



微信公众号



微博



今日头条



抖音

机场也“好玩”

人民日报记者 尹婕



■ 文旅观察 ■

近日，全球首个设置在机场内的在地文物展示博物馆——西部机场博物馆，开馆迎客，吸引许多人去陕西西安咸阳国际机场看“国宝”。

品尝美食、购物、拍照、看展……越来越多的机场正通过融合消费场景、文化场景，为人们提供日益丰富的体验。机场已不仅是旅途的起点或终点，其本身也成为旅游目的地。

在地特色“更好逛”

“老舍茶馆”的杏仁豆腐牛乳茶、“美珍香”的芝士肉松吐司、“太阳中国饭”的虾肉烧麦，是社交平台上热度很高的“大兴机场三件套”，前两样还是北京市内买不着的“机场限定款”，虾肉烧麦也与市内店同质同价。

目前，北京大兴国际机场口岸商铺已超过500家，品类丰富，不仅包含众多历史悠久的中华老字号，也有时尚现代的文创潮玩，可以满足不同旅客的需求。据了解，该机场商业全业态实现100%同质同价、餐饮店面100%明亮灶。此外，还推出“兴先送”，为旅客提供30分钟送达登机口的商品配送及快递到家、到店提取等服务。正因此，北京大兴国际机场被网友戏称为“大兴大型购物中心”，非常“值得一逛”。事实上，北京大兴国际机场从投运起便是一个“热门景点”，2019年9月正式投运后的国庆假期，共迎接超50万人次的“打卡游客”。仅10月3日当天，游客数量就超过10万人次，是出行旅客的23倍。

越来越多的机场变得“更好逛”且独具在地特色，网友纷纷在社交平台分享攻略。例如，鲜花是春城昆明的特产，昆明长水机场的航站楼里常年设有鲜花摊，有时还会开设云南咖啡、天麻等的展销。此外，也有网友将“上山喝茶”的滇红拿铁、“清晨园”的饵丝、“大益茶庭”

的玫瑰普洱冰淇淋列为长水机场“必打卡三件套”，“很有云南特色”。再如，深圳宝安国际机场里“翠华 express”的菠萝包和“光明鸽”的乳鸽组成的“广式两件套”，青岛胶东国际机场里的特色鲜啤、文创、啤酒冰淇淋等，被不少游客列入到访当地后的“必购清单”。

服务展现“国际范”

近日，国际机场协会公布2024年度全球机场服务质量评估结果。北京大兴国际机场、海口美兰国际机场、广州白云国际机场、青岛胶东国际机场等均有斩获。其中，北京大兴国际机场荣获2500万—4000万吞吐量最佳机场奖、亚太地区最便捷机场、亚太地区最令客人愉悦机场、亚太地区最洁净机场等6项大奖，也是连续第五年获最佳机场奖。

据介绍，北京大兴国际机场在国内全流程无纸化出行的基础上，升级推出国际无纸化服务，旅客出行时间平均节约15—30分钟；升级易安检服务，落实安检新技术标准应用，开通两条“易安



游客排队参观西部机场博物馆珍宝馆。

新华社记者 邵瑞 摄

息一晚。“整个环境让我感觉很安全、舒适，这是一次独特的体验。”小秦说。

“空中门户”成“名片”

机场被称为一座城市的“空中门户”。为了让远道而来的旅客留下对当地美好的“第一印象”，许多机场在空间打造、内容布置上不断创新。

2月底，“博物馆里读中国”主题联展活动在青岛胶东国际机场开启，该展览涵盖历史文化、革命纪念、人文艺术、自然科技、民族民俗、考古成果等多种题材，全面展示中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化。青岛机场集团文旅公司文旅促进部相关负责人介绍，主题联展落地设在航站楼国内到达区域，旨在充分发挥机场“城市窗口”的作用，为旅客营造浓厚的人文氛围，提升旅客出行体验。未来，青岛机场也将积极探索开发航站楼人文景观，用好“航空+”新名片，将机场打造成集交通枢纽和文化体验于一体的城市口岸。

在机场里推出主题展览，已成为机场“跨界”的重要方式，也是博物馆扩大服务半径的有效途径，能让旅客在旅途中发现身边的文化之美。例如，由首都博物馆和北京大兴国际机场联合举办的“北京中轴线——璀璨文脉 辉煌中轴”展览，在航站楼五层免费面向公众开放。由北京大兴国际机场与中国国家博物馆联手打造的“文化中国”长廊已多次“上新”，《燕京八景图卷》《黄山秋色图轴》等山水画作，为来往旅客呈现一场视觉盛宴，也成为北京为旅客送上的文化“见面礼”。

2024年底，无锡硕放机场年旅客吞吐量突破1000万人次，跨入“千万级”机场行列。消息一经发布，许多旅客“晒”出关于该机场的回忆：第一次到江苏旅游的行程就是从这里开始、曾骑自行车去机场候机厅乘凉、在这里喝“茶颜悦色”……对无锡而言，这一“空中门户”将成为充分展示城市对外交流形象的新“名片”。

非遗进京“火”出圈 传统艺术如何叩开现代市场大门

耿杨洋 陈宏江

肇兴：千年古韵 侗寨振兴



3月18日，侗族群众在贵州省黎平县肇兴侗寨给游客演唱侗族大歌。

临近黄昏，寨门上的灯笼次第亮，侗寨寨次梯比的轮廓在炊烟中渐渐隐去。鼓楼下人们开始聚集，琵琶声声，侗歌悠扬。这里是春日里的肇兴侗寨，万物正在复苏。

位于贵州省黔东南苗族侗族自治州黎平县的肇兴侗寨有侗族居民逾千户。这里的侗族传统建筑风貌保存完好、民族文化源远流长。

近年来，当地围绕“以保护促利用，以利用促发展”的思路，在保持村寨历史原貌和传承民族特色文化的同时，组建侗族大歌队和侗戏班，将侗年节、芦笙节、侗年节等民族节日打造成旅游品牌，大力培育传统手工业企业，发展酒店、民宿、餐饮饭店433家，带动村民就业创业2000余人，让村民们都吃上“旅游饭”，使古老的侗寨在保护与传承中得以持续焕发生机。新华社记者 杨文斌 摄

陕西特奥运动员载誉而归 荣获一金一银一铜

本报讯（全媒体记者 李影影）3月19日，记者从省残疾人体育运动管理中心获悉，赴意大利都灵参加第十二届世界冬季特殊奥林匹克运动会的陕西运动员王家乐和教练员野小亚结束赛事征程，载誉而归，为三秦大地赢得殊荣。

本届赛事中，王家乐在特奥舞蹈项目中表现出色，勇夺1金1银1铜三枚奖牌。主教练野小亚率队勇夺3金2银2铜，创造了中国特奥体育舞蹈队在冬季特奥会上的最佳成绩，为国家体育事业增辉添彩。

据悉，本届冬季特奥会上，来自103个国家和地区的1500名运动员，在高山滑雪、单板滑雪、越野滑雪、雪鞋走、体育舞蹈、软式曲棍球、短道速滑、花样滑冰等8个比赛项目中展开激烈角逐。中国特奥代表团共78名，其中运动员48名，来自全国16个省（区、市）。

省残疾人体育运动管理中心相关负责人表示，未来将进一步拓展特奥运动项目，强化专项资金保障，扩大项目覆盖范围，着力提升竞技水准，探索科学康复健身方法，促进体育运动与康复深度融合，全力推动陕西省残疾人体育事业提质增效。

访谈嘉宾：

老庙老鼓县级代表性传承人 田大鹏 陕西潼关西北综合黄河老腔艺术团团长 陈孝宽

渭南市文化艺术中心（市非遗保护中心）主任 田建

今年2月，来自渭南市的老庙老鼓演出团队与潼关黄河老腔演出团队应中国非物质文化遗产馆邀请相继赴京演出。精彩纷呈的表演展现了陕西非遗的魅力，为非遗的传承与创新带来了新的机遇，获得国内外观众的高度评价。

以此次非遗赴京演出为切入点，让我们走近参演人员、非遗代表性传承人、渭南市文化艺术中心（市非遗保护中心）相关负责人，旨在通过他们的视角，探索非遗如何更加紧密地贴近市场，让古老的文化瑰宝在现代社会焕发新的生机。

问：这次表演了哪些节目，观众反响如何？

田大鹏：我们编排了鼓阵表演。表演分为两部分，第一部分是打虎鼓和刺鼓表演，第二部分是梅花鼓和鼓上鼓表演。团队30名演员都是来自富平县老庙镇尹家村的村民，现场很多观众是第一次观看老庙老鼓表演，大家跟着鼓点声鼓掌欢呼，气氛

非常热烈。

陈孝宽：我们表演了《黄河谣》《咱们都是陕西人》等潼关黄河老腔剧目。演员扯着嗓子吼老腔、摔板凳的表演，给观众带来了强烈的视觉和听觉冲击。

问：老庙老鼓、潼关黄河老腔在传承过程中面临哪些困难？有哪些应对措施？

田大鹏：团队的老龄化和人员外流问题比较严重。为了应对这些问题，我们计划设立非遗传习馆，组建更多专业的表演团队，开辟固定场地让更多群众参与练习。我们还准备发展与老庙老鼓相关的文化产业，为群众提供增收渠道，吸引更多年轻人加入。

陈孝宽：这几年，我们也去外地演出，但是收入不稳定。为了解决这个问题，我们需要将潼关黄河老腔带到更大的舞台上，让更多人了解并喜欢上它。我们也在考虑将老腔融入教学活动，吸引更多年轻人的关注，以传播促传承。

问：此次在北京的演出获得广泛赞誉。接下来，你们打算如何推动老庙老鼓、潼关黄河老腔实现更好的传承与发展？

田大鹏：老庙老鼓最早出现在战场上。古代将军用击鼓的方式操练士兵，鼓声一响，军阵变换，气势如虹。我们计划加

大创新编排力度，通过多样的阵容变换，重现老庙老鼓的气势。同时，在传统表演基础上增加一些现代乐器和新的动作，让表演更加符合现代观众的审美需求。我们积极探索新的方式，吸引更多有活力、有热情、有能力的年轻人参与进来，推动老庙老鼓走向更广阔的舞台。

陈孝宽：内容创新是我们传承发展的一大亮点。我们创作的《颂歌献给亲爱的党》《乡村振兴红旗展》《抗洪救灾群英赞》等一批“冒热气”的节目，不仅保留了老腔的传统艺术特色，还融入了现代元素，使老腔更加贴近群众生活。此外，我们积极开展非遗进校园活动，计划开设青少年老腔培训班。潼关的关隘文化、黄河文化成为老腔唱词创作的源泉，为潼关黄河老腔的传承与发展注入更多动力。

问：这次演出，对于非遗“走出去”有怎样的意义？

田建：渭南有17项国家级非遗、123项省级非遗和361项市级非遗，数量位居全省前列，为我们推动非遗“走出去”提供了更多底气。本次推荐老庙老鼓、潼关黄河老腔、华山戏法等团队进京演出，是将渭南丰富的非遗资源优势转化为推动文化发展新动力的重要实践，有助于推动非遗的创造

性转化和创新性发展。

问：渭南市文化艺术中心（市非遗保护中心）在推动非遗开拓市场方面，采取了哪些措施？效果如何？

田建：我们积极组织非遗代表性传承人参加国际、国内文化交流活动，建立非遗展示传习馆，举办非遗主题宣传活动、非遗展示展演活动等，促进文化和旅游的深度融合，提升群众对非遗的认知度、参与度，增强非遗的市场影响力。同时，我们通过开展非遗进景区、进社区活动，让非遗更好地融入群众生活。

问：为助力更多像老庙老鼓和潼关黄河老腔这样的非遗项目实现更好的发展，接下来有哪些打算？

田建：我们将进一步加大非遗对外推广力度，计划在全国范围内组织非遗巡演，并利用网络平台进行广泛传播；加强与各地文化机构合作，共同举办非遗展览和演出。

此外，我们将深入挖掘非遗背后的文化内涵，开发非遗文创产品和更多与非遗相关的旅游项目，实现非遗与旅游产业的深度融合。我们的目标是让非遗更加紧密地融入当代人的生活，让优秀传统文化在新时代绽放新光彩。

消费转型升级催生更多新职业

新华社记者 张紫贇 何晓

眼下，正值春暖花开、万物复苏的季节，人们纷纷走出家门，寻找“诗和远方”。“为了更好出发，去露营”“人应该待在有天花板的地方”……打开社交软件，“露营”正成为新的消费高频词。

这个春天，26岁的年年也愈发忙碌起来。在朝九晚五的工作之外，她还有一份更“酷”的职业——北京密云区星月手作农场主理人。年年介绍，近两年露营市场的火热带动农场业绩逐年升高，尤其今年开春以来，来咨询营业情况的客人更多了。欣喜之余，她也开始思考如何抓住风口，以精细化运营来满足不同类型顾客的消费需求。

“从前客人在户外有个帐篷坐就行，现在讲究‘精致露营’。为此，我们升级了全套炊具及灯具，还提供篝火晚会、烟花表演等定制化服务。我们也为小朋友们准备了兔子投喂、捞鱼、扭蛋等趣味活动。”年年说。

公开数据显示，2024年中国露营经济核心市场规模已达到1334亿元，预计2025年将突破2483.2亿元。

文化、旅游、体育等消费潜力加速释放。集艺术性与便携性于一身的文创伴手礼成为新的消费增长点。据不完全统计，我国文创从业人员已超百万人，文创市场规模呈增长态势。文创市场规模的

持续增长也让“文创产品策划运营师”等新职业被更多人了解。

行走在安徽省安庆市内，黄梅戏婉转入耳，振风塔倚江而立。这座位于长江下游的小城，文旅资源丰富，吸引了众多游客前来游玩。如何把带不走的风景“带回家”？在倒扒狮历史文化街区区内一家文创店里，可以找到答案。

走进店铺，安庆淮楼冰箱贴、振风塔钥匙链、黄梅戏特种邮票等含有安庆元素的文创产品令人眼前一亮。这些产品都出自“00后”文创产品策划运营师黄申和她的设计师团队之手。

“我是在大二那年创立品牌的，当时整条街只有我们一家文创店铺。”谈起近两年的文创市场，黄申用“爆发”两个字形容：“去年，我们店铺的总销售额突破百万。”为了满足游客对文创产品愈加旺盛的消费需求，店铺几乎每个月都会上新两到三款文创产品。

在吉林广袤的黑土地上，冰雪正在消融。位于长春市的莲花山滑雪场在持续3个多月的繁忙运转后，迎来春季“休眠期”，忙碌了一整个冬天的李想也终于能给自己放个假。

28岁的李想是莲花山滑雪场的巡救队队长。近两年，冰雪经济火爆，负责雪道检查、守护“雪友”安全的“滑雪巡救员”



游客在星月手作农场游玩。新华社发

成为雪地中不可或缺的新行当。作为入行近10年的资深从业者，李想感触颇深：“我刚参加工作时，雪场的巡救员只有3个，现在已经有7个了。在刚刚过去的雪季，还有一位‘00后’加入了我们的队伍。”

新消费催生新职业，新职业见证新活力。《中国冰雪产业发展研究报告（2024）》预测，2025年中国冰雪产业规模预计将突破万亿元。“冰雪产业进入快速发展黄金期，我们滑雪巡救员也要抓住机会，用更高的专业能力、更贴心的服务为‘冰雪热’加把火。”李想说。

去年7月，人力资源社会保障部将19个新职业、28个新工种纳入国家职业分类大典，包括文创产品策划运营师、滑雪巡救员等新职业，以及休闲露营地管家等新工种。

当“周末去露营”成为生活新方式、文创设计“圈粉”消费者、“冰雪热”逐渐升温，这些“玩”出来的大市场，成为中国消费市场转型升级的生动注脚，也在催生更多新职业，勾勒中国消费市场新图景。

■ 热点透视 ■