



▲《朝元图》壁画AI修复技术过程演示

“涌入”运城

有这样一群“文化人”，被运城深厚的文化底蕴与独特的风土人情所吸引，纷至沓来。“国民女婿”董宇辉带领“与辉同行”开启“好运之旅”。他走过永乐宫，被壁画惊艳的同时脱口而出：“壁画中的这些人物，或慈眉善目、或凶神恶煞，或裾裾飘飘，都在无声地昭示着古人的浪漫及丰富的想象力，这就是中国式审美。”曾执导过《印象丽江》《又见平遥》《只有河南·戏剧幻城》等知名作品的导演王潮歌，在社交平台上连发3条视频，表达对运城的喜爱。她称盐湖区东湖农贸市场是“满嘴的碳水、满嘴的香、满嘴的童年”。著名主持人刘仪伟来到运城品尝美食时，真诚向大家推荐：“运城的美食，总有一款适合你。”

运城以自己的文化魅力吸引着这群“文化人”，而这群“文化人”同样用自己的影响力在助推运城发展。就像王潮歌导演的粉丝在她的账号下面留言称：“什么时候能拍个《又见运城》系列？”

有这样一群“制作组”，将目光聚焦运城，让运城的历史文化为他们的作品增光添彩。央视CCTV-1综合频道《宗师列传·大唐诗人传》节目组选择运城，拍摄“诗佛”王维的人生轨迹。张艺谋监制的《主角》剧组来到芮城县东垆乡东吕村的省级文保单位“连三舞台”取景，剧组美术指导坦言：“初见三台连袂的飞檐彩绘，仿佛触摸到元代的建筑密码，瞬间定下这里为剧中‘破蒙戏’的核心场景。”在国产3A单机游戏《黑神话：悟空》中，可见福胜寺、永乐宫、飞云楼、广仁王庙等古建筑建模，这些雕塑画栋为这款游戏增添了浓郁的中式美感。今年春节假期，运城非遗通过央视CCTV-13新闻频道《新闻直播间》等平台声名远扬。

有这样一群“游客”，怀揣好奇走来，离开时却摇身一变，成了“运城宣传大使”。吕梁小伙杨文杰为了一睹古建风采，专程到运城实地探访。可他随后却在抖音上发布视频感慨“运城给我狠狠上了一课”，4元的馍夹菜上过央视CCTV-2财经频道、15元一碗的北相羊肉胡卜竟是非物质文化遗产，他的分享让更多网友对运城美食文化有了了解。今年春节前夕，英国旅行博主“Barrett看中国”走进运城，从盐湖到解州关帝祖庙，再到芮城永乐宫，他一路感受，一路分享中华优秀传统文化的魅力。今年元宵节，3名生活在运城的外国友人走进位于运城博物馆南侧的非遗集市，不时发出“Amazing”“Cool”等词汇，表示对我市传统手工艺的赞赏。还有受邀来到永乐宫景区担任“野生讲解员”的小红书博主“皮皮皮在享受人生”、专程来寻找七彩盐湖的摄影师“你七哥”……他们或发视频、或写文字，尽情记录下自己的所见所闻，却不经意间吸引了众多游客前来游玩。

▼打卡七彩盐湖



与历史「跳动」

——从运城文旅爆棚看文化自信

□记者 孔雄 赵泽艳 文图

不经意间，运城文旅按下升级快进键——

运城博物馆、关公文化博物馆、永乐宫壁画艺术博物馆跻身国家一级博物馆，岚山根·运城印象被评为国家级旅游休闲街区 and 文旅消费集聚区。

全国文物保护利用和文化遗产保护传承推进座谈会、黄河文化保护传承弘扬工作推进会、第四届中国考古学“西阴论坛”等国家级会议在我市召开。

大天鹅、火烈鸟等众多珍稀鸟类前来“常态化”栖息越冬，国家一级保护鸟类丹顶鹤首次打卡。

“四菜一汤一饼”（黄河大鲤鱼、中条山牛肉、峨嵋岭土鸡、涑水河火锅、关公羊汤、舜帝烧饼），不断受到各地“吃货”们的点赞。

……

“自然”“人文”“美食”“古建”等逐渐成为运城的独特标签，运城一跃成为全国最受欢迎的小众旅游目的地之一。今年春节假期，运城更是凭借440.72万人次的全域游客接待量成为全省第一。

运城文旅爆棚的背后，不仅是传统历史和时代创新互相影响、互为浸透的必然，也是我市长期坚持文化自信的成果转化。内在的深厚底蕴与厚积薄发，使得“涌入”运城的人越来越多，“冲出”运城的胆识日渐彰显，“活化”运城的举措愈发多样，“共创”运城的群众更有力量。



探秘西侯度遗址

“冲出”运城

在社会各界纷纷关注运城、各地游客纷纷踏进河东大地的同时，运城文旅，也正以崭新的姿态走出去。

你看，开放“经络”持续完善。近年来，我市以黄河一号旅游公路建设为牵引，全面推动“四好农村路”高质量发展；总里程达2098公里的“三山一水”全域旅游公路联线组网，串联起全市A级以上景区；运城境内旅游公路与普通国道省道干线利用路段实施集中改造；运城盐湖国际机场升级为4E级机场，通航国内30多个城市，并接连开通直飞泰国曼谷、马来西亚吉隆坡等地的航线，主动融入国内国际双循环；运城北站根据节假日及时新增多趟列车，运城站于3月2日发出了山西省今年首趟银发旅游列车Y402次列车……

你看，旅游精品接连亮相。继“永乐宫壁画艺术特展”在联合国教科文组织总部举办，受到与会国际专家学者高度赞赏之后，近日，在国家典籍博物馆展出的“观妙入真——山西永乐宫文物精粹暨数字艺术大展”，再次使更多人进一步了解了永乐宫的传统古建美学与古典绘画艺术；“义薄云天”关公主题文化特展在深圳市当代艺术与城市规划馆开展，展览面积达1500平方米，汇聚60余件关公展品，持续传播运城悠远且深厚的关公文化；“非遗”绛州澄泥砚亮相南宁中国东盟博览会、上海中国国际进口博览会、北京中国国际服务贸易交易会和杭州第七届中国世界浙商大会等，得到中外外商的青睐；今年年初，山西省蒲剧艺术院演出一团演员杜丽娜携蒲剧经典《挂画》片段，走进维也纳金色大厅，把蒲剧推向世界，引发观众的强烈反响，极大推广了运城的戏曲文化。

你看，地域联动更加密切。运城市与西安市、宝鸡市、咸阳市、渭南市、商洛市、临汾市、天水市、平凉市等14个城市，共同组成关中平原城市群文化旅游合作联盟，互相协作、互利共赢，并及时推出“秦晋之好”旅游惠民年卡，每人每年198元，覆盖67家景区，让全国游客能够一站式、便捷化地了解不同城市的风貌；运城市旅行社协会组织成员单位，赴云南、青海等地，通过踩线、考察及交流，签署多个战略合作协议；运城市文化和旅游局负责人与工作人员赴涵盖45个国家和地区的世界旅游联盟进行深入交流，在达成合作意向的同时，也使全球更多人知晓了运城的历史与文化。

“运城，原来是一个内陆开放型城市。”“我在西安都能看到‘国宝第一市’的宣传语，太厉害了。”“我时常能在抖音、小红书上刷到运城文旅的一些信息，不愧是旅游资源丰富的城市。”……全国各地的网友们纷纷评价运城。

这座敢于“走出去”的山水之城，已然给大家太多的惊喜。

“活化”运城

运城，从古至今都因深厚的历史文化吸引着众人目光。这里因盐而兴，作为中国较早的盐业发源地，“垦畦浇晒”法领先世界海盐技术近千年；这里遗存璀璨，垣曲世纪曙猿化石改写人类起源说，西侯度遗址点燃人类最早圣火；这里英雄辈出，“武圣”关羽、“初唐四杰”王勃、开创“河汾之学”的王通等历史名人都从河东大地走出……

时代在进步，运城也正在发挥这些文化资源优势，以创造性转化、创新性发展激活文化遗产生命力，通过跨界融合与创新表达，逐渐让沉睡的历史“活”起来，让深厚的文化“火”起来。

“文化+演艺”，沉浸式体验重构文旅新生态。在稷山板栗博物馆，沉浸式表演《稷颂》利用变换的光影技术，带观众深入学习“粮为国本、教民稼穡”的深远意义；河东池盐文化博览园《宋韵·南风歌》则展开了一场池盐文化的探索之旅，游客跟随演员们走进充满河东民俗风味的宋韵集市；晋教寺景区推出的《梦境·西厢记》，在故事发生地重现张生与崔莺莺的爱情神话，“行进式夜游体验剧”点亮了晋教寺的夜晚。

“文化+科技”，数字赋能激活文明新形态。在运城，有一种看展叫“云赏文博”，运城博物馆线上推出的“文心绘境——运城博物馆藏明清书画作品展”“晋地宝藏——地质矿产标本展”等展览，通过数字化手段让文化遗产“活”了起来，使人们足不出户就能够共享博物馆的最新成果；芮城永乐宫元代壁画借助AI修复技术重焕光彩，让《朝元图》里的神仙突破时间和空间“走”到我们身边；在垣曲县英言镇北白鹅墓地，利用全国首创的考古发掘地下方舱，考古队员们可以对发掘物品的细节与成分进行初步观察和判断，大大提高考古工作效率与文物保护精度。当前，运城文旅正以数字化、AI技术、智慧考古等创新实践为引擎，加速实现文化从“静态展示”到“动态体验”的跨越。

“文化+商业”，文商融合催生消费新动能。运城文创产品是文商融合的典范，从内含关公忠义仁勇形象的“关公护你”系列帆布包，到承载运城人厚重饮食文化的“饺子和醋”玩偶，再到带流沙、会“下雪”的盐湖冬季限定冰箱贴，以及由富含多种矿物质及微量元素盐的盐湖黑泥为原料制成的“黑泥密语”系列护肤品，这些运城文创所传达的文化价值和创造的商业价值不可谓不高。

文旅休闲街区的打造，也是“文化+商业”的重要尝试。位于盐湖区东郭镇的岚山根·运城印象就从曾经的传统美食街区成长为如今集文化、休闲、美食、文创于一体的多业态复合经营街区。自2019年运营至今，它已成为年接待游客400万余人次、旅游创收超亿元的文旅产业。在激发运城消费活力的同时，岚山根·运城印象还努力把运城文化推介出去。相声、平板腔、皮影戏、蒲剧等运城当地文化作为常态化演出内容时常在此上演。

随着“文化+”的不断丰富，各类文化消费新产品、新服务、新业态、新场景逐渐涌现，运城这座宝藏之城，正以更年轻、更鲜活的姿态吸引着世界目光。

结 语

运城，很“老”，又很“新”。它的“老”，在于可溯源、不断档的历史文化；它的“新”，在于朝气蓬勃、充满无限可能的城市样态。

春风吹绿野，阳光照四方。如今，全市上下正凝心聚力建设“一城两区三门户”，以文引流、以旅聚势、以商增值，全面推动资源整合集成、业态跨界联动与产业链条优化，不断擦亮“国宝第一市”的金字招牌。

未来，始终坚持文化自信的运城，必将行稳致远，必将进而有为，必将绽放更加璀璨的光芒！



▲《稷颂》演出现场

“共创”运城

坚持文化自信，始终是以人民群众为主体，根本在于老百姓的精神文化生活。

“上了年纪，越来越喜欢听咱这蒲剧，听多少遍都不烦。”年过70岁的王有志坐在“东方有戏票友PK赛”的观众席高兴地说。这一活动由我市蒲剧名家孔向东组织，自今年元宵节开始，每周都会搭建戏曲舞台，邀请广大戏迷朋友参与其中，同台比拼、各展风采，一起传承蒲剧文化。这个赛事不仅场场座无虚席，线上也收获网友诸多好评。

此外，在运城的街头巷尾，或社区小区、景区景点、乡村一隅，都可见群众文化的踪影。“国宝”泛舟禅师塔，因“90后”文保员赵波的创意剪辑与自发的花样宣传，吸引各地游客前来打卡并观赏这一珍贵的千年文物；天津市蓑村镇西碾村通过举办民俗年货节、设立“印象西碾”村史馆，打造干净整洁的群众小游园等方式，使人们看见了和美乡村的模样；在闻喜县侯村镇寺底村，随处可见的楹联，构成了该村独特的文化景观。男女老少，皆能对上几副对子，文化气息滋润着每一个人；位于运城经济技术开发区的鼎盛华府小区，建设了华夏文化园、南湖文化园、锦绣中华园、民族文化园、九龙文化园、家和文化园等，让居民们于“文化大观园”之中，感受到生活的幸福与诗意……

文化自信，是一种作用力。久而久之，百姓渐渐地将文化转变成文明，升级为对外来游客的修养与综合素质。

每逢“五一”“十一”热门旅游节点，以及寒暑假、春节假期，客流量增大，挑战着一座城市的接待能力与服务水平。

蛇年春节假期，一则“运城保安大爷慷慨激昂讲解文物”的短视频在网络上走红。视频中的主人公是永济市蒲津渡与蒲州故城遗址博物馆停车场保安刘丙寅，这位大爷虽是保安，但对景区里的文物有着深入的了解，并主动为游客讲解文物知识，得到大家的纷纷点赞。

而在我市的其他场所，礼让外地车辆、轻微违停不处罚、免费提供停车位等，日渐常态化；“志愿红”飘荡在美丽的盐湖，为游客们排忧解难；“志愿蓝”现身在运城博物馆，全程免费讲解，使游客们便捷了解各种馆藏文物；在景区内设置免费的饮水点，提供帐篷、雨具等设施，配备常用药品，已是各大景区的“标配”；运城市市场监督管理局的工作人员日夜值守，为游客提供放心的市场环境；运城民辅警同志穿行在街道、夜市、景点、商超等各个场所，让游客们感受到满满的安全感；外地网友的每一次“喊话”，每一个“建议”，本地部门及群众都及时回复，听取意见，并进一步改善……社会各界、同心协力，一起共谋、共创、共享着富裕、文明、幸福的好运之城。

▼选购关公文创

