

# “互联网 +” 环境下县域历史文物资源的活态开发研究

黄 恒

(云南省红河哈尼族彝族自治州蒙自市文物管理所, 云南 蒙自 661100)

**摘要:** 县域文物资源是我国历史文化资源的主体部分之一, 但受社会认知、经费、管理体制等多重因素的影响, 多以保护和收藏为主。随着文化消费需求的迅猛增加以及网络科技的发展, 开发县域文物迎来了市场和技术的双重机遇。借鉴国内外“互联网 +” 文物开发的经验, 以盘活县域文物资源为例, 提出推进文物资源数字化保护、发展文博创意产业、建立多区域资源联动机制等建议, 这将有助于历史文物资源的保存和县域文化旅游产业的发展。

**关键词:** 互联网 + ; 县域文物; 历史文物资源; 文物开发; 文物保护

**中图分类号:** K872 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674 - 5639 (2018) 04 - 0095 - 05

**DOI:** 10. 14091/j. cnki. kmxyxb. 2018. 04. 015

## The Active Development of the County Historical Cultural Relics under the Circumstance of “Internet +”

HUANG Heng

(Cultural Relic Administration of Honghe Hani and Yi Autonomous Prefecture, Mengzi, Yunnan, China 661100)

**Abstract:** County cultural relic resources are the main part of China's history and culture, but most of them are protected and collected due to many factors including social reorganization, financial constraints and management system. With the rapid growth of cultural consumption demand and the development of network technology, the development of county cultural relic resources are now facing double opportunities of markets and technologies. With reference to the experience of the “Internet +” cultural development home and aboard, the suggestions are proposed such as the digital protection of cultural relic resources, the development of the creative industries, the establishment of the multi - regional resource linkage mechanism based on the efficient use of the county cultural relics, and it helps the county cultural relics preservation and development of the local tourism.

**Key words:** Internet; county cultural relics; historical cultural relics resources; development of cultural relics; the protection of cultural relics

党的十九大报告指出:“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴,文化强民族强。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。”构建文化自信的手段多种多样,但让文物说话、把历史智慧告诉人们,激发民族自豪感和自信心是其中最重要的举措之一。为此,2017年末我国启动实施《“互联网 + 中华文明”三年行动计划》,明确提出推进文物信息资源开放与共享、调动文物博物馆单位用活文物资源的积极性、激发企业主体创新活力、完善业态发展支

撑体系四大主要任务,着力推动互联网与文物保护开发融合互动。县域文物资源丰富但开发程度低,县域文物与互联网的深度融合必然成为未来“互联网 + 文化”的重点内容。

### 一、保护我国县域历史文物资源意义重大,但面临多重挑战

中华民族五千年的历史沉淀和积累了大量的文化遗存,这些珍贵的文物资源分布在祖国广阔的土地上,保护好县域文物资源对中华文化的繁

收稿日期: 2018 - 04 - 20

作者简介: 黄恒 (1978—), 女, 云南广南人, 馆员, 本科, 主要从事文物博物开发与利用研究。

荣昌盛具有十分重要的意义：1. 县域文物是我国文物大国“金字塔”的底座。我国先后公布了7批全国重点文物保护单位，共计4 000余处。据不完全统计，各省（自治区、直辖市）、州（市）公布的省保单位不低于9 300处，县市文保单位不低于6万处。根据2017中国统计年鉴，2016年我国共有博物馆4 109个，文物藏品3 329.36万件。而我国共有可移动文物10 815万件（套），也就意味着仍有2/3的可移动文物由各县域分别保管。因此，保护好县域文物资源也就是保护了中华民族文化的主体部分。2. 县域是我国文物资源未来增长的潜力所在。第三次全国文物普查，我国共登记不可移动文物766 722处，较第二次文物普查结果增幅超过200%，其中，新发现不可移动文物536 001处，占登记总量的69.91%，多为分散在县域的古遗址、古墓葬、古建筑、石窟寺及石刻等。可以说，县域是我国文物资源亟待开发的宝库。3. 县域文物是地方发展的重要历史文脉。以云南省红河哈尼族彝族自治州蒙自市为例，该市拥有国家级文物保护单位3项，省级重点文物保护单位7项，州级文物保护单位16项，县市级文物保护单位21项，既有红河（哈尼族彝族自治州）州级文物保护单位——马鹿洞旧石器时代遗址，标记了蒙自深厚的历史底蕴；又有蒙自海关旧址、滇越铁路碧色寨车站、中共云南省第一次代表大会会址等文物保护单位，与西南联大蒙自分校旧址共同奠定了蒙自在云南近代史及对外开放中不可撼动的历史地位；南湖瀛洲亭等文物资源，不仅见证了蒙自“过桥米线之乡”，还造就了独具特色的旅游资源。

虽然县域文物资源保护在我国文物资源保护体系中占据重要的地位，但是受到思想认识、管理体制、地方财力、人才技术等多重因素的制约，当前县域文物保护面临着极大的困难和挑战<sup>[1]</sup>，其主要表现在以下方面：

#### （一）地方政府缺乏文物保护意识和创新手段

长期以来，市、县、区政府对文物保护和博览事业的重要性认识不到位，导致县域承担基层文保工作的县文管所基础设施落后。加之县域国家级、省级文物保护单位占比不大，难以享受中

央和省级财政的专项经费。因此，在经费有限的条件下，县域文物管理工作的人员，仅能开展资源调查、部分收藏、巡护管理和简单展览等工作，而由于这些工作人员的专业技术知识不足，所以对有的文物点无法划线保护，县域文物保护工作很难深入落实。同时，互联网时代科技发展日新月异，但许多地方领导的观念跟不上时代发展，知识更新不足，直接导致对互联网科技的便利、文博事业的机遇、文创产业的商机等认知不足，从而在推动“互联网+中华文明”上裹足不前。

#### （二）县域文物资源存在先天不足

一是县级文物量大，但价值不够高。据不完全统计，我国市县级文物保护单位11万余处，一般不可移动文物总量高达64万多处，其中，国家一级、二级文物占比不高。二是资源的不连贯性和地域性制约。受行政区划调整、自然地理变化、民族迁徙等因素的影响，许多县域文物资源呈现出不连贯性或区域交叉性，同属资源分属不同行政区域的管辖范围，县域单独开发比较困难。三是保护和开发力量薄弱。很多地方只能完成文物资源普查、初步摸底，受经费制约，无法进行有效收藏和展示。加之受工作人员技术能力的制约，无法开展保护性修护，很多地方只能做简单的登记、看管和维护，无法为互联网文物资源创造提供足够的素材。

#### （三）县域互联网创意人才短缺

虽然我国即将进入5G时代，县域互联网硬件基础条件得到大幅改善，具备了开展“互联网+中华文明”的物质基础。但是，许多县域文化创意人才，特别是互联网文化创意人才短缺。据相关专家介绍，我国创意产业从业人员占总就业人口的比例不足千分之一；文化创意产业中实物加工类人才占比较大，而中高端人才，特别是高端创意、策划和营销人才较少；从地区分布上看，大部分文化创意人才、企业集中在北京、上海、广州等地区，县域尤其是中西部地区的县域互联网文化创意人才奇缺。虽然可以通过猪八戒等网站进行创意文化产品交易委托，但也只是杯水车薪，外来专家对县域文化的认知和挖掘也受时间、空间和精力局限，难

以充分挖掘、展示县域文物的传统文化特色。

#### （四）现行文物管理体制的制约

当前，县域文物、博物馆行业因受行业特点和体制等因素的影响，形成了一个相对闭环的系统，不论从资源的发掘、保护、修复，还是文物的开发和展示方式、信息管理等，都习惯按照文博行业的传统方式进行，对外开放程度较弱，社会、企业对文博资源、开发潜力、开发模式的认知度不足。随着智能终端技术和移动互联网技术的发展，文物博物馆行业中一些固有的思维观念、管理体制、运行机制、工作方法等，已无法适应时代发展的需求，必须打破现有的资源管理体制，在资源和信息共享、有效调处保护和开发、跨界融合等方面进行改革创新，在对文物保护的基础上推动互联网环境下县域文化产业的发展。

（五）文化传播内容和形式单一，体验性开发不足

当前，互联网+中华文明正在由传播层面的互联网化向渠道层面的互联网化演进，但大部分机构和企业止步于此。可以说，当前互联网与文博融合的深度和广度仍有待提高，在传承推广文物、博览资源时，仍以博物馆微博、APP、微信公众号、网上预约订票等方式为主，以被动展示为主，展示形式单一，内容简单，缺乏高水平策划，客户参与性体验差，无法满足当下文化消费者的多层次、多样化的需求。

## 二、互联网科技为盘活县域历史文物资源带来难得机遇

互联网科技的互动性、参与性、个性化等特点，改变了文物和博览事业传统的被动性、说教性、单一性，使得文物资源和产品以动态的方式呈现，作为旅游资源的消费者，不仅可以获得愉悦的感官体验，而且可以互动参与到极具特色的传统文化项目中去，极大地拓展了文物资源开发、展示和利用的空间，具体表现在如下方面：

#### （一）创造出快速增长的文物消费需求

随着居民收入的增加，文化消费发展迅猛，已

成为我国经济的一个新增长点。2017年全国居民人均教育文化娱乐消费支出达到2086元，占全部支出的11.4%，互联网文化消费已经成为居民文化消费的重要板块和重要途径。例如，萌趣的“皇帝很忙”“Q版韩熙载”表情包、从舞台上走出来的《国家宝藏》《我在故宫修文物》一出场就受到了广大消费群体的热捧，让大众离历史、离深藏博物馆的文物越来越近。同时，建立在大数据基础上的文物开发类产品设计也更便捷、更精准、更细化，从生产商生产什么受众就消费什么逐渐转向更加重视受众需求。可以说，互联网技术拉近了文物资源与受众的距离，极大地激发了不同阶层消费者的兴趣。

#### （二）丰富了文物展示传播的手段和方式

现代网络和多媒体技术的广泛应用，可以最大限度、最便捷地把众多文物资源要素统一整合到数字化信息系统中，为从事文物类产品的开发、服务提供了全新的数字平台，极大地改变了文化服务和产品创造方式，开辟了新的流通渠道和传播途径。同时，构建了生产、服务主体与消费者、受众间高效即时的双向互动、相互促进关系，增强了消费者的参与感。例如，《国家宝藏》通过对一件件文物的梳理与总结，演绎文物背后的故事与历史，通过电视化语言呈现让文物“活”起来，让文物不仅是一件博物馆中的陈列品，而是能够让观众感受到“生命”的文化传奇，并通过网络、电视等传播渠道，让更多的观众在懂得如何欣赏文物之美的同时，也了解文物所承载的文明和中华文化延续的精神内核。

#### （三）加速文博产品传播的效率和效益

当前，现代信息通信技术和互联网平台，推动文物展示与传播在思维上与方式上的革新，如内容从单一变为多元、方式从知识灌输转为兴趣激发、服务从普适到个性、渠道从线下到综合等，这些都给文物资源、传统文化传承提供了新机遇，一些非物质文化遗产通过录音、录像的形式得到保存。而传统艺术表演、文物展示通过网上直播的形式可以打破时空阻隔，走向全国和全世界。例如，陕西出台了《关于支持秦腔等地方

戏曲传承发展的实施意见》，运用现代科技手段组织秦腔影视剧和动漫作品生产创作，鼓励艺术家不断拓展表现形式、以多平台、多渠道的方式进行文化宣传和推广。

#### （四）促进文物价值的体现和提升

通过文化数字化，运用VR三维全景技术、AR增强现实技术、3D MAX制作技术等信息技术<sup>[2]</sup>，这不仅可以更加形象、直观地展示文物的有形价值，更可通过动漫、实景再现等多种手段体现文物的隐形价值；不仅可以生动地展示文物的历史和艺术价值，更有利于深度挖掘其历史内涵；不仅可以充分挖掘文物的史料价值，更可提升文物的教育价值和借鉴价值，从而使传统文物实现创造性转化和创新性发展，更好地适应并体现时代发展的诉求，从而实现价值最大化。

#### （五）助推新兴文化业态和产品的创新发展

当前，国内发达地区大力依托文物资源和传统文化资源，发展数字阅读、数字出版、网络剧、互联网娱乐、动漫、游戏等新兴文化业态。例如，故宫就是通过互联网实现华丽转身的典型代表，接连推出了虚拟现实体验、数字化微信平台和多款手机专项应用，多层次、多渠道向公众提供丰富和再造的传统文化新形态。同时，在网购平台上，以“来自故宫的礼物”为宣传语，主营故宫文化创意产品的淘宝店铺现已拥有超过100万的粉丝。

### 三、互联网时代活态开发县域历史文物资源的建议

#### （一）全方位树立“互联网+中华文明”意识

革新思维方式是文化创新的关键。各级文物部门和地方政府，特别是县级政府，必须深刻认识到互联网与文化的高度融合是一个不可逆转的趋势，自觉学习并充分利用互联网无缝跨界和包容的优势，通过互联网、大数据、云计算、人工智能等技术，大胆创新，推动互联网的创新成果与文化传承发展深度结合，发挥文物在经济社会发展中的独特价值；积极开展开发互联网+文物教育、文物旅游、文物文创产品、文物素材创新、文物动漫游戏

产品，通过线上线下的方式进入课堂、进入社区、进入农村的文化礼堂。

#### （二）加快文物资源的数字化进程

建立文物数字档案是实现互联网背景下有效开发利用的基础。<sup>[3]</sup> 县域政府应积极支持县级文物保护单位，尽快建立海量存储、重复应用、多向交互、远距投送的文物资源库。建立健全文物资源基本性状数据库，将文物注册、登记、存档、投送数字档案以图文声像影五种数字语言方式，对文物样态制式、材料肌理、工艺流程、修复方案原始数据进行准确的科学性描述。采集制作文物图像库，使用超视网膜拍照、录像、扫描、内窥镜等多功能的仪式设备，对文物的原生结构、现有形态、表面痕迹、内部成分等图像信息进行二维、三维乃至多维高精度模式的信息采集。有条件的地方还可进行文物结构检测，通过建立文物信息大数据，并运用大数据技术进行分析，为文物的精准使用提供数据支撑。

#### （三）组织实施互联网文博创意工程

要在继续做好网络博物馆、展览馆的基础上，运用互联网技术改善和提升群众文化消费体验。通过设立专项发展资金、政府补贴、无形资产评估、金融支持等措施，选择一批企业和个人，扶持其利用互联网技术推动文化创意产业与博物馆等文物单位融合发展。依托物质文化遗产和非物质文化遗产、可移动文物和不可移动文物，进行技术、创意和产业化方式的开发、营销，深入挖掘和拓展文物蕴含的历史、艺术、科学价值和时代精神，有针对性地开展文物价值挖掘创新、文物数字化展示利用、智慧博物馆建设等工作；依托新媒体平台开发数字化、网络化文物展示和社会教育课程；利用设置多台激光雕刻、高清印刷和3D打印机，对文物进行数字仿真还原服务；利用增强现实（AR）技术和交互体感系统，让观众体验文物的设计、选材、制造、使用等全过程，甚至可以DIY。总之，通过互联网技术，让观众感知和触摸文物，使文物不仅可观、可鉴，亦可触、可知、可玩，从静态变成动态，让观众在参与、体验中领悟文化精髓。

#### （四）建立跨层级、跨区域、跨界资源联动机制

大力推广“‘互联网+中华文明’——‘瞄世界’博物馆进课堂计划”活动的成功经验，建立省、州市、县市区文物管理单位，相邻县域之间、文博单位与学校等之间的创意发展展示联动机制，运用先进的互联网技术、直播和VR技术，在文博单位之间、博物馆和学校之间、文博单位与观众之间，架起一座无形的桥梁，让隶属统一地域文化、分属不同县域管理、保存在不同层级展馆中的文物资源可以同时展示、相互印证补充，让各地的孩子在课堂上就可以看到博物馆，以直播的方式让权威专家解读，给学生、观众讲解文物知识，开展交流互动。通过互联网技术改变以往的信息单向传播，将各级、各类、各地县域文化单位有机联系起来，从而开启一个新的生态格局。

#### （五）构建更加开放、高效的管理体制<sup>[4]</sup>

一是建立更加开放的管理体制。推动文物博物馆单位有序开放文物资源，推动跨层级、跨区域、跨界的文物信息资源的共享、利用、挖掘和创新，为社会、互联网企业参与提供可能。二是改变传统绩效评价体系，将推动“互联网+文

博”的融合作为工作考核的重要内容，压实文物资源数字化、文博创意产业发展等责任机制。三是建立激励市场、企业和个人参与的市场化运作机制。建立健全文物信息资源和品牌的授权机制，通过总体授权、单独授权、专项授权等方式，或者采取政府购买服务、开展项目合作等方式，积极引入社会力量将文物资源优势转变为市场优势。四是创新人才管理。通过柔性引进等方式，化解县域人才不足的困境，广泛借助猪八戒网站等服务平台，开展县域文博创意产品设计。同时，鼓励文博单位、专业人才开展互联网创新创业工作。

#### 【参考文献】

- [1] 张永华. “互联网+”背景下县域文物资源数字化的思考：以山东省惠民县为例 [J]. 人文天下, 2017 (10): 55-58.
- [2] 张露颖, 吴林, 李飞, 等. “互联网+”文物保护的实践与探索：基于陕西历史博物馆调研报告数据分析 [J]. 教育现代化, 2016 (35): 341-342.
- [3] 祁林林. 浅谈“互联网+”对馆藏文物保护与利用的认识 [J]. 文物世界, 2017 (6): 54-55.
- [4] 范周. 互联网时代文物文创产品开发路在何方 [J]. 人文天下, 2017 (1): 2-4.

