

# 文旅融合 人市两热

——2024年清明假期盘点

## 试运营以来吸引超10万名游客 港珠澳大桥游火热

春日的港珠澳大桥,如一抹长虹横卧伶仃洋之上。站在桥上,脚下碧波万顷,专程从北京乘飞机来到广东珠海的游客张先生感慨:“今天是值得纪念的日子。”

饱览伶仃洋风光,近距离欣赏香港大屿山风光,还能偶遇有“海上大熊猫”之称的中华白海豚……精彩的游览内容吸引众多游客,自去年12月15日“大桥游”试运营以来,据港珠澳大桥边检站统计,截至目前,查验游客总数超过10万人。

港珠澳大桥是粤港澳三地首次合作共建的超大型跨海通道,全长55公里,设计使用寿命120年,是世界上总体跨度最长、钢结构桥体最长的跨海大桥。港珠澳大桥的建设、运营集中体现了粤港澳三地合作共建的成果。其旅游线地处大桥香港、珠海、澳门三地口岸之间,位于海关监管区和口岸限定区域内。在这一区域开展旅游,是港珠澳综合开发的重要内容。去年10月,国务院正式批复,同意增加港珠澳大桥海关监管区、口岸限定区域的旅游功能,允许有序开展从港珠澳大桥珠海公路口岸出发往返海陆岛旅游活动。

作为与香港、澳门同时陆路相连的城市,珠海的高质量发展随着港珠澳大桥旅游开通迎来更多新机遇。珠海市委副书记、市长黄志豪表示,接下来,珠海市将继续发挥“一桥连三地”的独特优势,与香港、澳门携手谋划更多创新举措,探索“一程多站”等旅游新模式。

(《人民日报》2024年04月08日刊发)

## 借助西部陆海新通道 东盟水果抢滩中国市场

一艘载有68吨印尼山竹的货轮日前抵达广西钦州港口。当日放行后,这批山竹被运至云贵川、粤港澳大湾区和长三角等地。

“过去,我们进口水果一直从广州南沙上岸。得益于钦州港口岸与东南亚等国家外贸航线的持续加密,如今从钦州港口岸进口物流效率高、成本低。”广西正帆国际物流有限公司工作人员黄良松介绍,随着水果旺季到来,今年还将有大批东盟水果到港。

西部陆海新通道是中国西部省市区与东南亚国家合作打造的国际陆海贸易新通道,利用铁路、海运、公路等运输方式,向南经广西北部湾通达世界各地。

近年来,中国与东盟国家依托西部陆海新通道建设的机遇,推动越来越多的东盟水果出口至中国市场。

目前,钦州港已开通至泰国、越南等国的水果快线,同时积极推进冷链、冷库等相关配套设施建设,为东南亚农产品通往中国提供便利。“针对热带水果运输,我们还协商开通了林查班—钦州港‘水果快线’,一周4班,最快仅需3天即可运达。”广西自贸区钦州港片区管委会副主任左孔天说。

据钦州港海关统计,2024年1至2月,钦州港口岸进口水果超过3300吨,货值2543.2万元,分别同比增长178.4%、292.5%,主要进口种类有龙眼、椰子、芒果、山竹等。

当地还持续推动中国—东盟(钦州)水果交易中心建设,不断提升水果等生鲜产品的通关便利化程度。“我们设立进境水果‘绿色通道’‘业务专窗’,进口生鲜水果做到‘零等待’‘零滞港’,做足东盟水果通关保障。”钦州港海关监管五科副科长曹腾说。

得益于西部陆海新通道建设的深入实施和物流网络的不断织密,中国西部地区开放新动能正在不断迸发。(据新华社南宁4月7日电)

## 民宿管家 点亮乡村的“诗与远方”

新华社合肥4月8日电 废弃农机厂改造成文创园,老卫生院翻修成特色民宿,明清古民居群也在整旧如故中焕发新生……春雨连绵中,游客三五成群走在安徽省合肥市肥东县县长临河镇六家版社区里。

六家版社区委书记吴超说:“社区引入了一批新职业群体,有民宿管家、旅居顾问、文创产品插画师等,他们为村庄发展带来了新活力。”

35岁的温纪高是社区花田·时光里民宿的一位管家,大学毕业后,他从事过建材销售、装饰装修等工作。“我老家在皖北,当我来到六家版社时,一下被依山傍水的自然风光吸引,下定决心要在这里扎根。”

花田·时光里民宿建成于2022年,温纪高告诉记者,他全程参与了民宿的设计、建设,力求通过室内装修、灯光、设施设备等方面的设计,以及对周边环境的整治和美化,打造温馨、舒适、有江淮民居特色的民宿,丰富游客的旅游体验。

六家版社西邻巢湖,两面青山,发展文旅产业具有一定的自然资源禀赋。花田·时光里民宿负责人方向奎说,随着农文旅融合发展,越来越多游客选择到乡村体验民宿、感受当地文化、奔赴“诗与远方”。

民宿管家赵倩对家乡的一草一木可谓如数家珍。“若是游客想体验‘江淮文化’‘巢湖文化’,我会推荐他们游览周边的古民居博物馆群;若是想感受户外野趣,我会建议去红石咀露营地、巢湖沿岸等地;带孩子的游客还可以去社区里的研学基地体验农耕、寓教于乐……”赵倩说,当民宿管家4年来,她逐渐成为了多面手,平时会带着游客制作布偶等手工艺品,闲聊当地文化、民俗风情,和景观设计师沟通自己的想法,让游客看得见山、望得见水、记得住乡愁。

如今,无论是在大别山腹地、皖南国际文化旅游示范区,还是江淮运河文化旅游发展带,一批乡村旅游新业态正在江淮大地兴起,乡村面貌经历着脱胎换骨的变化。硬件好了,客流多了,群众的生活也富了。吴超说,从曾经找不到发展路子到构建“民宿+”发展模式,他们将挖掘人才的力量,让乡村承载起游客们的“诗与远方”。(新华社福州4月7日电)



▲4月5日,游客在河北沧州名人植物园赏游玩。清明假期,各地繁花似锦、春意盎然,人们踏青游玩,乐享美好春光。新华社发

清明,是节气,也是节日。不论“雨足郊原草木柔”,还是“遥听弦管暗看花”,这个清明小长假,大城小镇涌动的人潮、把文化“穿”上身的国潮、吃住行游乐购的热潮,既加速释放了消费市场的潜力,也为推动经济回升向好注入动力。

### 文化大餐增添发展活力

4月5日,吉林省长春市南溪里文旅小镇上空,长长的巨龙、夸张的章鱼、卡通的孙悟空等造型别致的风筝纷纷亮相,吸引了众多游客和市民,这里正在举办长春市首届风筝嘉年华。现场还有50多名孩子在制作老师的指导下,用手中的画笔在风筝上绘出斑斓的图画。

“清明节放风筝可以让我们怀念亲人,寄托哀思,将烦恼和忧愁都释放出去,尽情享受大自然的美好。”陪着孩子一起参加活动的长春市民王凯说,“见到这样精湛的风筝艺术,也让我和孩子真切地感受到中华优秀传统文化的魅力。”

盘活民俗资源、传承悠久文化。文明而热闹的活动不仅烘托了节日氛围,也激发了文旅发展新活力。

从抚今追昔到制作风筝,从诗词会友到古代趣味运动会,借着清明时节的浓浓春意,“博物馆热”持续升温。携程6日发布的数据显示,假期期间,全国博物馆门票订单量同比增长74%。其中,西安、南京、河南、湖南等热门文博场馆所在地的景区门票订单量同比分别大

幅增长278%、457%、641%、1401%。

中国传媒大学文化产业管理学院副院长刘江红表示,人民群众对美好生活的需求和向往让传统节日生长出新精神、新面貌。文旅景区、文博机构依托自身资源,融合文化创意巧思推出的消费新场景、新空间,不仅增强了文化活动的公共性和互动性,更丰富了游客的节日体验和享受,让“春日经济”有了满满文化味。

### 踏青赏花引领别样风景

“听说洛阳牡丹花品种特多,4月又是最好的赏花时节,我和朋友们早早规划了这次行程,放假第一天直接开车过来。”4日下午,来自济南的徐女士到达洛阳古城后,马不停蹄地前往体验馆换上汉服、做好妆造,沉浸式体验牡丹节开幕的盛况。

今年清明节假期,全国大部地区气温较常年同期偏高,赏花踏青成为最热门的出游关键词。

鞍山梨花节、林芝桃花节、天津海棠节、婺源油菜花节、伊犁杏花节……多地增设郊游专线,赏花专线丰富假日出游体验。携程数据

显示,假期3天,山岳类和赏花类景区门票订单量分别同比增长770%和391%。

青山远黛,春光“近”享。这个假期,周边游、短途游成为许多人的首选。以河南开封为例,近期火爆的相亲节目“王婆说媒”让周边城市居民想在假期一探究竟,其中就包括高铁20分钟即可实现省内“串门”的郑州。携程数据显示,来自郑州的旅客假期住开封的酒店订单量同比增长517%。

多元、丰富的假日产品和服务供给,带动游客出游热情持续高涨。交通运输部7日发布的数据显示,清明假期全社会跨区域人员流动量超7亿人次,日均2.47亿人次,比2023年同期日均增长53.5%。文化和旅游部数据显示,全国国内旅游出游1.19亿人次,按可比口径较2019年同期增长11.5%。

### 旺盛人气激发消费热潮

在城市“追”花、去露营踏青、看春日市集……出行旅游的旺盛人气带动了各地消费市场。文化和旅游部数据显示,假期3天,国内游客出游花费539.5亿元,较2019年同期增长

12.7%。美团数据显示,清明假期各地日均生活服务消费规模同比增长39%。

围绕首发首展、古装走秀、音乐演出、以旧换新等主题,各地推出形式多样的创意市集和限时优惠。

6日傍晚,长春市欧亚商都闭店前,依然有很多市民在排队购物结账。在家电销售处,正在选购热水器的市民闫冬说:“之前家里就想换一台电热水器,正好赶上商场搞活动,打折力度很大,和网上的价格不相上下,直接选购了一台。”

“饱眼福”更要“饱口福”,餐饮市场“舌尖上的春天”正当时。据海底捞后台统计,小长假期间,全国海底捞1300多家门店日均接待顾客人次超170万;叮咚买菜线上平台上,踏青、露营等场景最适配的水果、卤味零食等品类销量也明显攀升。

中国饭店协会会长陈新华表示,今年清明假期境内旅游市场已超越2019年同期水平,可谓人市两热,亮点纷呈。特别是文旅+餐饮、文旅+研学等多业态融合发展成为热点,不仅彰显出内需潜力,也增强了企业信心。

(新华社北京4月7日电)

## AI“复活”逝者成清明节新“生意”,如何看待争议与风险?

仅需一张照片和一段逝者录音,就能在数字世界中让逝者“永生”……清明节前后,此类AI“复活”广告宣传在各大电商和社交平台上日益活跃,甚至演变成一门新“生意”。

技术的发展为满足人们的精神与情感需求提供了更多载体,与此同时,AI“复活”也引发强烈争议。有专家指出,AI“复活”技术被滥用,或将带来侵害个人权益、数据隐私安全、传播虚假信息等问题。

### 新“生意”背后的技术难度有多高?

“大家好!其实我没有真正离开这个世界……”不久前,已故艺人与公众亲切“打招呼”的视频在社交平台上引发网友关注,也让AI“复活”这一话题进入公众视野。

利用AI技术将逝者“复活”,新已发展成“生意”。某电商平台的数据显示,在平台经营AI“复活”相关业务的商家达1900余个。

在一家电商平台上,某商家称,让照片中的人物动起来20元,如果要配上“AI人声”则需收费50元。数据显示,该商家已达成超800次交易。在该电商平台上,“复活”亲人的“商品”售价在几十元至几百元不等。

在短视频平台上,一些商家展示多位已故艺人的“复活”视频,疑似其“复活亲人”业务引流。视频中,从表情到说话口型,呈现效果参差不齐。

“有的‘复活’效果‘一眼假’,其实是过去

‘照片活化’技术的延伸。有的‘复活’效果很逼真,多是采用‘深度合成’技术。”中国电子技术标准化研究院网络安全中心测评实验室副主任何哲哲认为,当前市面上绝大部分的AI“复活”并非刚出现的“新技术”。

一些商家已开始兜售“AI‘复活’技术变现指南”。在某二手交易平台上,记者以19.9元的价格购买了一份“AI‘复活’技术教程”。除文字说明外,还有视频讲授如何制作“照片活化”的短视频。

记者了解到,当前网络上的AI“复活”工具主要分为三种。

一种在手机应用商店中即可下载获得,只要一张正脸照片就能根据应用中所提供的模板“活化”,可实现唱歌、“演电影”等场景转化。

第二种是利用线上工具,由用户提供正脸照片和相关音频文件,经过系统自动编辑后,实现照片中人物“开口说话”的效果,该工具需要用户支付一定费用。

第三种则是在开源社区中,由程序员编写AI测试程序,在经过相关语料训练后,将照片转化为能简单对话互动的“数字人”。此类程序门槛较高,需要一定计算机知识基础。

### 引发法律与伦理多重争议

AI“复活”的话题引发重重争议。

有专家认为,是否进入公共领域,是判断AI“复活”是否侵权的重要分界线。

世辉律师事务所合伙人王新锐表示,个人利用AI“复活”亲人、缅怀纪念,且在必要范围内使用,无需过度干预。而如果在公共平台扩散传播,用于市场盈利,是否侵犯他人或社会公共利益就要特别考量。

今年3月,一些已故艺人的近亲属已就相关“复活”视频提出下架要求,并表示后续或将采取法律手段维权。

“在未依法获得逝者相关近亲属授权的情况下,擅自使用逝者面容将其‘复活’并进行商业推广,涉嫌侵害逝者的肖像和名誉等权利。”北京康达(厦门)律师事务所律师张翼腾说,根据民法典相关规定,如未经许可,擅自使用逝者的姓名和面容用于“复活”,逝者的近亲属有权依法请求行为人承担民事责任。

一家社交平台相关负责人表示,平台认为,未经逝者生前同意或逝者家属授权,他人不应使用AI或任何技术手段“复活”逝者。该负责人称,如果家属投诉或侵权行为被查实,平台将对侵权账号作出处罚。

AI“复活”还涉及“数字遗产”问题。张翼腾说,逝者生前的个人信息、聊天记录等“数字遗产”能否继承,目前没有明确法律规定。对于谁有权使用、如何避免不当获取、使用时应遵循何种规范等问题,仍需进一步明确。

此外,相关服务中,AI需要处理大量个人敏感数据,如面部表情、语音语调等;数据一旦被滥用或泄露,会对用户隐私造成威胁。业内人士建议,开发者和使用者都应承担责任,确保技术不会误导用户或影响人类情感;同时也要注意隐私保护和数据安全。

值得关注的是,AI“复活”技术使用不当,也可能成为犯罪分子实施诈骗等犯罪活动的工具。

“服务提供者不会也没有能力核实‘逝者’的身份信息,一些不法分子也可能以‘复活’之名行‘诈骗’之实。”中国科学技术大学网络空间安全学院教授左晓栋说,面对新的电信网络诈骗犯罪活动,不熟悉网络应用的中老年群体更易成为受害者。

AI“复活”也可能衍生新型法律纠纷。“不排除有人会借AI‘复活’来伪造逝者遗嘱或做出其他违背逝者意愿的事。”王新锐提出,如有近亲属利用这项技术伪造视频遗嘱,或将耗费更多时间和人力成本来验证真实性,甚至给司法鉴定带来一定挑战。

### 亟待完善法规厘清边界

业内专家认为,技术创新永无止境,其应用应有道德边界和法律规范。应抓紧完善相

