

# 用联合、融合之力讲好文旅故事

本报记者 程丽仙



千人绣《黄河的衣裳》不久前亮相在陕北革命老区绥德县举办的2019“秦岭与黄河对话”活动

力、财力、创意的大融合，是突破自家一亩三分地与社会各界的携手共进。

## 思想交流提供智力支持

“文化和旅游，一个是‘魂’（内在），一个是‘台’（平台），但难的是‘魂’的问题，关键要做好旅游的文化梳理与挖掘，寻到魂、挖到根，才能以文促旅、以旅彰文。”不久前，陕西省政府参事、陕西师范大学教授、旅游规划设计研究院院长马耀峰在西安文化旅游研究会成立大会暨首届西安文旅融合发展研讨会上表示，构建中华文化精神标识、中国革命精神标识、中国地理精神标识、中国自然标识，是旅游文化挖掘的终极目标，是“以文促旅”的顶层设计思想。为此，他建议学习“中国地理标志”经验，创建“中国文化标识地”，促进景区的中华文明、中国革命、中国地理、中国自然、中国科技等精神标识文化提升。

为更好地发挥专家智库的力量，为文化产业和旅游产业发展、为政府决策提供服务，今年5月，陕西省成立了首个专业研究机构——西安文化旅游研究会。会长杨婕表示，研究会成员由文化和旅游领域的教授、专家组成，致力于推动西安的文化和旅游发展，提升古丝绸之路起点优势，促进文化与旅游融合发展，除开展相关课题研究外，研究会将建立文化旅游宣传网站及人才智库，为西安和陕西的文化旅游发展提供决策咨询。

6月中旬，由陕西省文化和旅游厅组织的2019年陕西省文化和旅游融合发展专题培训班在西北大学开班，各市（区）文化和旅游部门主要负责人等100人参加专题培训。陕西省文化和旅游厅副厅长孟祥国表示，培训班紧紧围绕“文化和旅游融合发展”的主题，共设置8个专题，包括弘扬中华优秀传统文化、加强文化软实力建设和旅游发展、加强文化和旅游系统领导能力建设和人才培养等内容，旨在探索推进文化事业、文化产

业和旅游业高质量融合发展的路径，助力陕西追赶超越。

## 文旅扶贫为老区注入产业活力

长64米、宽1.68米的千人绣作品《黄河的衣裳》，不久前亮相在陕北革命老区绥德县举办的2019“秦岭与黄河对话”活动，令人叹为观止。

此次活动由陕西省旅游协会、榆林市文化和旅游局等主办，绥德县政府、西北旅游文化研究院等承办，以“黄土地·黄河情·小康路”为主题。《黄河的衣裳》由1000个民间艺人创作，是黄河沿线人民用手艺献给黄河母亲的一件厚礼，也寄托着文旅融合、带动区域发展的美好祝愿。

“绥德最重要的资源就是文化资源。如何在内容上、手段上使这些文化资源不断增值，是绥德致富路上必须考虑的问题。”文化学者肖云儒表示，要用绥德故事打造绥德旅游，充分借助旱码头、汉画像石等特有资源，深化文旅融合发展。

作为陕北民间艺术荟萃之地和陕北文化中心腹地的绥德，近年来极为重视文化和旅游资源开发，县委、县政府坚持以文化为引领，探索文旅融合发展的有效路径，加快推进以“一馆五址”为主的红色革命教育基地建设，全域旅游发展成效显著，助力老区发展和产业扶贫。

## 共绘跨区域文旅合作大蓝图

7月9日，具有羌族特色及宝鸡风情的多个节目亮相四川广元，宝鸡和广元这两座共饮嘉陵江水的城市，通过文化旅游推介活动走得更近了。近两年来，随着西成高铁的开通，宝鸡和广元两地的文化和旅游交流更加便捷，旅游宣传互动活动频繁。今后，两地将在资源共享、客源互送、宣传互动、线路共建等方面开展深入合作，全面拓展旅游市场。

# “互联网+”之后，“智能+”将如何赋能未来新生活？

新华社记者 王思北

在7月9日至11日举行的2019中国互联网大会上，《中国“智能+”社会发展指数报告2019》（以下简称“报告”）发布。根据该报告，目前我国“智能+”社会发展水平还处于初级阶段，数字化和网络化仍在快速发展，智能化初步应用于人们的生产生活，未来，数字化、网络化与智能化将长期并存。

“报告由中国互联网协会和中国信息通信研究院联合撰写。”中国互联网协会副理事长黄澄清介绍，中国“智能+”社会发展指数是在“智能+”接棒“互联网+”成为赋能传统行业新动力的背景下提出的。

中国信息通信研究院副院长何桂立认为，从“互联网+”到“智能+”，说明我国信息化进程又进入了一个新阶段。这个阶段以大数据、人工智能、5G技术的应用为主要依托，进一步把人的功能和智慧，通过网络、平台化、软件等释放出来，所以网络、设备设施和服务具有一样的像人一样的分析、总结、学习的能力。

报告设立了中国“智能+”社会发展指数体系，基于这一指数体系评估，全国智能化发展水平处于初级阶段，东部地区个别省市领先发展。报告还从“智能+”生活消费、“智能+”公共治理、“智能+”生产供

给三部分内容进行了分析。

在“智能+”生活消费方面，数字支付全面普及，发展水平最高；人工智能赋能智能家居进入快速发展新阶段；智能导航广泛应用推动智能出行水平快速提升；智慧零售网点迅猛增长，电商零售进入平稳发展期。在“智能+”公共治理方面，综合决策智能化是当前智慧管理热点，智慧政务从查询办理向智能服务升级。在“智能+”生产供给方面，电子商务逐步向县级和村级深化，人工智能赋能的智能物流成为物流行业升级的关键。

“未来我国‘智能+’社会发展水平将快速提升。”报告认为，智能生活消费将引领“智能+”社会发展，以智能人机交互、智能服务推送等形式，实现城乡居民在购物休闲、家居生活、出行等领域快速响应、个性定制和按需服务；智能公共治理将提升“智能+”社会基准线，实现跨层级、跨地域、跨系统、跨部门、跨业务的公共治理协同，形成全程在线、高效便捷、精准监测、高效处置的智能管理体系；智能生产将是“智能+”社会的主阵地，基于平台的生产方式向全行业演进，生产体系迈向组织重构、动力变革、模式创新的新阶段。

## 第七届中国（安徽）旅游品牌节合肥开幕

本报讯（驻安徽记者 郭磊）7月14日，以“文旅融合，品牌赋能”为主题的2019第七届中国（安徽）旅游品牌节在安徽合肥开幕，来自安徽及周边10余个省份40个重点客源城市的旅游渠道商、旅游从业者近500人参加，为安徽各旅游企业搭建了市场拓展和业务交流的平台。

此次活动由安徽旅游联盟委托安徽云游新媒体有限公司主办，集中展示了安徽旅游业40年品牌建设成果，推介了安徽区域、景区、企业等旅游品牌，现场发布《安徽旅游业40年四十大系列品牌》《安徽旅游业40年四十大系列品牌》等公益榜单，并启动了“2019安徽旅游品牌计划”。该计划将为各类旅游品牌提供宣传推广提升系列服务，包括全区域旅游数据采集、全方位品牌元素提升、全媒体宣传推广传播、全渠道市场拓展渗透四大板块内容。

安徽云游新媒体有限公司负责人程志浩介绍，今年，品牌节经业界推荐和专家评审推选出了一系列品牌，有效充实了“美好安徽 迎客天下”的安徽旅游整体形象，进一步提升了安徽旅游的知名度和美誉度。

中国（安徽）旅游品牌节自2013年举办以来，已成为安徽旅游业品牌展示和宣传推介的一个重要窗口，更是业界学习交流的一个重要平台。当前，安徽全省上下正大力发展全域旅游，全力推动旅游业从门票经济向产业经济转变，旅游产品由观光型向观光、休闲、康养、度假复合型转变，旅游品牌由国内知名向国内外知名转变，旅游产业由数量增长型向质量效益型转变，旅游发展全域化、旅游供给品质化、旅游治理规范化、旅游效益最大化的水平和层次显著提升。

## 专家研讨电视剧《带着爸爸去留学》

本报讯 7月11日，电视剧《带着爸爸去留学》专家研讨会在北京举行，该剧导演姚晓峰、主演孙红雷等与专家学者就现实主义题材电视剧创作、低龄留学等问题进行了讨论。

姚晓峰表示，家风正则国正、青年兴则国兴，希望通过这部剧让观众在嬉笑怒骂间有所领悟、有所成长。中国文艺评论家协会副主席张德祥认为该剧现实感强、情节性强、人物个性强，对我们反思家庭教育、思考如何当父亲具有较强的借鉴意义。中国电视艺术家协会名誉主席赵化勇认为该剧讲述了很多普通家庭关注的现实问题，

像一个个万花筒，从不同角度反映了当前社会关注和讨论的留学问题，引发对留学教育的反思。针对专家研讨意见，该剧主创团队表示，作为新时代的创作者要聆听时代声音，从百姓生活中汲取创作素材与灵感，不忘初心，持续推出精品服务观众。

《带着爸爸去留学》由启蒙影业出品，以黄成栋、黄小栋父子一起去美国留学的经历为主线描绘了一幅现代留学生及其家庭的生动图景，今年上半年在东方卫视和浙江卫视播出后，成为上半年夜间电视剧收视冠军。（张婧）

## “百城百家百富体育文化博物馆”项目启动

本报讯 7月11日，“百城百家百富体育文化博物馆”项目在深圳软件产业基地正式启动。

该项目由IDG亚洲体育产业育成中心、百富投资集团和体育收藏家李祥三方共同发起，计划用3年至5年的时间在国内100座城市建立100家新兴的体育博物馆，通过整合这些城市的现有特色资源，结合新科技在体育上的应用，使地方特色、体育、科技与国际奥林匹克精神融合，产生“文化+体育+科技+教育”的影响力。

近，我国体育事业进入了快速发展时期，体育文化呈现出蓬勃发展的势头，其中，体育文博产业作为一种新兴业态引人关注。“作为一名收藏爱好者，我希望将藏品放在博物馆中展示，与大家分享，实现藏品价值的最大化。”李祥表示，该项目致力于展示奥林匹克珍藏品，打造系统、智能的博物馆生态系统，在具有一般博物馆基础功能之外，以国际化视野挖掘、保护、传播、活化中华传统体育文化，引领体育文化传播新趋势。（华京）

## 电竞产业发展新趋势：

# 跨界文旅 更加规范

本报实习记者 李雨潇

时下，中国电竞产业正处在非常好的发展机遇期，而5G时代的来临又为移动电竞产业带来了新的机遇。未来电竞产业的发展有哪些新方向？近日，在中国服务贸易协会主办、华体电竞（北京）体育文化有限公司等承办的2019中国电竞产业大会“竞说非常”之电竞产业高质量发展论坛上，来自哔哩哔哩、腾讯互动娱乐和香蕉游戏等企业的代表就电竞产业与文旅、旅游的融合，电竞联盟职业化等行业新趋势展开了深入交流。

## 电竞+文旅 创新内容业态前景广阔

电竞赛事不仅可以作为内容主体，而且由于播放量大、粉丝众多，还可以起到整合内容传播的作用，所以，“除了电竞赛事的制作，我们还希望加强电竞内容的策划能力。”哔哩哔哩电竞内容总监陈悠悠说，“电竞和旅游、文化的融合是我们正在尝试的方向。”

电竞融合地方文化元素，也成为促进电竞团队发展的新思路。哔哩哔哩旗下的Spark电竞战队创建于浙江杭州，在如何体现杭州特色文化、

将电竞赛事与杭州旅游结合方面，率先做出了尝试。“西湖、雷峰塔、茶叶，这3个词拼在一起就是杭州。”杭州特色“就是Spark战队的定位，我们会在杭州乃至整个浙江做电竞战队主场文化推广的活动。”Spark战队负责人表示，策划团队为此将杭州本土文化符号作为战队宣传亮点，制作了一系列推广短片在线上线下传播。

“电子竞技越来越成为一个城市新的名片，成为年轻人对一个城市产生好感的重要介质，电子竞技和城市之间的跨界也可以带来新的化学反应。”香蕉游戏副总裁曹雷说。早些时候，抖音、快手等短视频平台曾与多地政府合作，在促进城市形象宣传方面产生了不错的效果。如今，电子竞技结合直播、短视频的方式，借助高播放率和高流量，也成为在年轻人中推广城市景区的有效方式。

哔哩哔哩内容团队曾联系浙江乌镇景区，在乌镇大剧院举办了2017年“守望先锋”年度盛典。“3天的直播里，电竞选手向观众介绍乌镇的景色，与粉丝积极互动。”陈悠悠说，“传统文化跟电子竞技文化的碰撞，年轻人并不排斥。当乌镇美景和电竞活动相结合，线上弹幕的活跃度也格外高，很多粉丝在弹幕上感叹‘水乡真

美，祖国真大’。”

## 电竞职业联盟 日益规范化、职业化

根据今年4月艾瑞咨询发布的《中国电子竞技行业研究报告》，到2020年，中国电竞用户规模将达到4.3亿，中国电竞整体市场规模将达到1353亿元。

随着电竞产业的迅速发展，电竞游戏已深入人们碎片化的日常生活之中：在线上看一局电竞比赛成为可随时进入的娱乐场景；买门票看一场电竞比赛，则成为观看篮球、足球比赛之外的另一休闲娱乐选择。与此同时，电竞产业中的核心角色——电竞职业选手，也从籍籍无名到拥有了众多粉丝。

中国电竞产业拥有众多用户和巨大的市场潜力，在此背景下，加强知名电竞联赛的规范化运营、加快专业电竞俱乐部和选手的职业化培养也势在必行。

作为国内电竞最具代表性的职业联赛之一，KPL（王者荣耀职业联赛）在规模化、规范化运作方面已形成一套经验。“一开始，我们就非常重视KPL联盟体系的合理化和制度的

健全性，保证了联盟发展的生命力。”腾讯互娱移动电竞商业运营总监王进说，“在过去几年里，我们建立了工资帽和线上转汇制度，使联盟的管理更加透明、专业。为了延长选手的职业生命周期，我们把心理辅导体系、运动康复体系等纳入了现行的选秀和选手管理制度中。在参考NBA等传统竞技体育联盟的基础上，设立了联盟的商业赋能体系，通过双向强共享的商业机制，把俱乐部和联盟‘捆绑’起来，让俱乐部既能发挥自主性和能动性，又能为联盟的发展贡献力量。”

除了电竞联盟俱乐部运营体系、制度的完善，电竞选手的职业化也是电竞产业走向成熟的重要一环。“提高选手的职业素养和形成职业常态化意识非常重要。”李宁集团执行董事、非凡中国体育CEO李麒麟认为，在职业素养之外，良好的社会责任心也是职业电竞选手的必备素质。在传统体育界，成熟的体育运动员常常参与公益事业，并形成了良好的引导示范效果。“5月19日是全国助残日，我们在重庆组织了‘星星上的孩子’爱心公益公益活动，慰问孤独症儿童，电竞选手跟孩子们分享了电子竞技的快乐。”李麒麟说。