们将继续坚持守正创新、提质增效、融合发展,为市民和游客打造更多元化、个性化、高品质的体验,让街区更好服务美好生活,也为经济社会发展贡献更大力量。”大唐不夜城步行街负责人说。

旅游休闲街区是重要的旅游载体,也是城市发展的重要助力。文化和旅游部资源开发司相关负责人表示,将继续指导各地注重找准定位、科学规划、培育业态,在建设主客共享的休闲空间、提供沉浸式文旅体验、创新公共文化服务、打造文化创意产品等方面发力,更好开展旅游休闲街区建设工作,激发文旅消费更加强大的动能。

市场漫步

传统文化与中国制造的碰撞,为中国外贸增添新亮色,在世界舞台上展现中国制造魅力

在浙江采访外贸企业,一家面料企业吸引了笔者的注意。随着马面裙、新中式等国风穿搭风靡全球,该企业自主研发的提花面料与制品在海外市场销售火爆,前5月出口额超过4000万元,成功打开中东、非洲、欧洲等地市场。

不只是国风服饰,书画陶瓷乘着中欧班列远销欧洲,国货美妆品牌在海外社交平台吸引众多粉丝关注……传统文化与中国制造的结合,推动国潮消费品“出海”,为中国外贸增添新亮色,向世界传递着中国外贸高质量发展的新脉动。

国潮“出海”的背后,是中国企业与时俱进升级制造工艺的不懈努力。在江苏苏州,华佳丝绸股份有限公司在科技创新、产业升级、消费驱动等多重因素带动下,创建了一套适合企业发展的科技引领模式。企业自主研发的低龄蚕自动化养殖系统,可实现切桑、给桑、撒粉等环节的自动化、智能化。从一片桑叶、一粒茧,到一根丝再到最终产品,企业建成了高效稳定的全产业链体系,为生产优质丝绸面料提供了坚实基础。

国潮“出海”的背后,是中国企业守正创新增加优质供给的持续探索。无论是丝绸、陶瓷还是服饰,国潮消费品本身就具有鲜明的文化特征,被赋予丰富的文化内涵。很多企业在传承与创新中不断探索“文化+”的多维表达。与博物馆、历史街区开发文化联名款,将传统文化与当代流行艺术、现实生活需要有机结合……在前不久举办的中国(深圳)国际文化产业博览交易会上,丰富精美的展品呈现出更多文化表达方式,让传统文化焕发出新的时代光彩。

国潮“出海”的背后,是中国企业主动应变拓展贸易方式的积极尝试。一把油纸伞,如何快速走进海外消费者的家中?在杭州海关的支持与指导下,安若素科技有限公司开展跨境电商零售进出口业务,目前油纸伞的日成交海外订单近百单。跨境电商连接制造与消费,为海外消费者了解中国文化、购买中国商品打开了新窗口,也为国潮消费品“出海”提供了新渠道。据杭州海关统计,1—5月,浙江省出口文化类商品619.9亿元,同比增长12.2%。

国潮“出海”火热的同时,也面临一些挑战,一些国潮产品简单堆砌文化元素,产品同质化;一些企业急功近利,未能在提升产品质量上狠下功夫。要想让国潮产品在海外市场获得更多订单、开拓更大市场,企业还需向内深挖传统文化内涵,不断推出高质量的产品,向外树品牌,拓展“出海”渠道,积极开拓市场,在世界舞台上展现中国制造新魅力,让世界与中国在贸易畅通、文化交流中携手并进、共赢未来。

国潮「出海」传递中国外贸新脉动

罗珊珊

市场资讯

国家市场监督管理总局推进共建“信用长三角”

本报电 国家市场监督管理总局指导推动长三角市场监管部门推进共建“信用长三角”框架协议签约仪式日前举行。长三角地区将更大力度推动信用数据共享共用,提升跨区域信息资源集成水平,助力信用修复协同联动等重点工作的有效落地。更高层次推动构建以信用为基础的新型监管机制,运用好跨区域、跨部门联合监管工作成果,落地落实“双随机、一公开”监管与信用风险分类管理深度融合工作机制,着力破解难点堵点问题。(林丽鹂)

中国信保支持外贸企业“走出去”

本报电 日前,中国出口信用保险公司在北京开展“第二届数字金融服务暨第五届小微客户服务节”活动。以此次服务节为契机,中国信保将开展“普惠服务扩面”“金融助企提质”“新质生产力增效”三大专项行动,实施“提升审批服务效率”“放宽保易赔适用客群条件”等10条阶段性惠企举措。

作为政策性出口信用保险机构,中国信保积极支持我国外贸企业“走出去”,参与全球经贸合作。2012年至2023年底,中国信保已累计支持小微企业出口9214.3亿美元,为28.3万家小微企业提供政策性出口信用保险保障,我国每3家小微外贸企业中就有一家正在享受中国信保的服务保障。(罗珊珊)