



上图：“上海之夜”文旅推介会。

态，在2022年的全球市场规模已经超过200亿美元。

在中国的博物馆界，故宫博物院就是一个很好的例子。早在20年前，故宫就对数百万件文物进行了基础化的数字信息采集，无论是文物保护意识还是文化传播意识都遥遥领先。今年暑假期间，故宫每天限流4万名观众，网上门票预约基本上在开放十分钟后就会被一抢而空。

故宫博物院副院长王跃文刚到澳大利亚布里斯班赶到澳门，在布里斯班，他提交了一份新的提案，希望能够建立一个全世界范围的文化遗产保护新的技术委员会：“如果这个委员会成立，就可以提供一个新的国际交流的平台，让一些历史悠久的国家，比如埃及、意大利、法国、中国等等，把我们在文物保护方面的经验、先进的技术设施，在这个平台上进行分享，而且创造出一套标准来适用于全世界的文化遗产的保护，这样更有利于文明的延续，以及基于文明的旅游资源的持久发展。”他说，故宫跟境内外

很多文博机构、文物保护机构、学术机构都有非常充分的合作：“以澳门当地来说，我们从1999年开始统计到现在，故宫博物院在澳门办的展览已经有30多个，当然澳门也有展览到故宫来办，还有意大利、法国、德国、美国等等国家，我们每年都会有展览到这些国家去，我们也会吸纳各个国家有价值的展览到故宫展示，这样更能促进不同的文明、文化背景下人们相互的理解。”

西班牙理想国演艺主席、联合国世界旅游组织特别大使皮诺·萨利奥科认为，城市文化是身份认同的一部分：“我们要把这一点强调出来，和来访的游客建立关联。现场音乐、艺术、博物馆、美食都可以结合起来，我有一个朋友是做时装的，时装其实也是其中一部分，还有做舞蹈设计的朋友，我还有很好的厨师朋友，我把这些元素都结合在一起，建立一个音乐活动，可以通过这些人展示一个城市的魅力，展示城市的一些新体验，这也会满足一些游客的需求。”音乐会现场甚至是通过人力自行车来发电的，

“要让年轻人意识到可持续发展是很重要的，食品、博物馆、音乐节都是非常重要的”。今年，西班牙理想国演艺在全球有100多场演出活动，目前已经卖出了5000万元的门票。

意大利Mondomostre展览公司董事长托马索·拉达利也认为文化旅游的策划非常重要：“一般观看展出的人有1/3都不是本地人，也就是说有很多游客会来看我们的展览。我们有一些数据，意大利过去做的一些好的计划，让参观展览的人翻了4倍，很多来自外国的参观者看了在本地的展览。”

科技的发展也能助力文化旅游。去年，抖音平台开启了抖音乡村计划，两大主推项目，一个叫“山货上头条”帮助乡村的经营者带货优质农特产品；另一个叫“山里DOU是好风光”，在线下举办各类公益活动，邀请达人探访，为偏远地区招揽游客。项目启动以来，已经卖出了47.3亿单农特产品，平均每天有1300万个农特产品的包裹发往全国各地；包括广西、陕西、云南等11个省区的1.5万个乡村文旅经营者，也累计实现了超过18亿元的交易额。曾在电影《无问西东》中出镜的云南红河州元阳县农村“阿者科”（意为竹林密布之处），也成为“山地旅游”的出圈项目。

旅游+人文，无疑会成为未来十年的热点。正如国际山地旅游联盟副主席、GTEF荣誉主席何亚非所说：“旅游还要有一个更崇高的目标，这个崇高的目标，说到底是人——各国人民之间不应该有仇恨，应该共同富裕、共同交流，建设一个美好的世界。”