

夜间旅游潜力巨大

# 结伴游、家庭亲子游为消费主体



近日,中国旅游研究院“夜间旅游系列研究成果发布会”在京发布。

会上发布了《夜间旅游市场数据报告 2019》,报告显示,以结伴出游、家庭亲子出游为消费主体的夜间旅游市场需求旺盛,但受到安全问题、交通条件、产品丰富程度等条件制约,旅游企业的夜游产品供给在品类、品质、投资力度等方面仍有较大的提升空间。

美团点评政府事务部高级总监吴正远代表美团点评和中国旅游研究院发布了《2018 夜间餐饮消费大数据报告》。报告显示:7、8、12 月是夜间餐饮的高峰消费月份,夜晚 18:00-21:00 是夜间

餐饮的高频消费时段, TOP20 城市夜间餐饮消费占平台夜间餐饮消费的 50%, 20-40 岁人群是夜间餐饮消费的主力。夜间餐饮消费已进入高速增长阶段, 成为城市夜间经济的重要组成部分。

桂林旅游学院教授栗维斌发布了《城市夜间旅游发展报告——以桂林为例》, 报告分享了桂林夜游产品打造的经验, 数据表明桂林夜游产品对住宿、餐饮及关联产业带动作用明显。中国旅游研究院赵一静博士发布了《夜间旅游学术研究报告》, 报告对夜间旅游的定义、夜间旅游的类型、夜游的影响评价以及发展战略和路径进行了系统而全面的梳理, 并提

出了夜间旅游“黄金四小时”的概念。荷兰国家旅游局亚洲区总监杨宇则发布了《夜间旅游的文化挖掘与科技支撑》报告, 提出了艺术、科技、光影与旅游相结合的夜游产品打造路径。

中国旅游研究院院长戴斌在会上做主旨发言, 他提出夜间旅游是当代旅游发展理论体系的研究新领域、学术新成果, 是文化和旅游融合发展的需求新潜力、供给新动能, 是国家和地方高质量发展的政策新方向、效能新提升, 夜间旅游的发展应引起地方政府、企业、研究者和媒体的关注和合作, 共同推动夜间旅游的健康可持续发展。(据人民网)

## 破解博物馆文创“同质化”

自从 2013 年中国台北故宫博物院“朕知道了”胶带问世以来, 文化创意已经蔓延至我国整个文博领域, 大大小小的博物馆都纷纷推出文创产品, 从文具套装到钥匙扣, 从生活用品到旅游用品, 不一而足。然而, 在今年的两会上, 有代表委员对博物馆文创领域的同质化问题提出了质疑: “你做一个扇子, 他也做一个扇子; 你做一个杯垫, 他也做一个”。这不无道理。

通过考察欧美一些国家博物馆做文创的实践模式, 我国的博物馆不妨从以下几个方面出发, 借鉴经验, 探索创新。

与国内知名设计师、文创企业、产品生产方深度合作。文化衍生产品的设计和开发无非有两种途径, 一种是自主研发, 一种是从厂家进货购入。无论是哪一种方式, 都需要有顶尖的设计、独特的创意做后盾。比如, 大英博物馆就有由 9 名全球采办组成的部门负责设计或寻求设计并联系生产。我国的博物馆可以配备独立的创意和设计团队, 也可以和文创企业开展合作, 通过产品授权, 将产品研发“外包”, 从设计、制造到营销, 形成完整、成熟的产业。

注重标志性元素提取, 照顾不同年龄、不同消费群体的需求。各个博物馆要做出特色、创立品牌, 就必须提取自身的“标志性”元素, 以“明星藏品”优先, 将其所体现的元素内涵, 从“衣食住行”的角度全方位、一条龙开发到极致, 并充分考虑各年龄段消费群体, 生产不同品位、价位的产品。

拓宽创意思路, 注重馆藏“明星藏品”和中国特色元素紧密结合。比如, 小黄鸭是英国的一种特色 IP(知识产权), 大英博物馆将之与馆藏藏品相结合, 设计出独具特色的“卖萌小黄鸭”系列。我国的特色元素林林总总, 可以吸收利用的文化元素丰富多彩。此外, 配合国内的重要节日、传统节日, 也可以开发出一系列纪念品, 甚至形成固定品牌。

博物馆的陈列设计可以由以“物”为中心, 向以“人”为中心转变。文化的创意和创新并不仅仅局限于实体物品的生产、制作和观赏, 还可以构建诸如场景再现式的各种体验活动, 让观众们沉浸其中, 带来更加直观、形象和立体的感受。在我国, 大多数博物馆的设计都是以静态的“物”为中心, 即以被动式的观赏为主要基调, 有些机械、呆板和单调, 而法国卢浮宫大胆地开辟了地下商场, 博物馆俨然被打造成为艺术和商业兼顾的公共空间。

此外, 还可以借助“互联网+”的东风, 不仅“开网店”销售文创产品, 也可以打造网络在线博物馆, 开发与馆藏元素相关的小游戏。另外要加强与高校的合作, 共建研究院, 培养研究型人才和文化创意、设计、传播的“实战型”人才。

文创已成弘扬传统文化的重要载体, 博物馆做文创与其说是在“卖产品”, 不如说是在利用文化元素“讲故事”。我国博物馆文创总体起步较晚, 经验与市场都还不够成熟。要走好中国特色的博物馆文创之路, 既需要政府部门在政策上给予更多的扶持和激励, 也需要博物馆发挥积极性、主动性, 与社会力量深度合作, 平衡好艺术和商业之间的关系, 努力做到创新有道, 成熟有方。

(据《人民日报海外版》)

## 别扔钢镚了, 飞机不是许愿池

近日, 计划从济南飞成都的 8L9616 次航班在济南遥墙机场过站登机时, 两名 20 多岁的女旅客向廊桥外扔硬币被发现, 据称是出于祈福目的。最终航班延误两个小时, 260 名旅客受影响, 二人已被移交公安处理。

像过去几次“扔硬币”事件一样, 此事也引发热议。且不论扔硬币祈福的旅客是“善意”还是“故意”, 单是这个行为就足以让人“心有余悸”。如果飞机起飞前扔硬币的行为没有被发现, 后果可能不堪设想。据悉, 这两名游客被带走时态度并不端正, 可见未能意识到“祈福”行为后果的严重性。

飞机不是许愿池, 向飞机扔硬币也不能增加福气。相反, 这是件很危险的事, 轻则耽误同机乘客的宝贵时间, 造成航空公司的经济损失; 重则引发安全事故, 酿成惨剧。

就在不久前, 发生了令人痛心的一幕: 埃塞俄比亚航空一架波音 737-8 客机在飞往肯



尼亚途中坠毁, 机上 149 名乘客和 8 名机组成员共 157 人, 无人幸还。飞行安全的重要性也由此凸显。从乘客的角度来说, 重视飞行安全, 理所应当。但必须得用科学合理的方式, 如服从相关指示、配合工作人员安排等。而私自扔硬币之类的“祈福”, 只能是给飞行安全添堵。

近些年多次出现扔硬币的

新闻, 凸显了这一行为的“广泛”。对于这一现象, 首先要明确罚则, 形成一套规范化的处罚机制。二来也需要舆论反复强调飞行安全的基础知识, 不断明确乘机规则, 在公众认知中彻底否定这种荒诞不经的祈福仪式。

生命是无价的, 飞行安全经不起一点意外, 哪怕只是一枚硬币。(据《北京晚报》)