

这些城市频频出招抢夺眼球 活化特色文化元素

景德镇

用陶瓷文化讲好中国故事

长沙

文化创意擦亮城市“金名片”

作为国家第一批历史文化名城，中部省会城市长沙凭借着深厚的历史文化底蕴，营造浓郁的文化创意氛围，不断擦亮长沙的文化“金名片”和软实力，撑起了长沙作为中国文创产业重要城市的底气。

传统景点与“网红之城”共促共荣

读懂一座城市，有多种方式。欲读懂长沙，可从读懂岳麓山开始。

岳麓山为什么这么火？在岳麓山风景名胜区管理局党委书记杨淑岚看来，岳麓山是最具湘湖精神气质的山。千百年来，岳麓山吸引着一代代思想巨子、文人墨客汇聚，在这里氤氲铺染出深沉厚重的文化底色。一座岳麓山，半部近代中国史，岳麓书院成为实事求是思想路线的策源地，新民学会里最早发出创建中国共产党的伟大构想，矗立起一座城市敢为人先、经世致用的精神品格。

但岳麓山没有止步于此，而是与“网红之城”共促共荣。作为长沙火热夜经济的一部分，岳麓山的夜色展现出别样魅力。2022年夏天，凌晨3时攀爬岳麓山看日出，成为长沙城最火的打卡项目之一，而从目前的情况看，观日出客流已现端倪。同时，岳麓山也是最具青春活力的山，从云集着中南大学、湖南大学、湖南师范大学的大学城，到持续举行的岳麓山青年戏剧节、互联网岳麓峰会，岳麓山不断展现出活力十足、创意喷涌的姿态。

提升内容创新力 让“网红之城”更红

近年来，“娱乐网红”“消费网红”在长沙层出不穷，让人印象深刻。比如2022年以来，很多抖音号在说“半个娱乐圈都在长沙”，《花儿与少年》进一步带火橘子洲，影视剧《底线》拍摄时靳东走到哪里都有围观，《守护解放西》带火了坡子街……

每一个网红的产生都不是偶然，这样的现象背后有其自身的逻辑。

长沙作为中国唯一的世

界“媒体艺术之都”，有着丰富的文化创意资源。仅马栏山便聚集了3000多家文创企业、5万多名内容创意人才，这种强大的内容创新能力，让长沙成为全国新消费潮牌的造星工厂，茶颜悦色、文和友的走红，墨茉点心局的融资，IDG资本、红杉资本、元璟资本等投资机构在长沙的聚集都说明了这一点。而新消费品牌的创始人多半来自广电、中南出版这些文创类人才聚集地。

在长沙，这种内容创新可谓铺天盖地、不胜枚举。不必说文和友的餐饮景区化、天心区王府井的商场舞台化、野肆月球的酒吧综合体化，就说“想你的风吹到了长沙”路牌、世界之窗62米机械爱心呈现的硬核浪漫、长沙IFS电子屏上实时播放向全城投射“爱心”的画面，无一不灵气闪耀。“这一系列的内容创新，强化了‘快乐长沙，韵味星城’的城市形象，洋溢着浓厚的都市休闲氛围。”数字演艺集成创新文化与旅游部重点实验室学术委员专家荣飞弟说。

实现具象体验 吸引年轻消费群体

近年来，长沙大力建设国际消费中心城市，从太平街获评国家级旅游休闲街区，到五一商圈、阳光100凤凰街、红星街区、梅溪湖（梅溪坊）获评国家级夜间文化和旅游消费集聚区，强化了长沙的休闲“城设”。连续三年入选“中国十大夜经济影响力城市”，体现出长沙在持续推动质量变革、效率变革、动力变革。

烟花作为长沙响亮的国际IP，再次展示出提升文旅魅力和城市引力的能量。天空剧院首秀项目“焰遇浏阳河”，创新了面向年轻消费群体的强引线和链接，成了“手可摘星辰”的具象体验目的地。“2023年元旦跨年焰火秀期间，吸引3万余外地游客，实现旅游收入1200余万元。”浏阳市文旅广体局党组书记、局长陈刚介绍，目前，“相约浏阳河、周末看焰火”活动实现了常态化，每周六推出的沉浸式焰火秀多次登上抖音热榜。

(综合新华社、瞭望、中新网、江西日报、长沙晚报)
整理/佛山市新闻传媒中心记者 沈煜

5月23日，爱奇艺《来活了兄弟》第三期播出，来活兄弟团来到“武术之城”佛山，开启拜师学艺之旅。节目中，大顶苦瓜、洪拳、魁星阁、咏春拳、叶问纪念馆等南海元素频现，向全国观众生动展现了南海的文化底蕴和烟火气。

时下城市间竞争越来越激烈，如何包装、推广当地特色文化元素，吸引各方的眼球，提升城市知名度？本期南海朋友圈聚焦西安、景德镇、长沙等地的做法。

西安

文化创新赓续『周秦汉唐』千年文脉

从“诗词长街”到“盛唐密盒”，自今年春节起，古都西安持续“高温”。这座城市似乎总有新花样，反复更新、“出圈”，引人注目。

城市文化“保鲜” 游客感到“常来常新”

孙悟空是什么品种的猴？魏武帝曹操的小名叫什么？姜太公在哪钓鱼……在西安大唐不夜城步行街，互动式节目“盛唐密盒”引来各地游客争相“答题”。走进游客间的演员、历史文化资源的趣味“活化”，无不打造出当地文旅最新的“顶流IP”。

“以往在旅游景点，游客多以远观为主，但如今在西安，我能够充分参与其中，历史在这里变得触手可及。”成都游客贾红梅身着汉服，在“长安十二时辰”沉浸式唐风市井生活街区流连忘返的她，与“玄奘”“杨贵妃”对诗互动，并为这种“穿越式”的体验着迷。

今年“五一”假期，西安共接待游客1330.51万人次，实现旅游收入107.46亿元人民币，按可比口径，同比2019年分别增长19.23%、29.59%。携程发布的《2023年五一出游数据报告》显示，西安成为全国热门旅游目的地十大城市之一。

秦始皇帝陵兵马俑、大雁塔、城墙……近年来，尽管已经自带丰富的历史文化资源，西安仍不断探索更多的城市文化“打开方式”，在千年古都文化、历史与地方特色的基础上持续深耕，“老景”穿“新衣”不仅使城市文化“保鲜”，也令游客感到“常来常新”。

不论是“真人不倒翁”“李白对唐诗”等“网红”项目，还是充满盛唐风韵的歌舞表演，在西安曲江文旅股份演艺管理中心总经理苏卉看来，这种沉浸式的旅游体

验不仅让游客获得了参与感，更给城市旅游推广提供了新的思路和方式。

以数字赋能 深耕“文旅+”新业态

城市的魅力不仅在景区，更在社区。“城墙边、街巷里，随处可见的秦腔吼出了西安的声音。”在全国首个以秦腔艺术为核心的西安易俗社文化街区，慕名而来的天津游客李响直言，“秦声秦韵”是这座古都独具特色的标签。

建成短短数年，西安易俗社文化街区就凭其融合秦腔艺术展演、博物馆展示、戏曲教育传承等为一体的特色，吸引各地游客前往“打卡”，此处也成为西安魅力的重要展示窗口和城市“新名片”。

为让古老艺术焕发新生，西安以“秦腔是最古老的摇滚”为突破点，邀请摇滚歌手参与创作，并运用现代动漫制作技术和表现手法，以“动漫+摇滚+秦腔”的互联网传播新思路，推出了虚拟推荐官“秦筱雅”。

从西安城墙“盛唐天团”的数字藏品到“秦筱雅”，古都文化IP的打造离不开数字科技的“加持”。古今结合、跨界混搭，西安数字科技与传统文化碰撞、融合的尝试，不仅将游人从线上吸引至线下，更引起了时下年轻人与传统文化的共鸣。

沉浸式体验亮点突出、多元业态融合出圈、数字赋能文旅创新……西安，正通过对文化IP的深度挖掘和时尚创新的表现方式，不断激活古都文化的深厚底蕴。据悉，今年西安不仅将举办系列文化活动、体育赛事和国际交流活动，还将策划推出文旅体验季，并以数字赋能，深耕“文旅+”新业态，在提升城市“西引力”之路继续前行。

景德镇是名副其实建在大小窑口上的城市，游客脚下的每一步都是历史，“匠从八方来，器成天下走”的传奇一直在延续……

活态化传承 打造“诗和远方”

最有活力的陶瓷产业创意园——陶溪川是年轻艺术家的聚集地，最受游客欢迎的陶瓷文创集市也由此而生。“只要是做陶艺的，谁不想来景德镇？因为这里有最好的环境。在其他地方制作周期至少需要21天，但在景德镇，陶艺师每天都可以拼窑，在交流中不断提升制作技艺，完备的产业链和购买者让你的梦想变成现实。”来自大连的“景漂”哈哥说。

为了保护千年瓷都的“根”和“魂”，景德镇实施《景德镇市陶瓷文化传承创新条例》，全力推动以御窑厂遗址为核心的申遗工作，在江西省率先推行基本建设考古前置。御窑厂遗址被列入中国“百年百大考古发现”，丽阳镇古窑遗址、红塔、古县衙等成为全国重点文物保护单位。不仅如此，景德镇还编制了《景德镇国家陶瓷文化生态保护实验区总体规划》，成立景德镇非遗保护协会，建设景德镇非遗馆，并通过一系列理论研究和繁荣艺术精品举措，推动陶瓷文化阐释推陈出新。

景德镇的陶溪川直播基地已成为电商创业的乐土，入驻企业商户总数达到6000家，孵化陶瓷主播1万余人，帮助上万陶瓷商家从线下转向线上销售。2021年直播基地商品交易总额达30.67亿元，2022年直播带货愈加火爆，单日最高成交额达3500万元。陶溪川直播基地负责人陈曦表示：“直播带货不仅仅是一个交易载体，它能让更多美好的事物被看见，让新的消费者、年轻人重新定义景德镇，更好地向海内外传播中国陶瓷文化，让更多年轻人看见传统、看见手艺、看见技艺背后的文化内涵。”

聚焦旅游全要素 跑出文旅融合加速度

在打造世界知名陶瓷文化旅游目的地方面，尤其是在国家全力复苏经济、大力支持文旅消费的大背景下，景德镇积极抢抓机遇，聚焦“吃住行、游购娱、研学研”旅游全要素，全力跑出文旅融合加速度。

穿行在景德镇古窑民俗博览区古朴的明清古建筑里，游客能在古老的制瓷生产线上看到陶瓷从炼泥拉坯到柴窑烧制的全过程。看非遗工坊、观手工制瓷、访历代瓷窑、赏柴烧瓷器、学陶瓷文化、品古窑咖啡、逛古窑印象……来自五湖四海的游客尤其是前来研学旅游的青年成群结伴，开启探索千年瓷都陶瓷文化之旅。2022年，景德镇陶瓷文化创意产业产学研实体有6773家、规模以上企业119家、省级以上文化产业基地20家。

直播和研学市场的繁荣直观反映了景德镇品牌集聚的显著成效、业态融合的蓬勃发展。景德镇以承办2021年江西省旅游产业发展大会为契机，打造了“十五景、三宴、三剧”等特色文旅新IP，形成了以陶阳里、陶溪川为代表的文化游，以皇窑、中国陶瓷博物馆为代表的研学游，以名坊园、智造工坊为代表的工业游，以高岭中国村、瓷乐、瓷宴为代表的沉浸游，全市A级景区总数达到34家，其中5A级景区1家、4A级景区11家。同时，把文旅消费从白天拓展到黑夜，打响了“夜珠山”夜经济品牌，挖掘了夜游、夜展、夜淘、夜购等“十夜”场景，获评2个国家级、4个省级夜间文旅消费集聚区，夜经济收入占到旅游总收入的27%，五彩斑斓的“夜珠山”日益成为新的亮丽风景线。