

## 古城文旅如何出彩

# 有序升级 体验优先



晨光熹微，第一缕阳光洒向新疆喀什古城，老街巷在饕餮的袅袅炊烟和铜器的叮当作响声中缓缓苏醒，千年风情一如往昔；夜幕降临，璀璨的灯火点亮街巷，“网红”打卡点与美食“巴扎”聚拢人间烟火。数据显示，今年1月至10月，喀什地区累计接待游客4815.58万人次，同比增长19.71%；实现旅游收入433.90亿元，同比增长25.52%。作为核心文旅IP的喀什古城持续保持高热度，国庆期间单日最高客流量达24.2万人次。

面对古城文旅“千城一面”的困境，喀什如何在文旅发展的同时，守住这座世界上现存规模最大的生土建筑群的“魂”？

### 平衡保护与开发

“不到喀什，不算到新疆；不到古城，不算到喀什。”喀什古城凭借其独特的历史文化韵味，在新疆文旅中独树一帜。古城占地面积1.57平方公里，不仅是国家5A级旅游景区，更是6.2万居民日常生活的家园。这种民俗文化与历史风貌汇集的特质，决定了其必将走一条与众不同的发展道路。

曾经，喀什古城里许多房屋主体受损严重，乱搭乱建现象突出，生活环境脏乱不堪，“污水靠蒸发，垃圾靠风刮”一度是古城居民生活的真实写照。特别是作为生土建筑群，古城内部分房屋年久失修，存在安全隐患，改造势在必行。

2009年起，当地政府累计投入资金逾70亿元，对传统民居在保留原有空间格局的基础上进行加固和修缮。这项浩大工程的独特之处在于：既要改善居民生活条件，又要完整保存古城的历史文化与风貌。

居民阿依仙木古丽·吐尔逊的直观感受是：“谁能想到，我们的生活区变成了景区。”阿依仙木古丽·吐尔逊觉得，好政策让居民受益匪浅，房子不再是土坯房，家里通了天然气、自来水，有了卫生间，以前普通的小巷子现在都变成了漂亮的打卡点。

然而，改造后的喀什古城面临着新的考验。随着游客量逐年激增，部分商户为追求商业利益擅自扩建房屋，甚至破坏传统历史遗存。如何在保留历史印记和商业开发间寻求最大平衡，成为古城发展的新课题。

2024年5月1日，《新疆维吾尔自治区喀什古城保护条例》(以下简称《条例》)正式施行。这部为喀什古城量身定制的保护条例，从规划、保护、传承、利用等方面为古城保护提供法治保障。自治区人大常委会法制工作委员会副主任周勤阐释了《条例》的立法思路：“出台《条例》并不是原封不动地保护古城，而是在保护的基础上，推动古城顺应时代、更好发展。”

“《条例》用法治方式规范喀什古城的管

理、保护和利用，推动古城健康可持续发展。”自治区人大常委会民族宗教外事华侨工作委员会主任马健说，立法能够推动解决古城保护职责不清晰、传统文化体现不够等问题，进一步规范引导各行业有序竞争、合理发展。

在热门打卡点“古丽的家”，店主沙拉麦提古丽·卡日对《条例》的实施感受深切。她告诉记者，如今改建、修缮建筑物，设置各类广告招牌，安装外置设施等都必须按规定申请批准。“虽然程序更严格了，但为保护古城，这么做很有必要。”

### 拓展“可看”到“可感”

喀什古城的经营规范了，居民生活便利了，可如何让深厚的文化底蕴从“可看”变为“可感”，让游客从“观光”走向“沉浸”？

喀什古城景区管委会相关负责人介绍，古城的案是：以“非遗+”为核心，推动非物质文化遗产的创造性转化。古城打造了9条非遗主题旅游线路和20余家业态体验点，将土陶、砖雕、木器、药茶等48项非物质文化遗产转化为可沉浸体验、可消费的旅游商品。

每天上午十点半，喀什古城巷口的“爷爷的爷爷的爸爸的饕”准时开门迎客。近些年，随着喀什古城游客增多，这家老店的第七代传人吾买尔江·吐地感受到了客户群体正在发生明显变化——年轻顾客多了，想要深度游的顾客多了。“为此，我们不仅开启了线上直播，还提供饕制作体验预约服务，有不少游客会专门预约前来体验。”吾买尔江·吐地说。从单纯售卖到体验互动，这家老饕铺找到了传统技艺的现代表达方式。

在位于高台民居的土陶非遗工坊，负责人吐尔逊·肉斯塔木也有着相似的感悟。他的工坊不仅展示土陶技艺、销售土陶制品，还通过开展土陶体验和研学游找到了新的市场。“今年旅游旺季时，一天收入最高能有3000元，还接待了百余人的研学团队。”吐尔逊·肉斯塔木说。

“喀什古城的保护与发展之所以能成为标杆性实践，核心在于其实现了传统文化传承与现代旅游发展的深度耦合——既完整保留了历史街区的空间肌理、建筑风貌与生活质感，彰显出不可复制的历史厚重感；又以创新思维激活文化资源，为古城注入了可持续发展的活力。”新疆社会科学院研究员贾秀慧认为，这种以文化为内核、以体验为纽带的发展路径，既守住了历史根脉，又激活了时代活力，最终成为喀什古城持续吸引海内外游客、保持旅游生命力与核心竞争力的关键所在。

除了挖掘本土非遗资源，古城还积极吸



游客在新疆喀什古城景区的一家民宿内欣赏歌舞表演。新华社记者 王 菲摄

引外地创客落户，实现空间、文化、经济、社会的全方位互嵌。来自昆明的李明恩敏锐地抓住了这一机遇，今年4月，他和朋友的“博雅旅拍”在古城正式开业。“古城独有的文化风情是吸引游客的主要原因。”李明恩透露，今年旅游旺季最多一天接了60多个订单，明年还要增加人手。

如今，通过“景区+新业态”模式，当地发展餐饮、文创、民宿、旅拍等八大业态，商户数量从2013年的800余户增长至5000余户。

### 确保“常来”能“常新”

“常来常新”，是不少本地人对喀什古城的客观感受。今年，喀什古城在原有业态基础上不断提升品质，打造完成了水门一汗巴扎美食街、第一小学、菜巴扎路3条特色民俗街区，以及“婚礼巷、土陶墙、地图墙”等15处网红打卡点。

百年老茶馆是游客在古城打卡的“网红”店之一，店员马国强深切感受到这一变化。“以前我们只有传统的茶和点心。现在，我们不仅有普洱、龙井，还有咖啡，每20分钟就有一次传统弹唱或舞蹈表演。”马国强说，这一切的出发点都是为了更好地服务游客。如今，他们的营业时间不断延长，旅游旺季会从早上九点营业到凌晨两点。

古城的进步，不仅仅是内容的丰富。近年来，喀什古城以“夜赏、夜游、夜娱、夜食、

夜购”为方向，持续挖掘夜间消费潜力。

走进喀什古城核心区，“汗巴扎”夜市的香气扑面而来。这条近600米长的街道上，百余个摊位沿石板路有序排列，烤包子的焦香、手抓饭的油香、酸奶粽子的清甜交织弥漫。“夜晚的古城也很漂亮，可以边吃边逛，还能看表演，感受到了不一样的古城。”来自广东的游客李慧珠说。

同时，景区依托自身丰富的文化资源优势，积极探索“住宿+演艺+美食”多元业态融合的夜间经济发展模式。今年5月，位于古城景区中心的买买提大院正式开业。这个总面积750平方米，集餐饮、民族建筑艺术和文化展演于一体的综合空间，已成为古城游客的热门打卡地。“我们有专职演员，每天安排三场特色表演，夜间尤其热闹，旅游旺季时日游客量可达1000多人次。”买买提大院餐厅行政助理古兰拜尔·亚森介绍，餐厅的开业带动了周边餐饮、住宿等相关产业的发展，为当地创造了更多就业机会。

如今，感受古城从清晨的开城仪式开始，张骞、班超等历史人物“穿越时空”迎候八方来客。当夜幕降临，《大侠侍女巡游》夜间演艺项目准时上演，让景区的夜晚更加热闹鲜活。

喀什古城的旅游发展，激发了整个城市的发展活力。喀什市文化旅游发展中心副主任马木提江·艾山表示，未来将进一步丰富旅游消费场景，实现文化保护、民生改善与产业发展的良性循环。

今年的影院内外，动画电影大放异彩。看全球票房，动画电影占得大量份额；看国内排行，国产票房前10名有3部是动画；看文创市场，动画IP周边销售额屡创新高……这股动画电影热，并非观众的一时兴起，而是动画电影积极适应大众审美与消费习惯变化的回报，其中蕴含着促进文化市场蓬勃发展的活力密码。

若说电影为观众“造梦”，那么动画更像梦境本身。相较于真人电影在人员精力、资源配置、修改难度等方面的限制，动画电影在创作上拥有更多自由空间，更易表现大银幕的奇观感、娱乐性。技术的快速进步，令创作者的想象力得以充分转化为如梦似幻的观影体验，吸引更多观众进影院“寻梦”。

高票房的背后，是各年龄层观众的认可。过去，总有人觉得动画就是给孩子看的，但数据显示，《哪吒之魔童闹海》观众群体中，30岁到39岁观众占比超42%，可见观看动画电影也是不少成年人放松的选择。好的动画电影，首先是一部好电影。当人们为哪吒不屈不挠的抗争精神而感动，因“浪浪山”小角色的大梦想而共鸣，劲爆的视觉冲击、精致的画面设计已经退居其次，真诚的创作才是与观众建立真情实感联结的关键。优秀的作品在讲好一个故事的同时，让人们通过银幕感同身受、照见自我，走出影院后有所感悟与收获。

当前，国产动画电影历经百年发展，正在全球化、科技化浪潮推动下，迎来新的机遇与挑战。从市场规模看，《疯狂动物城2》中国内地票房在全球范围遥遥领先，再一次证明了我国巨大的市场价值与消费潜力；从文化底蕴看，那些历经时代打磨与沉淀、在一代代国人讲述中不断丰满的经典民间传说与文学形象，为动画创作提供了取之不尽的灵感宝库；从制作保障看，我国具备强大的技术支持能力和创作人才储备，能为国内外创作者搭建展示舞台。

优势之下，还需进一步强化系统思维、布局长远规划。一部动画电影的成功，不应止步于影院票房；一个产业的发展，不能仅限于个别作品。当前，与国际成功动画系列IP相比，国产动画电影的优质IP总量还不够多，对其衍生文创、主题乐园、游戏授权等方面的开发仍不充分，对本地票房外更加广阔的国际市场挖掘也不足。为此，既要在创作阶段坚守品质、精益求精，真正找到属于中国动画的特色所在，让先进技术推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，尝试扎根当下、面向未来的多元题材创作；也要在项目策划阶段系统规划，联合各方资源进行IP运营和产业布局，打通银幕内外，联通国内国外，持续提升作品的文化影响力与市场竞争力。

更好繁荣文化市场，健康多元的产业生态至关重要。面对动画电影的热潮，各方也应避免一哄而上，导致低水平、同质化竞争，需以观众需求为导向，将内容品质作为首要标准。不同文化产品有其不可替代的美学特质与表现优势，动画与真人百花齐放、各美其美，才能满足人们日益增长、日趋多元的高品质精神文化需求。要鼓励探索多元化创作模式，构建均衡发展的产业格局，推动中国影视产业的整体水平持续提升，更加自信地讲好中国故事，向世界分享越来越多的精品力作。

## 求真

# 快递丢了该怎么赔

本报记者 吉蕾蕾

□ 目前,对于已保价的快递丢失、损毁的,按约定执行的保价规则确定赔偿额没有疑义;对于未保价的包裹,快递公司通常会主张按照物品的实际损失进行赔偿,且最

高不超过运费的一定倍数。不同的快递公司,赔偿标准也存在一定差异。

□ 在没有选择保价服务的情形下,若希望按实际价值获得赔偿,用户需要对包裹的实际价值承担举证责任,应注意保留能反映物品价值的证据材料。

邮件损失,或者未履行前款规定义务的,无权援引前述条款的规定来限制赔偿责任。

为提升快递服务的整体质量和安全性,不少快递企业推出了快递保价服务。“保价不是强制性的,是一种增值服务,但寄件人在交寄贵重物品时,快递员有义务提醒寄件人是否需要购买保价服务。”赵国君说。

记者了解到,目前,对于已保价的快递丢失、损毁的,按约定执行的保价规则确定赔偿额没有疑义;对于未保价的包裹,快递公司通常会主张按照物品的实际损失进行赔偿,且最高不超过运费的一定倍数。不同的快递公司,赔偿标准也存在一定差异。

“这并不意味着用户只能接受快递公司主张的赔偿标准。”张秀山说,除非在用户交寄快递时,快递公司明确向用户告知了未保价情况下的赔偿标准,否则仅通过电子运单条款或纸质快递单上的保价条款等进行约定,用户可主张该条款为格式条款,并以快递公司未尽到提示和说明义务,对自己不发生效力为由,要求快递公司按照包裹的实际价值承担赔偿责任。不过,出于对不必要风险

的规避考量,用户如果寄递的物品较为贵重或者物品本身具有特殊价值(如有纪念意义的老照片等),购买保价服务还是有必要的。

事实上,真的遇到快递丢失或者损坏,消费者的维权渠道也是多样的。张秀山说,首先应固定好相关证据,包括与快递员或快递公司确认包裹已丢失的沟通记录,请收件人拍摄、提供包裹内物品损毁的照片或视频证据,再联系快递公司沟通赔偿事宜。如果快递公司拒绝进行合理赔偿,还可以考虑向消费者权益保护机构或邮政管理部门投诉。

需要提醒的是,在没有选择保价服务的情形下,若希望按丢失、损毁包裹的实际价值获得赔偿,用户需要对包裹的实际价值承担举证责任,应注意保留所寄递物品的购买记录、发票、支付记录等能反映物品价值的证据材料。同时,在填写快递信息时,应尽可能详尽地填写所寄递物品的关键信息,比如某品牌、某型号、运行内存与存储内存分别有多大的全新手机等,以备在缺少其他有效反映物品价值的证据时,能够有机会根据寄递物品的详细信息来确定物品的市场价格,从而获得合理的赔偿。



12月10日,安徽省淮北市西站轨道进入精调阶段,相关建设有序推进。淮北西站是淮宿蚌城际铁路重要枢纽站,该铁路建成后将成为皖北地区连接合肥都市圈及长三角地区的便捷通道。

张红心摄(中经视觉)