

社会关注

宠物成“家人” 乌兰察布年轻人的养宠生活

»06版«



孩子不敢说、不会说？

乌兰察布市融媒传媒艺术班让孩子敢表达、会表达



孩子们学习主持节目

乌兰察布市融媒体中心青少年传媒艺术班供图

»06版«

志愿者引导市民规范停车,让文明更到“位”

»07版«



大家谈

深化文旅融合增强文化自信

■ 武志勇

近来,在消费市场与文旅领域,国潮元素成为热点。国潮文化通过融合中华优秀传统文化的元素,唤醒了广大人民群众对传统文化的强烈认同感,也为旅游产业的创新开拓了新空间。这表明,旅游业的高质量发展须具备高质量的文化内核,也须积极承担起传播优秀传统文化的责任。当前,随着我国经济的高质量发展以及民众生活水平的不断提升,旅游产业也步入快速发展期。在追求良好经济效益的同时,如何借助旅游这一深受大众喜爱的活动,更广泛深入地促进中华优秀传统文化传播,成为题中应有之义。

旅游是人们开阔眼界,体验新异风情、生活与文化的过程。近年来,我国旅游业已经从

“走走看看”式简单的观光游,向“沉浸体验”式的文化感受游转型。越来越多的旅游者不再满足于拍照打卡,而是希望在旅途中感触历史,拥抱文化。动手学习一项非遗技巧,或者在博物馆中设计制作个性鲜明的文创用品,或者身着古代服饰在古镇漫步,都成为新的旅游风尚。而优秀传统文化是中华民族的精神根脉,其思想、精神和美德与时俱进数千年,光辉灿烂且生机勃勃。目前,国内的很多旅游景点都蕴含着丰富的优秀传统文化因素。据统计,2025年,350余家5A级景区中,文化类、非遗类、考古遗址类的景区占到总数的约一半,旅游参观人数也接近总数的一半。马蜂窝大数据显示,2026年春节期间,“非遗体验”搜索量

同比增长180%。抖音生活服务数据显示,非遗主题团购订单量同比增长近140%。这表明,历史文化景区已然成为传播优秀传统文化的重要平台。

然而,审视当下的旅游业发展状况,仍存在这样一些问题。一些景区对于经济效益与文化传播的协同性认识不够深刻,一些历史文化街区充斥着大同小异的商业店铺和廉价的小商品,陷入缺乏个性的窘境,还有一些旅游景区对优秀传统文化的呈现肤浅而低俗。这些现象,不仅减损了旅游产品的文化品质,也是对旅游传播文化责任的忽视。

有鉴于此,在发展旅游业的同时,要促进优秀传统文化传播,须坚持“以文塑旅,以旅彰

文”原则,充分发掘旅游的文化体认与传扬功能,让优秀传统文化融入旅游业各环节,融进旅游者的身心,用优秀传统文化正心明德。

一方面,挖掘优秀传统文化的积极内涵,创新表现方式。各地在旅游资源开发时,应立足本土历史文化中具有当代意义的因素,生动展现具有地方特色的历史故事、民俗风情和非物质文化遗产。避免盲目跟风 and 生硬照搬,更不能虚构和伪造。通过引入虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、全息投影、电子游戏等先进技术,让历史文物和人物“活”起来,让遥远的历史情景可见、可感。以现代设计创意为引领,将传统文化的元素恰当、巧妙地融入日常用品中,让旅游者携带“文化”回家,实现优秀传统

文化的生活化传播。

另一方面,注重融入式体验,激活旅游者对优秀传统文化的认同与共情。以往的“讲解观看”已经难以满足现代旅游者的需求,景点的策划、运营应更多地向“互动沉浸”转变。例如,2026年春节期间,中国工艺美术馆非遗馆推出沉浸式非遗展演,热度上涨156%。在融合“文旅+百业”的基础上,推动影视、游戏、非遗、演艺等文化资源与旅游场景深度转化。还应广泛开展非遗展演、传统手工制作、民俗节庆参与等体验活动,让旅游者走进剧目,走进场景,充分体会文化沉浸的愉悦与快乐,进而认识和接受优秀传统文化,在潜移默化中增强自身的文化品位,提升文化自信和文化自豪感。