

国家文化公园怎么建

贵州：让长征红色资源“串珠成链”

本报记者 吴秉泽 王新伟

长征国家文化公园贵州段

一核

以遵义会议会址及
周边文物为核心

一线

以中央红军长征
线路为主线

两翼

以红二、红六军团
长征遗迹为两翼

多点

其他具有代表性
的节点

根据长征文物和文化资源特征，贵州共规划了建设
保护管控区、主题展示区、文旅融合区和传统利用区四类
项目400多个

重点打造“1+2+6”标志性项目体系：
遵义会议会址周边环境整治及展陈提升，长征
纪念小镇，长征数字科技艺术馆，红二、红六军团长
征贵州纪念馆，遵义战役纪念馆，四渡赤水（集中展示
带，长征文物保护修缮工程，《伟大转折》演艺综合
体和“重走长征路”研培体验工程

数九时节，雪后初霁，寒意袭人。在皑皑白雪的映衬下，巍巍娄山关更显雄壮。沿着台阶拾级而上，站在高耸的纪念碑下，历史的回响穿越时空，直击心灵。

山脚下，长征纪念小镇建设正有序推进。作为长征国家文化公园贵州段重点示范项目之一，长征纪念小镇整合了娄山关周边革命遗址遗迹、旅游景点、特色小镇等，打造长征精神、长征文化传播重要目的地。

统筹规划 强化总体设计引领

贵州是《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》明确的长征国家文化公园重点建设区之一，贵州省将在2021年底前完成建设任务，形成一批可复制推广的成果经验。

贵州是红军长征“生死攸关命运转折之地、出奇制胜突出重围之地、革命精神集中孕育之地、顾全大局团结见证之地、扩红显著火种广播之地”，在长征史诗中留下了可歌可泣的一页，至今留存有大量革命遗迹，长征文物数量居全国首位。

长征国家文化公园该如何建？首要的是明确地位，确定发展格局。

结合资源特点，贵州省在2019年10月确立了“一核、一线、两翼、多点”的长征国家文化公园总体布局，其中，“一核”即以遵义会议会址及周边文物为核心，“一线”是以中央红军长征线路为主线，“两翼”则是以红二、红六军团长征遗迹为两翼，“多点”包含了其他具有代表性的节点。

2019年12月，贵州省启动了《长征国家文化公园贵州重点建设区建设保护规划》的编制工作。贵州省文化和旅游厅厅长张玉广表示，《规划》确立了贵州建设长征国家文化公园的七项基本原则，即保护优先，强化传承；文化引领，彰显特色；总体设计，统筹规划；积极稳妥，改革创新；因地制宜，分类指导；红色基调，教育为主；开放合作，共享发展。

此外，贵州省还明确建设“十六展示园，遵义为中心；十一展示带，环廊为重点”，构建园、带、点结合的主题展示空间体系。同时，采用线性展馆群的方法构建长征展馆体系，建立以长征干部学院为品牌的长征红色教育培训体系；依托长征历史步道建设打造“千里红军路”，串连沿线“百个红军村”。

集成创新 分类推进项目建设

因文物保护需要，到遵义会议会址参观的游客不能进到二楼的会议室参观，只能从陈列馆展出的照片上重温历史。

不能亲眼看看“镇馆之宝”，让不少游客深感遗憾。

如今，在数字技术的支撑下，游客的这种遗憾得到较大程度的弥补。遵义会议纪念馆通过5G+VR技术，把遵义会议会址、毛主席住居陈列馆、红军总政治部旧址等11个纪念场馆以及纪念馆内1500余件馆藏文物装进了“云展厅”。

遵义会议纪念馆宣教部负责人洪敏说，通过微信小程序，游客可收听展馆讲解内容，了解展出内容背后更加翔实的史料。足不出户，就能通过手机“云游”遵义红色景点，在线上将遵义会议纪念馆“一览无余”，满足不同游客的需求。

由简单的“观赏式”体验，向“沉浸式”体验转变，遵义会议纪念馆探索出了一条集成创新、融合发展的红色旅游新路径。

作为凸显“伟大转折之地”特色的核心项目，贵州实施遵义会议会址周边环境整治及展陈提升项目，在加强遵义会议会址及周边区域文物保护、整治周边环境的同时，还运用最新历史研究成果，提高展陈水平，优化观展线路，增强红色文化氛围，提升游览体验感。

贵州省委宣传部常务副部长徐静说，该省按照“轻资产、重内容、新方式”的思路，确立了“1+2+6”标志性项目体系，包括遵义会议会址周边环境整治及展陈提升，长征纪念小镇，长征数字科技艺术馆，红二、红六军团长征贵州纪念馆，遵义战役纪念馆，四渡赤水集中展示带，长征文物保护修缮工程，《伟大转折》演艺综合体和“重走长征路”研培体验工程，谋划打造一批有代表性、示范性意义的重点工程，以带动全局发展。

此外，贵州还按照省、市、县三级进行分层，从保护传承、研究发掘、环境配套、文旅融合、数字再现、人才提升“六大工程”入手，分近、中、远期推进长征国家文化公园建设。

遵义市红花岗区立足遵义老城区，以遵义会议会址为核心，重点打造遵义战役纪念馆、红军山烈士陵园、毛主席住居陈列馆等城市“红色印记”，连片建设核心展示区。

遵义市汇川区深入挖掘红军长征故事，打造提升“娄山关红色故事汇”品牌，组建红色文化宣讲员队伍，截至目前已累计培养2000余名小宣讲员，参与娄山关红军战斗遗址讲解，传承红色基因。

多业融合 红色旅游提质升级

“再来的时候，大家将看到一个全新的‘四渡赤水’。”习水县委宣传部负责长征国家文化公园事务的干部陈云坤信心满满。

四渡赤水集中展示带项目作为“1+2+6”



图① 冬日的遵义会议会址。

钟承朴摄(中经视觉)

图② 遵义会议陈列馆入口大厅。遵义会议陈列馆与遵义会议会址及周边区域文物是长征国家文化公园贵州段的核心。

胡志刚摄(中经视觉)

标志性项目体系中的重点项目之一，从文旅融合发展的实际出发，系统整合了四渡赤水各渡口以及四渡赤水线路连接的相关战斗遗址、纪念设施、红色旅游景区等资源，希望给游客带来更好的体验。

凭借量多质优的红色文化资源，贵州红色旅游发展迅速，遵义会议会址、娄山关战斗遗址、四渡赤水渡口等已成为游客必到的“打卡”地，多条红色文化旅游精品线路深受欢迎，小红军夏令营等红色主题鲜明、内容生动有趣的研学旅游产品成为“爆款”。

“我们在红色旅游上还存在一些短板，不管是与建设旅游强省的要求相比，还是与广大游客对高品质旅游的需求对接，都还有一定差距。”张玉广表示，将以长征国家文化公园建设为契机，推动贵州红色文化旅游提质升级。

据了解，自启动之时起，贵州就把打造红色经典景区和培育精品线路融入长征国家文化公园建设中，积极推动红色旅游产品开发，推进红色旅游配套设施建设及长征历史步道、红军村和纪念馆展陈提升等工作。

遵义市提出，要依托主题展示区及周边历史文化、自然生态、现代文旅等旅游资源，利用文物和文化资源外溢辐射效应，谋划一批红色文化景区、自然风光景区、名胜古街景区、特色村寨景区。

贵州省重点打造的“重走长征路”研培体验工程项目，拟通过对红军路、红军村进行保护修缮、串联整合、增添服务设施，配套系列研培基地，与“重走长征路”实地体验线路相结合，打造研培体验、红色教育、红色旅游品牌。

为了让游客方便快捷地体验红色文化，贵州目前正加快推进遵义至仁怀、遵义至重庆等多条高速公路建设，力争开工建设金沙经仁怀至桐梓、贵阳经金沙至四川古蔺等5条高速公路，争取在今年基本形成“一核一线两翼多点”的长征国家文化公园贵州重点建设区高速公路网络。

通过建设长征国家文化公园，让散布在群山之间的红色遗迹“串珠成链”，这对贵州省打造旅游强省具有重要意义。在近日出台的《关于推动旅游业高质量发展加快旅游产业化建设多彩贵州旅游强省的意见》中，打造红色文化旅游带被列为贵州建设旅游强省的重点任务之一。

而正在审议中的《贵州省长征国家文化公园条例（草案）》提出，鼓励和引导长征国家文化公园沿线地区立足文化特色和区域功能定位，深入发掘地域文化资源，积极发展与长征相关的创意设计、文化软件、体育休闲、艺术娱乐、乡村旅游等特色产业。

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。”红色资源必将把多彩贵州装点得更加绚烂。

不出门，也能游览遵义会议会址。在遵义会议纪念馆，游客通过小程序就能在线上“一览无余”参观纪念馆，弥补了不能去现场感受遵义会议会址会议室的遗憾。

这是数字技术带给我们的新体验，也为保护文物资源、弘扬红色文化、传承红色基因提供了新的路径。

近年来，随着大数据、5G、虚拟现实、增强现实等技术的广泛应用，让不少纪念馆登上了“云端”，带给游客全新的体验。足不出户，就能“云游”展览，让展馆资源发挥了最大效应。

纪念馆“上云”，首先要将“云上展厅”建好，综合运用文字、视频、动画等手段，给观众提供更加全面的信息，让其能从更多维度了解展品背后的故事。同时，也要增强趣味性，让观众有深入了解的兴趣。

更重要的是用好“云上展馆”资源，让云上资源发挥出最大效应。一方面要加强与线下的联动。例如通过在展览实物旁张贴二维码等方式，让观众实现扫码观展；又如通过互联网平台收集观众意见，改进展陈工作。另一方面，也要广泛宣传，扩大影响力，让不能到实地观看的游客可以上网观展。

我们欣喜地看到，作为首个国家级大数据综合试验区，贵州省在推进长征国家文化公园建设中，重点打造了长征数字科技艺术馆，将运用全息影像、虚拟现实、三维声场、机械舞台等最新科技手段，建造具有高度震撼力和深度教育意义的长征文化主题场馆，打造“永不落幕”的网上空间，展示该省的红色文化资源。这是顺应潮流的明智之举，也将为该省打造高水平的长征国家文化公园提供有力支撑。

需要指出的是，上了“云”并不意味着线下的实体展馆就不重要了，不能有了线上就忽略了线下，还得加强服务、不断提升观众体验感，实现线上线下良性互动、相得益彰。

用好数字技术 弘扬红色文化

吴秉泽



福州非遗展示馆亮相

日前，福州市非物质文化遗产展示馆正式向市民免费开放。展馆以省文保单位罗氏绸缎庄为依托，通过新技术展现福州本土传统文化。 新华社记者 魏培全摄

北京以高水平供给提振文化消费

本报记者 杨学聪

文化产业是北京的重要支柱性产业。为满足人民日益增长的文化消费需求，北京将以更高水平供给创造文化需求，以更高品质需求牵引文化供给，推动首都文化消费更上一层楼。

“发展文化产业，必须大力发展文化消费。”北京市国有文化资产管理中心主任刘绍坚表示，北京将重心放在培育文化消费习惯、引领文化消费风尚等方面。尽管受到新冠肺炎疫情影响，2020年前11个月，北京市规模以上文化产业实现收入12334.5亿元，同比增长2.3%。

当下，北京坊、798艺术区已变身北京城市文化新地标；言几又、全民畅读、钟书阁等最美书店已成为首都亮丽的文化窗口；新浪微博、今日头条、爱奇艺、去哪儿网、马蜂窝等企业都来自北京。那么，文化消费市场还有多大潜力可控？刘绍坚表示，从国际看，发达国家人均文化消费在消费支出中的占比达到15%，北京目前是10%。因此，北京要通过提供高品质的文化产品来满足

北京市民的获得感、幸福感，也要为来北京的国内外游客提供优质的文化服务。同时，推动国内文化企业开拓国际市场，提升中华文化软实力。

为保证更高水平供给，迎接文化消费新时代，北京围绕一个“新”字做文章。在“新基建”方面，将结合国家文化大数据体系建设，完善文化产业“云、网、端”基础设施，加速文化产业数字化进程，加快推动5G技术在文化消费领域的技术革新和商业应用，拓展人工智能应用场景。在新业态方面，打通版权开发链，激活优秀文化IP资源，大力发展数字阅读、网络视听、在线教育、虚拟现实等数字业态。在新模式方面，引导帮助线下文化企业尽快“上云用数赋智”，支持线下文化消费场景加速迭代更新，发展文化新经济、“宅经济”、夜经济等新消费服务模式。

此外，北京还将加快实施“文化商圈”计划，建设一批文化消费特色小镇，开发更多文化“网红”场馆；加快培育具有全国影响力的文化直播

平台和文化电商平台；吸引国际知名品牌、原创自主品牌在北京首发，布局文化体验店和跨境电商示范店，打造具有全球知名度的文化商业新地标，成为文化对外开放新高地。

近年来，伴随着北京产业结构不断优化，产业发展质量和效率进一步提升，北京文化消费需求正在经历三大转变：由生存性消费向发展性消费升级转变，由物质性消费向服务性消费升级转变，由传统消费向新型消费升级转变。北京市民文化消费的个性化、品质化、风格化、多样化的诉求越来越明显。在以高品质需求牵引文化供给方面，北京将发展适应不同年龄人群需求的文化经济。针对影视、演艺、阅读、动漫、文博、艺术品等各类文化消费细分领域，结合行业特性，突出行业差异，制定精准引导政策。