



汾河两岸，美景如画。本报记者摄

太原演唱会火热，背后有三变

最近，还没入伏，“山河四省”遭遇罕见的酷热初夏。这个夏天，山西哪里最“热”？山西体育中心！从任贤齐到邓紫棋，从张杰到蔡依林，最近每场演出，都是人山人海，一票难求。

5月到9月，有十几位歌手在这里举办30多场演唱会，吸引近80万歌迷。去年以来，太原演唱会热度不减，频频冲上热搜，网友更是将其称为“歌迷之城”。一向不温不火的大原，演唱会为什么这么火爆？歌迷备受“宠爱”的背后是什么？近日，记者亲身体验演唱会，对太原市文旅局、华舰体育集团等相关政府部门和企业负责人，进行了采访。

城市形象之变——1年举办30场演唱会，七成歌迷来自省外

“去年来太原，只是为了听周杰伦演唱会，没想到服务特别好，还免费参观了景区。太原文化深厚，值得一来再来，今年蔡依林演唱会也特意选了太原场。”南辉来自陕西西安，她的朋友来自甘肃庆阳，6月15日，两人再次相约太原。

为了一场演唱会奔赴一座城成为年轻人的旅游新风尚。2023年，太原举办了近20场演唱会，现场观众近50万人，七成来自省外。今年更多，预计举办30多场，吸引近80万歌迷，带动综合消费达数十亿元。

“跟着演出去旅行”消费场景释放巨大潜力，文旅热度持续高涨。

“五一”期间，太原举办了两场大型演唱会，全市共接待市民、游客近570万人次，较去年同期增长5.9%，太原也跻身省会城市入境游客增速前十名。

端午假期太原文旅延续“五一”火爆态势，接待市民、游客近200万人次，同比增长29.7%，门票（营业）收入3284.18万元，同比增长39.9%。

演唱会点燃了一个城市的烟火气。当然，感受到城市活力的不仅是外地游客，还有本地市民。

6月15日下午，距离当天演唱会开场还有5小时，山西体育中心周边几百个摊位已经变得满满当当，化妆编发、特色小吃、周边文创应有尽有。“政府支持我们摆摊，不收摊位费。早上就得来占位置，不然抢不到。”每次演唱会，化妆师花花都会和工作室同事现场编发化妆，一天能接待70多位歌迷。

此前很多年，山西体育中心一年只有两场大型演出，好场地没有发挥出好价值。

“2020年转企后，一下子有了紧迫感，必须主动找市场。”华舰体育集团董事长王琳介绍，他们一方面对场馆提档升级，一方面主动对接经纪公司、去一线城市考察学习，拉来不少好项目，政府在审批等方面给与支持，今年场地排期已满。“现在很多项目主动找上门，我们要筛选优质演出，争取每场都一票难求。”

王琳表示，华舰体育集团未来将继续盘活“一场六馆”场馆资源，激发场馆潜能，引进更多高质量演出落地太原，驱动区域经济，为塑造城市名片不断积蓄发展势能。

治理理念之变——“家里来了客人，要把压箱底的好东西都拿出来”

去年“五一”假期，太原因为出租车宰客等原因被网友吐槽上热搜。四个月后，又凭借周杰伦的演唱会打了一个“翻身仗”，赢得歌迷一致好评。太原市文旅局局长师旭东认为转变的关键在“服务”。

演唱会前，太原市就把氛围拉满，组织城市楼体应援，定制歌手专属巨型公仔供歌迷打卡。

演唱会期间及前后3天，歌迷凭门票可以免费乘坐太原所有公交、地铁。山西体育中心距离市中心较远，为方便歌迷出行，演唱会当天开通免费接驳专线。6月15日这天，就有近400辆公交车保障。最多的时候，1天派出过600辆。有歌迷表示，“演唱会上都没哭，但看到有那么多多公交车感动到眼泪都出来了，太原真是一座温暖的城市。”

好多歌迷从火车站和机场直接到现场，大包小包的行李不用担心没地方放，场馆里就有寄存柜。

入场后，每位歌迷都会收到一份伴手礼，里面有老陈醋、太谷饼、平遥牛肉等山西特产。此前部分歌迷的伴手礼遗失，主办方免费补寄。此外，场馆里还有免费饮水机、移动厕所、充电宝，下雨天有雨衣，晴天有座位防尘罩。细微之处见真诚，歌迷表示，“有被关心的感觉。”

为将“流量”变“留量”，演唱会前后三天，歌迷可以免费参观太原指定景区。“五一”期间，太原举办两场演唱会，享受免费首道门票的歌迷就达到了1.56万人次。

这种全流程、全方位的贴心服务获得一致好评，但也有一些人质疑这些做法是否过头。

“对太原而言，这不仅仅是一场演唱会，更是提升城市知名度的重要方式。”师旭东表示，“以前，人们一提起太原就是醋、煤、工业污染。但是，太原有美丽的汾河，有101座博物馆，历史文化底蕴深厚，是一座宜居城市。只有越来越多的人来到太原，才能了解、喜欢太原，才能改变外界对太原的印象。”

令人欣慰的是，这是歌迷与一座城市的“双向奔赴”。网友纷纷在社交媒体上分享来太原听演唱会的独特体验，自发推介太原的美食美景，并将太原称为“歌迷之城”。

有网友认为，歌迷在太原备受“宠爱”，实际是当地干部理念、作风之变。采访中，不止一位干部坦言，以往那种粗粗拉拉的办事作风肯定不行，现在接待歌迷，从礼物准备、气氛营造、秩序维护，到散场接驳，涉及到很多部门的协调，必须想在前面、做在细处，细致又细。

干部作风之变——建立长效机制，加快建设“华北地区重要演艺中心”

6月15日，距离当天演唱会开场还有两个小时，一场现场协调会正在进行，太原市分管文旅工作的副市长李永强以及文旅、公安、交通、消防、应急、市场监管、卫生健康、环卫等16个部门的相关负责人参会。

保障工作专班现场调度机制是从周杰伦演唱会开始的。2023年9月，周杰伦演唱会太原站连开四场，这是山西近年来举办的规模最大、持续时间最长的一次大型演唱会，入场观众人数超25万人次，其中跨城观演的外地观众占比超60%。

“短时间内观众大量聚集，考验着一个城市的综合管理水平和服务保障能力。如果没有政府各个部门合力保障，没有一种好的协调机制，演唱会不可能安全顺畅举办。”李永强表示。

太原市政府成立由分管市领导任组长，市政府分管副秘书长、市文旅局局长任副组长，各相关部门分管领导参加的营业性演出服务保障工作专班，分为8个保障小组，各部门分工明确、责任到人。并强化现场调度，在演出场馆现场办公，强化协调联动，动态调整完善工作措施，解决演唱会举办堵点难点问题。

就拿卫生问题来说，每次演唱会会场外就有100多名环卫工人，虽然山西省体育中心门前摆了一天摊，但是6月15日演唱会散场后，记者发现，地面上几乎没有垃圾。每条公交接驳线路都有水牌，每台公交车前都有工作人员引导，散场1小时后，现场观众基本可以疏散。

为支持做大做强演唱会经济，今年4月，太原市发改委、市文旅局、市财政局等11个部门发布了《支持演唱会经济发展的若干措施（试行）》，主要包括按演唱会售票规模和售票收入给予主办单位单场15万元至80万元奖励，凭演唱会门票免费游览指定景区、免费乘坐公交等。有了明确政策支持，市场也更加规范，不管谁来，都可以享受无差别服务。

政策支持、专班保障、现场调度，太原市大型营业性演出活动保障长效机制已初步形成。

接下来，太原如何通过演唱会经济带动文旅发展？如何更好实现“流量”变“留量”？

“最重要的还是提升服务能力。”师旭东表示，下一步，将不断完善旅游基础设施，丰富旅游产品供给，提升旅游接待能力，加快建设“华北地区重要演艺中心”，打造“国内外重要文化旅游目的地”。

统筹策划：何勇

文字：人民日报记者付明丽
(人民日报社山西分社新媒体品牌专栏“金台观晋”2024年6月19日发布)

“来到一座城市，走进一家博物馆”，已成为一种旅游新趋势。太原古称晋阳，有5000年文明史、2500多年建城史，全市现有2000余处不可移动文物，其中古遗址334处、古墓葬121处、古建筑932处、石窟寺及石刻48处、近现代重要史迹及代表性建筑796处。

太原，这座历经千年的历史名城，从不缺少文化的气息。如何让这些沉睡的文物真正“活”起来，走进百姓的生活呢？太原立足资源禀赋，通过建设经典博物馆、智慧博物馆、群众博物馆、革命博物馆，推进“博物馆+”融合发展，努力打造百姓身边的博物馆。如今的太原，博物馆如璀璨明珠散落在城市的每个角落，成为太原市的文化坐标。那些尘封的历史被唤醒，那些深奥的文化被解读，历史与文化在市民心中生根发芽，共同构筑起这座城市的文化自信。

科技赋能：文物“活”在当代

走进全国首座原址建设的北齐壁画专题博物馆，仿佛穿越了时空隧道，回到了那个辉煌的北齐时代。脚下是徐显秀墓的原址，墓道、过洞、甬道清晰可见。这座建在原址上的博物馆，不仅在文物保护上不断探索创新，创造性利用过去的盗洞与外界开展空气交换，更是借助科技力量让壁画“活”起来，打造出考古过程“L”幕三维动画、北齐民风二维动画、别都华彩壁画互动、壁画端管“穹窿顶式环幕”动画等沉浸式体验场景，营造出“人在画中游”的博物馆奇妙之旅。

近年来，太原市持续推进文物数字化保护与展示，越来越多的博物馆依托数字技术，让文物鲜活可触。“科技创造了重现文物原貌的奇迹。”太原市文物局党组书记、局长刘玉伟说。

太原天龙山石窟开凿于东魏、北齐、隋唐时期，现存洞窟25座，大小石佛造像500余尊，堪称东魏至隋唐时期中国石窟艺术的巅峰之作，承载着“锦绣太原城”的厚重底蕴和中华文明的灿烂基因。2019年以来，天龙山石窟数字复原国际巡展作为国家“中华文化走出去”重点推广项目，曾在法国、埃及等地展出，收获海内外的高度关注。展览借助沉浸式影院、幻影成像、全息影像等科技手段，数字化再现了散落在9个国家、近30座博物馆的100余件天龙山造像。

这一巡展是国内将历史原因造成分离的珍贵文物与原始环境全方位虚拟合体的首创，也是国际上第一例该类型文物的大型数字复原巡展，更是文物与科技深度融合的鲜活实践，为全国博展业界提供了可借鉴的“太原模式”。“我们将利用科技赋能文化遗产保护，突出抓好文化传承创新，加快培育新质生产力，利用具象化的文化符号、文化名片、文化载体讲述文物故事，更好地延续历史文脉，传承文化基因，坚定文化自信，让千年遗产焕发勃勃生机。”刘玉伟表示。

目前，天龙山石窟数字博物馆建成开放，借助沉浸式影院等科技手段，通过“序”“山”“佛”“人”4个板块，全面展示天龙山石窟的人文历史和艺术成就。

打造矩阵：历史“现”于身边

“一位1300多年前的古人，他高举手臂，伸出两根手指，摆出了一个熟悉的‘剪刀手’……”这个我们当下拍照时的常用手势，是2019年8月发现的唐代恒州刺史郭怀墓中的真实画面。如今，这座壁画墓已经整体“搬迁”到了太原市的第101座博物馆——晋阳古城考古博物馆中，让每一位到访的观众都能亲身感受到那份来自唐朝的“俏皮”。

推进晋阳古城考古遗址公园建设，数字化复原展示2号建筑基址；对地铁2号线建设中发现的明清府城镇远桥遗址实施原址保护展示，实现“桥站共生”……从遗址到馆藏，太原市旨在让更多文物和遗址“活”起来，探索“博物馆+”融合发展。

太原市出台《太原市文物事业“十四五”发展规划》，将博物馆作为“锦绣太原城”的历史见证和重要支撑，加快构建以历史类博物馆为基础、专题性博物馆为特色、以国有博物馆为主干、非国有博物馆和类博物馆为补充的基本架构，建设门类齐全、结构优化、特色鲜明、功能完备的现代博物馆体系，聚力打造锦绣太原博物馆集群。

在唱经楼，太原科举文化博物馆诉说着科举制度的辉煌与衰落；在铁路工程师楼旧址，山西铁路建设博物馆展示着铁路发展的历程；在南肖墙关帝庙，太原城市记忆馆通过集中展示老物件、老照片，展现市民的活生活变化与城市的时代变迁……太原巧妙地将文物建筑、名人故居、工业遗产等打造成了群众身边的博物馆，一座座“小而精”“小而美”的“城市会客厅”，让人们在游览中感受到历史的温度。

踏入太原晋阳山景区一座静谧的小院内，式样不同的灯笼随处可见，窗户上贴着花灯主题的窗花，彰显了各式各样的古灯元素……2016年12月开馆的山西慧光古灯博物馆，共展出了涵盖战国、秦汉到二十世纪的灯具约300盏。古灯博物馆以纯公益的形式向游客开放至今，每年接待参观者达6万人次以上。

围绕三晋文化、晋阳文化、晋商文化、醋文化等不

同类型又极具当地特色的博物馆，太原构建起布局合理、结构优化、特色鲜明、功能完备的博物馆矩阵。太原市文物保护利用改革案例，也因此入选“中国改革2022年度地方全面深化改革典型案例”。

截至目前，太原市已有各类博物馆101座，实现每5.4万人拥有一座博物馆。这些博物馆不仅见证了历史的辉煌与传承，更成为了连接过去与现在、沟通文化与生活的桥梁。

不止陈列：文化“云”达指尖

片片粽叶，粒粒糯米，端午佳节的回忆凝聚在飘香的粽子里，在太原市太原博物馆，游客品尝太原福粽，体验艾草香包制作，一同观看皮影戏。博物馆变成中国民俗体验馆，想象力与创造力在指尖绽放。

在线上，双塔博物馆开展“云赏双塔，粽享美好”专题展览，通过云端展示双塔寺无梁殿建筑群、太原地标“凌霄双塔”，开启一场历史文化之旅……采用线上线下相结合方式，太原文博场馆推陈出新，结合自身特色，推出194项“线上+线下”的展览和活动。

据了解，6月8日至10日端午假期，太原市文物局直属文物景区、文博场馆接待游客16.89万人次，比2023年同期增长33.5%，门票收入227.40万元，比2023年同期增长105.56%。

近年来，极具地方文化特色的文博活动在太原市大大小小的博物馆铺开，打造“双塔牡丹文化节”“晋祠国风文化节”等特色IP，一批时代主题突出、文化特色鲜明的精品展览推出，将博物馆文化融入民众生活，掀起了“到博物馆去”的社会新风尚。

让文物不再仅仅囿于馆内，太原市积极创新，探索“文物”配送模式。在万柏林区特殊教育学校，讲解员向孩子们娓娓道来太原市博物馆基本陈列“锦绣太原历史文化展”，并将太原市博物馆首次推出的“冰箱贴”制作活动与孩子分享。在老师和志愿者的悉心指导下，孩子们沉浸其中，体验着博物馆带来的无穷乐趣。

结合2024年国际博物馆日活动主题“博物馆致力于教育和研究”，太原市博物馆充分发挥博物馆“第二课堂”功能，为近千名学生带去太原市博物馆主题研学实践课程。

据太原市博物馆公众服务部主任侯艳芳介绍，今年以来，太原市博物馆馆校共建活动受到空前关注，一场场覆盖全年龄段的“流动博物馆”进校园活动，进一步扩大太原市博物馆的社会影响力，发挥博物馆以文化人、以育人的教育功能，激发学生继承和弘扬中华优秀传统文化的信心与决心。

“馆校合作”掀起热潮，6项博物馆系列活动课程入选文博精品共享课程并纳入全国文博网络学院课程库。为让文博资源循着互联网触达千家万户，太原推出云展览89项、云游景区12个，提供“博物馆到家服务”，人们足不出户就能领略到古韵文化的魅力，文博资源在互联网上绽放光彩。

光明日报记者 李建斌 杨珏
光明日报通讯员 王婕

(原载《光明日报》2024年6月19日第5版)

博物馆，近在百姓身边

山西太原以科技力量推进「博物馆+」融合发展

