

深挖文化底蕴 定制文旅产品

“跟着悟空游山西”吸引海内外游客

本报记者 马睿珊

近日，国产3A游戏《黑神话：悟空》上线后走红网络。该游戏选取了全国36个景点作为游戏场景，其中27处是山西省具有代表性的古建筑，吸引了众多海内外游戏玩家和游客前来打卡。游戏上线3天后的8月23日，山西省27个涉文物景点共接待游客12.66万人次，环比增长21.86%；门票收入552.8万元，环比增长16.18%。

探索“游戏+文旅”跨界融合、推出周边纪念品、打造定制旅游线路、优化公共服务……近日，山西省文化和旅游厅启动“跟着悟空游山西”主题活动，依托《黑神话：悟空》在全球范围内的“流量热度”，推出符合市场需求的文旅产品，化“流量”为“动能”，让具有深厚历史文化底蕴的旅游目的地加速“出圈”。

古建筑文化深入人心

傍晚时分，斜阳为应县木塔披上一层金色的光辉，一群鸽子从千年飞檐上腾空而起，游客王静站在塔下，轻轻摩挲着塔底的木柱。

王静来自湖南常德，听闻朔州应县木塔是《黑神话：悟空》在山西的取景地之一，她便想来看看：“现场看应县木塔的感受大不一样，它的木质结构给人一种历史的厚重感，内心很受触动。”

“我们从文旅切入，把游戏中涉及的山西古建连点成线，通过策划‘跟着悟空游山西’活动，吸引游客深入了解古建背后的传统文化。”山西省文化和旅游厅负责人介绍，“跟着悟空游山西”活动推出3条主题线路及一条8日游“重走西游 土木华章 山西古建自驾游线路”，邀请《黑神话：悟空》首批通关者免费体验晋北、晋南、晋东南3条主题线路，感受古建华章与彩塑满堂、楼阁飞云与神仙洞天、神奇上党与绝美造像的魅力。



在大同市云冈石窟景区内，游客熙熙攘攘、摩肩接踵，有人与大佛隔空“击掌”合照，有人细致观察静态的石窟，聆听千年前的刀刻斧凿之声；在朔州市崇福寺，随着观音殿内的钵钵声响起，游客的目光看向弥陀殿殿顶的两尊琉璃武士，不少网络主播通过镜头向网友讲解崇福寺的历史文化知识……越来越多的游客被山西古建的文化故事深深吸引，慕名前来游玩体验。

不少网友通过线上平台加入“游山西”的热潮。数据显示，《黑神话：悟空》游戏上线后，“山西省”词条在抖音站内搜索量较平日上涨约80%，“跟着悟空游山西”相关话题播放量已超过4.2亿。

在浑源县的悬空寺，南北两侧的三檐歇山顶高阁凌空而立，成为一道

错落有致的空中奇景，游客只身穿过仅能一人通行的塔台，沉浸式体验悬空寺的险峻奇绝。作为山西纯木质高空摩崖古建筑的代表，悬空寺在1500多年的岁月洗礼中傲然挺立。

来自广东的游客梅女士带着8岁的女儿前来游览，了解到悬空寺能够悬在山崖的“秘密”：几十根碗口粗的立柱并不受力，真正受力的是打入山体中的横梁。“之前看了很多山西古建纪录片，来到悬空寺后发现真是鬼斧神工，就像挂在崖壁上的工艺品一样精致！”梅女士感慨道。

浑源县文物保护研究中心主任杨毅认为，悬空寺的建造技艺背后显现出的是文化根脉与民族智慧：“只需要几根悬臂梁承载建筑重量，就能历经上千年不腐朽，它是建筑史上的一个奇迹，体现了古代中国人的智慧。”在杨毅看来，古建背后的文化内涵值得深挖，丰富而立体的古建文化故事能让游客游有所获，不虚此行。

景区策划配套活动

在悬空寺景区文创店货架上，一张绘制着悟空与悬空寺的明信片吸引了一众游客驻足选购。

为了吸引游客到景区游览打卡，“跟着悟空游山西”活动特别设置了与游戏“梦幻联动”环节，在各个古建所在地搭建打卡装置。在崇福寺、佛光寺、小西天、玉皇庙4个景区内，游客扫描二维码填写问卷后，每人可领取一本“通关文牒”；在云冈石窟、双林寺等12个景区内，游客可以领取通关信物主题明信片等文创礼物。通过多种线下打卡的方式，游客能够在山西多个景区访古建、赏文物、品文化。

多家景区还根据自身特色定制了配套活动。“我们专门设立‘悟空’拍照打卡点，游客可以免费体验悟空全套服装旅拍，另外我们还开发制作了悟空系列流沙冰箱贴、文创雪糕、公仔等产品，欢迎各地游客前来体验。”恒山景区管理中心副主任杨新儒说。

“跟着悟空游山西”活动启动后，山西各大景区游客接待量快速增长。截至8月22日，应县木塔景区今年共接待游客145.76万人次，同比增长

178.21%；云冈石窟迎来游览高峰期，8月第三周接待300万人次游客，已超过去年全年的接待量，其中8月23日和24日每日接待游客人数已经超过4万人次，较去年同期增长了40%。悬空寺8月20日至9月2日接待外国游客约800人次，8月20日游戏发布后，来大同外国游客增幅明显。

“山西文旅将继续通过服务、业态、玩法上的创新，让‘悟空效应’变成长效热度，让奔着‘悟空’而来的游客都能乘兴而来、尽兴而归。”山西文旅厅厅长王爱琴说。

全面优化文旅服务

近日，不少游客被山西文旅的暖心之举打动。“来悬空寺景区游玩时，孩子没抢到票，工作人员积极协助我们，让孩子也进入寺内参观，非常感谢！”一名来自湖南的游客表示，大同市的文旅配套服务与设施完善，切身感受到了这座古建之城对游客的“宠爱”。

为提升游客体验，大同市文旅局强化部门联动，从交通、文物、文旅、商务等部门抽调力量，在云冈石窟、悬空寺、大同古城等重点景区开展旅游市场秩序一线服务，保障交通畅通，维护旅游秩序，并在景区设置志愿服务点，为游客提供旅游咨询、线路讲解、应急药品等服务。

针对游客反映的古建景点较为分散、交通不畅等问题，晋城市交通局为前往铁佛寺、玉皇庙等地的游客定制了公交出行方案，新开3条公交直达专线。此外，晋城市公交公司在晋城高铁东站、客运东站、火车站各准备了应急保障车辆，有效引导游客前往景点。

忻州市文旅局针对景区游客数量激增的情况，持续开展旅游市场秩序整治行动，健全跨部门文旅市场举报投诉和执法协作机制，建立在线消费纠纷解决机制，强化消费纠纷源头治理，坚决打击各类服务价格欺诈、哄抬价格等不正当行为，为游客创建良好的旅游环境。

图①：应县木塔。
图②：云冈石窟游人如织。
图③：游客体验悬空寺栈道。
本文图片均由王帆摄

文化让旅游更有「滋味」

朱金宜

《黑神话·悟空》火了，不仅让国内众多网友重新讨论耳熟能详的“悟空故事”，也引发海外玩家对中国文化的兴趣和关注。游戏在山西、重庆、浙江等地多处名胜古迹的取景地成为热门旅游目的地，吸引海内外游客从线上走向线下，实地打卡并感受其中丰富的中国传统文化元素。

近年来，越来越多具有浓郁“中国味”的文化产品成功出海，在海外持续走红。从《雪中悍刀行》《半月传》《万相之王》等网文小说在海外平台创下数千万次阅读量，到《三体》《流浪地球》等科幻IP影视作品在多国热映，再到《原神》等游戏产品让全球玩家接触并爱上中国的山水风光……中国网文、影视、游戏等正在为海外人士打开一扇又一扇了解中国文化的窗口。

中国旅游研究院一项针对入境游客的调查显示，超过六成受访者将体验中国文化作为来华旅行的主要目的，中国文化和美好生活体验已成为外国游客入境游的核心吸引力。这启示我们：文化让旅游更有“滋味”。文化属性是旅游的重要属性，在今天，越来越多游客在行程中既要美丽风景，也要文化体验，如何让游客在旅途中获得对在地文化的沉浸式体验，提升旅游的获得感和满意度，成为各地以文化吸引力获客、留客的必答题。

从水墨丹青到锦裳华服，从石刻壁画到传奇建筑，从音乐舞蹈到民俗，各类文化资源、文化景观、文化现象都是旅游产品的重要载体。持续加强对文化遗产的保护、传承和利用，以文促旅，以旅彰文，不仅能让旅途充满“文化味”，也能让文化遗产在新时代焕发出新的生命力。

创新文化表达方式，让文化可亲、可感、可参与。一方面，积极引入新的技术手段，让博物馆里的文物、历史文化名城里的典故、地域特色鲜明的民俗变得更加生动立体，以深入浅出、喜

闻乐见的形式讲好旅游目的地的文化故事；另一方面，通过对传统文化的创造性转化、创新性发展，找到传统文化与现代生活的连接点，推出更多新业态、新玩法，以有活力、有特色的文化产品激发文旅新动能。

当前，文化和旅游深度融合正在让“诗与远方”的故事更加精彩。不断丰富文旅产品供给，让文化吸引力成为旅游业的持久魅力，让越来越多人慕文化之名而出游、因旅游而读懂文化，既能为文化产业、文旅消费创造更广阔的发展空间，又能不断提升国人文化自信，向海外展现更为可信、可爱、可敬的中国形象。

嗚霁村赏秋

温谈升

山是江西省宁都县嗚霁村的特色，逶迤起伏，形成东西夹峙、南北对峙之势。杂木竹林影绰绰，松柏油茶郁郁葱葱，古杉藤萝坡坡岭岭，近2万亩绿色屏障勾勒出嗚霁村的自然气韵。这里四季皆景，林海山色随季节而变，有赏不尽看不够的风景。

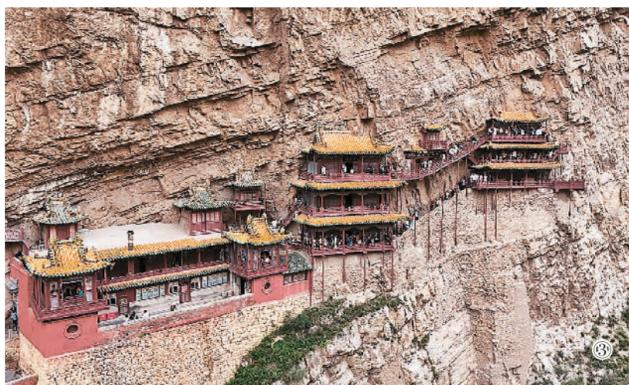
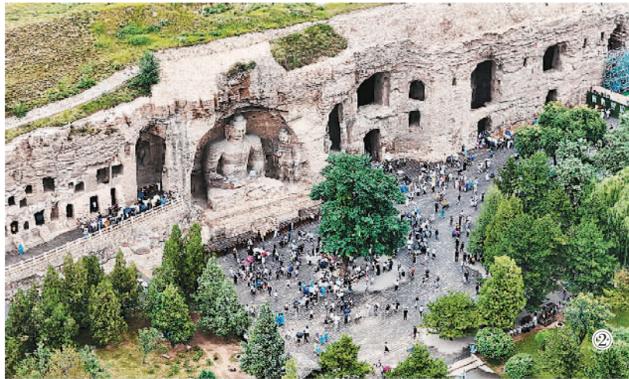
入秋，嗚霁村有“三宝”最为抢眼——红豆杉、红叶树和木梓。这些秋天的“主角”在这方水土开枝散叶，彰显出不一样的傲骨与风致，展现嗚霁之秋韵味。霜郁的红豆杉，一年四季最美的时光是当下。如盖的枝丫已结出红灯笼般饱满剔透的籽粒，在微风的吹拂下，舞姿窈窕。四周皆山的嗚霁村，到了秋天，就会奏响绿色与红色的“交响乐”。山谷、山腰青绿未尽，红叶就已烂漫，红枫与山乌柏把嗚霁秋色装点得分外妖娆。沿着村中古道由西向东拾级而上，两侧群山像燃烧的火焰，林涛飞瀑和声阵阵，让宁静祥和的山林焕发出动感与活力。

繁密的红叶林只在这个季节才能见到层林尽染的景观。枫树、山乌柏经过夏日的熏烤，仿佛积攒了满身的热量，到了秋天便尽情释放，向着天空擎起一把把“火炬”。夕阳西下，红叶林被映衬得流光溢彩，嗚霁村也多了一层浪漫的底色。这时，嗚霁村的斧头岭上陆续有几名游客用长焦相机对着夕阳下的西山，以镜头定格嗚霁秋色。

“Wonderful！（太好了）”我被一阵欢呼声吸引——原来是一位在红豆杉下取景的外国游客惊叹于村里的美丽景色，在按下快门的一瞬间忍不住发出感叹。听说他是法国人，在南昌大学留学，这次跟着同学来到宁都县开展社会实践活动，慕名走进了风景独好的嗚霁村。

嗚霁村的木梓树极多，到了这个季节，沉甸甸的果子把坚实的树枝压得吱吱作响。每年霜降前后，木梓果的油脂含量达到峰值，油质也最好。山垄上，背着扁竹筐的村民到木梓树前采摘果实，好不热闹。嗚霁村生态环境优良，野生木梓榨出来的木梓油以其醇厚风味享誉赣南乃至整个江西，形成了当地有机农业的龙头产业，促进村民增收。仅木梓油一项，每年能帮助村民人均增收3000多元。

听村里人说，近年来为丰富旅游业态，村里推出了采摘体验等旅游产品，游客可以和村民一起体验秋收的快乐，把笑容留在嗚霁村，再把嗚霁村的秋色带回家。



文旅新风吹鉴湖

杜珊珊 吕彬

鉴湖之滨，浙江省绍兴市柯桥区柯岩街道的叶家堰居游人如织，到先锋鉴湖书店、“鉴里荟”创意生活街区打卡体验的游客络绎不绝。“今年上半年，我们村接待游客超20万人次。”叶家堰居党总支书记钱国地说。

这个面积不到0.8平方公里的小村落，如今已有30余个文旅项目落户，包括民宿、西餐厅、咖啡店、酒吧、书店等多种业态。2023年，叶家堰居的村集体资产突破4000万元，村集体收入达340万元，是10年前的20倍。

乡村蝶变离不开当地对鉴湖的保护传承与开发。烟波浩渺的鉴湖，是浙东运河的重要组成部分。柯岩街道地处鉴湖核心区，在柯桥区政府的大力支持下，柯岩街道对鉴湖沿岸进行环境整治提升，重现诗人笔下的鉴湖风光。同时按照

“一村一策”“一村一品”“一村一韵”项目化建设，充分挖掘村庄文化底蕴，擦亮“鉴湖里”文旅品牌。

近年来，柯岩街道在浙东运河文化保护传承利用的背景下，积极推动乡村旅游发展，将鉴湖沿岸的三佳村、叶家堰居、新庄3个村居组团建为“鉴湖渔歌”片区，整合政府、企业等多方资源，提升人居环境，盘活有效空间，植入年轻时尚的文旅新业态，带动区域共富。

柯岩街道成立乡村旅游运营公司，将优质文旅项目引入乡村，盘活乡村闲置资源。网红IP先锋书店于2024年春节正式开业运营；柯桥区龙舟训练基地入驻；“鉴空间”乡村艺术馆开业；多家特色鲜明的“村咖”相继开张……目前，柯岩街道已累计吸引社会投资金额近2.5亿元，多样化的文旅新业态成为柯岩街道吸引游

客的“流量密码”。

胡亮梁是叶家堰居的驻村指导员，也是柯岩街道志愿者导游团的一员。他每逢周末和节假日轮值到岗，为游客提供讲解服务。胡亮梁介绍，随着游客增多，周边村民的接待服务能力有限，志愿者导游团成为重要的补充力量。自今年4月运营以来，志愿者导游团已接待游客团队超过280次。

不断增加的游客为乡村带来了活力，也带动了村民增收。叶家堰居的特色小店先后开业，当地村民新增就业70多人，带动村民增收超过150万元。“下一步，街道将加强片区整体开发，以浙江百所高校艺术支部联村共建项目为契机，开展写生展、文创产品设计大赛等活动，做好‘鉴湖’文章，持续聚人气、汇流量。”柯岩街道相关负责人说。

图片新闻



近年来，黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古等地凭借生态资源和区位优势，遵循“保护生态和发展生态旅游相得益彰”的原则，打造多业态、沉浸式的旅游休闲场景，不断优化产品供给、提升服务质量，推进文旅深度融合发展。东北“三省一区”通过市场共塑、资源整合、品牌优化、同步宣传，共同提升区域旅游品牌影响力。图为游客在吉林省松原市查干湖拍照留念。

新华社记者 张楠摄