

一眼千年 古建新生

——山西文旅市场新观察

E 新举措 守护千年芳华

旅游热在推动文化传播发展的同时,也为山西古建保护带来新的压力和挑战,多个景区景点从长远谋划,在增强人防、技防、消防力量的基础上,采取新手段、新技术、新办法,多措并举守护好中华民族的文化瑰宝。

如何平衡“泼天流量”与文物保护?在2023年游客量首次突破300万人次、2024年增长到444万人次的情况下,云冈石窟景区从2025年元旦起,取消现场人工窗口购票服务,全面实行线上实名预约7日内参观门票。

“必须把文物保护放在第一位,避免流量裹挟下的无序开发。”云冈研究院院长杭侃说,景区主动作为,科学引导游客,才能保障文物安全,提高游客游览的体验感和舒适度。

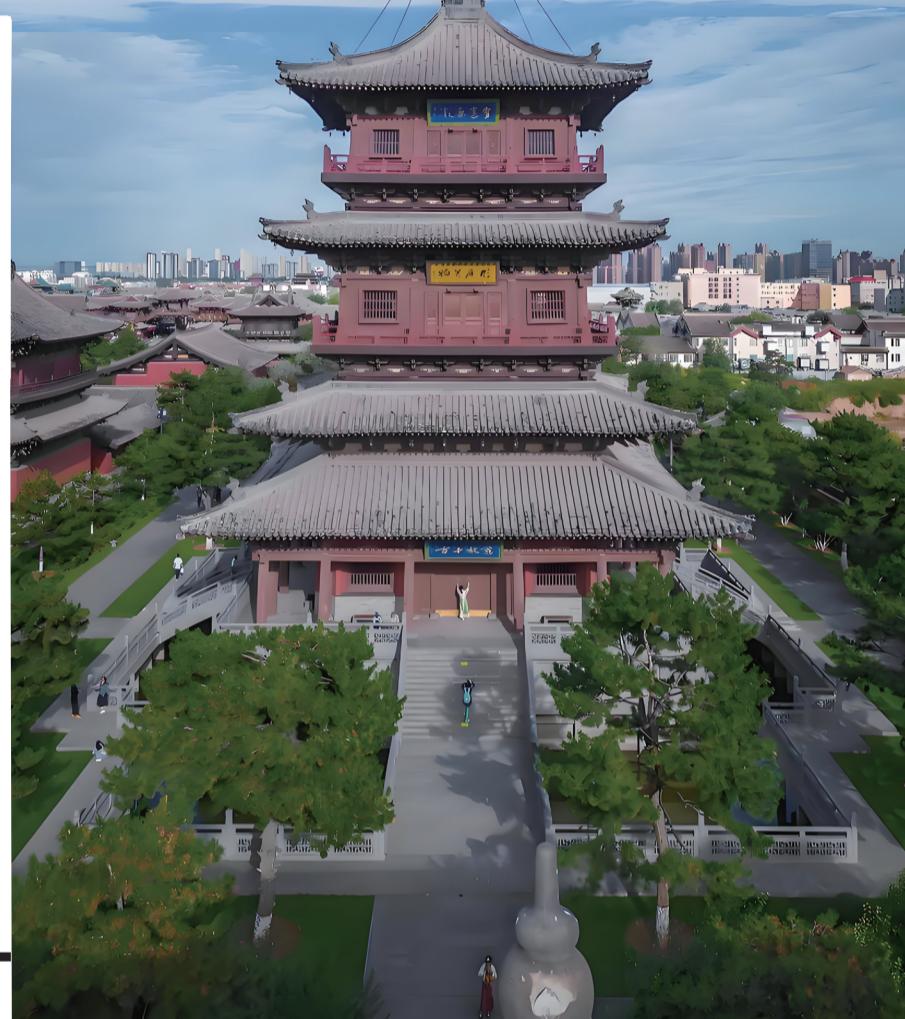
除预约外,多个古建景区景点采取数据监测、分散客流、封闭管理等一系列预防性保护措施,确保旅游在文物保护原则内运行。

晋祠内的鱼沼飞梁,曾被梁思成称赞“此式石柱桥,在古画中偶见,实物则仅此一孤例,洵为可贵”。面对日益增多的客流量,太原市文物保护研究院副院长于灏说,他们采取科技手段实时监测客流对桥梁震动数值的影响,并在高峰期延长开闭馆时间、安排讲解员分三条线路讲解、增派安保力量引导等合理疏散客流压力。

在古建景区,不难看到游客操作无人机随处拍摄的场景,规范和约束势在必行。为此,应县木塔景区安装了无人机反制系统并配备了反制枪,保护这座世界最高木塔。“曾经高峰时一天内木塔2公里范围能监测到300至400台次的无人机,现在通过信号干扰、驱离、迫降等措施,有效保护了木塔安全。”应县木塔管护中心主任孟文元说。

站在五台山佛光寺东大殿前眺望,人们可以感知三面环山的围合感,远处层峦叠嶂,青岚相伴,令人心旷神怡。这正是这座我国现存规模最大的唐代木结构古建筑选址的精妙所在。

5月1日起,《忻州市佛光寺文化景观保护条例》正式施行,确定佛光寺文化景观保护范围为四周山脊线环护区域,包括自然山水、景观视域、历史聚落、文物古迹等。“通过地方立法守护佛光寺的珍贵环境。”佛光寺文物保护利用所所长胡俊英说。



大同华严寺内的华严宝塔 新华社发



高人气源自文化魅力

36岁的北京市民王宇近5年来山西30余次,从一名游客成为古建保护志愿者。他难忘2020年第一次到山西见到大同华严寺、善化寺辽金建筑时的震撼,开间宽大、出檐深远、斗拱雄健……书上所形容的古建筑“如鸟斯革,如翚斯飞”的形象顿现眼前。

“山西元代以前的古建筑大气、厚重、灵活,给人的视觉冲击是直观、深刻的。”王宇一下子爱上了这片土地,寻访古建筑的脚步越走越坚定。

近年来,山西古建游火热。晋祠博物馆去年接待游客310余万人次,比前年增长39%;应县木塔景区去年游客量为237.9万人次,同比增长164%;小西天景区去年接待游客68.7万人次,同比增长411%……

国潮风起,文化大美。通过科技、演艺、文创产品等方式,山西多地让文物看得好、读得懂、“带”得走。走进山西洪洞县广胜寺艺术馆,戏曲图、捶丸图、下棋图、尚宝图、尚食图、卖鱼图等让人应接不暇。这里的壁画通过数字复原高清呈现在人们眼前,其中还包括多幅流失海外的壁画复制品。游客不受时空限制和文保要求约束,可以近距离欣赏元明壁画杰作,感知古人的艺术、生活和精神世界。

“80后”杨杰也是一名古建爱好者。2017年,他创立了晋行记研学中心,为游客提供深度研学体验,最初每年发80个至100个山西古建研学团,如今每年已逐步增加到300个至400个。“看唐宋辽金元木结构古建筑是绕不开山西的,它们的高品质和独特性极富魅力。”杨杰说。

在山西,2.8万余处古建筑像璀璨的珍珠点缀着表里山河。这里的木结构建筑上起唐朝,下至清代,品类齐全,构成了我国建筑史上独一无二的标本体系。尤其元代及元代以前的木结构古建筑占到全国的80%以上。

然而如此丰厚的文化宝藏一度“藏在深闺”。

“古建领域相对专业,欣赏门槛较

高,将中国传统文化元素与现代游戏技术深度融合的方式,能更好地让大家感受到独特的东方美学,引发情感共鸣。”山西人文地理数字产业研究院院长姜剑波说。

游戏《黑神话:悟空》上线后,山西抓住机会,及时组织推出“跟着悟空游山西”系列活动和产品,古建游火爆出圈,“宝藏山西”成为全网共识。2024年山西文旅消费规模持续扩大,全省重点景区累计接待游客量和门票收入同比增长均超过15%。

越来越多年轻人远道而来,在飞檐斗拱、榫卯立柱间触摸历史,厚植文化自信。北京理工大学学生周芷瑜每次坐火车来山西参观古建筑,都把行程安排得满满的:“看古建,就是与历史对话。”



多业态焕活大地瑰宝

“我们还通过动画讲述了壁画流失海外的那段沉痛历史,希望在与历史的对望中,点燃游客心中文明传承的星火。”山西霍太山广胜旅游有限公司副总经理王永强说。

在数字技术打破空间限制,实现虚拟登塔、壁画“动”起来、彩塑3D打印的同时,融合多种艺术形式和现代科技手段的沉浸式演艺,也让观众身临其境,在心底留下难忘的记忆。

进入平遥古城西门外的《又见平遥》

剧场,仿佛“穿越”到了清朝的平遥城。平遥县印象文化旅游发展有限公司营销经理孔令娟介绍,《又见平遥》公演至今已吸引600余万名游客观看,演出收入突破10亿元。

在文化消费蓬勃发展的当下,文创产品成为传统文化的新载体,游客从而得以把历史“搬”回家。

山西知名文创企业西堂文化传播有限公司和景区、设计师们合作搭建文创平台,文创产品销售额逐年增长。古建打卡

卷轴、古建镂空纸雕本、壁画日历、梁思成手绘图文件夹……热销产品不断涌现。

“通过多元转化,文创产品让古建文化触手可及,实现了更广泛的传播。”山西西堂文化传播有限公司创始人于漫说,好的文创产品贵在从质量、创意、实用性上下功夫,使其成为连接古今的桥梁,每次看到它游客就会想起初见文物时的惊艳。

承古拓今,山西这座大地上的博物馆正历久弥新、光彩绽放。

新华社太原5月31日电