

2026年“5·19中国旅游日”主会场活动在广东广州举行

本报讯（记者于帆）5月19日，2026年“5·19中国旅游日”主会场活动在广东省广州市举行。中央政治局委员、广东省委书记黄坤明，文化和旅游部党组书记、部长孙业礼，广东省省长孟凡利等出席活动。

2026年5月19日是第16个中国旅游日。今年中国旅游日活动以“乐享品质旅游，共赴美好山河”为主题，举办主题日、主题月等系

列活动，联动相关行业组织、公共文化单位、文化和旅游经营单位以及铁路、航空、金融、通信运营商等单位，广泛开展文旅惠民、品质服务提升、入境旅游推介、文明安全旅游宣传等活动。各地围绕活动主题，结合地域特色，持续提升旅游服务质量，推出形式多样的惠民措施，让消费者共享文化旅游业高质量发展成果。

主会场活动启动仪式在精彩的南北舞狮表演中拉开帷幕。活动现场发布各类特色旅游产品，发起“品质旅游”倡议，彰显了旅游业服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴的时代价值。

当日，其他省市区和新疆生产建设兵团同步开展“5·19中国旅游日”分会场活动。

故宫博物院和中央民族大学“同心共铸·神骏新传”展示成果

本报讯（记者于帆）5月19日，由故宫博物院和中央民族大学合作开展的“同心共铸·神骏新传”青年文化共创计划，在故宫博物院举办阶段性成果展示。文化和旅游部党组成员、故宫博物院院长王旭东出席活动。

2026年以来，故宫博物院社会教育部和中央民族大学教育学院以青年文化共创计划为契机，开展了科普讲座、视频共创、艺术创作等丰富多彩的实践活动。由故宫社教部为青

年学子带来的“百态神骏伴苍生”“大唐马政与丝路贡马史话”等主题讲座，系统介绍了故宫博物院收藏的“马”主题文物，以及由此展开的民族交往、交流、交融史的历史研究，调动了青年学生深度参与文物活化与文化传播的积极性。

此次活动中，集中展示了中央民族大学学生通过共创计划的学习所得，包括读书笔记、艺术作品、创意海报等。学生代表还表演了以“胡服骑射”“盛世马球”为灵感创作

的舞蹈，进行“马蹄声里的家与国”主题演讲。

此外，活动双方现场启动了“文化信使”实践活动，在2026年暑假期间，中央民族大学学子将结合“知行中华”暑期社会实践，带着学习所得从故宫到祖国大地、从校园到辽阔边疆，开展以故宫“马”主题文物为核心的“三交史”宣讲，以此搭建文明互鉴、民族“三交”的青春桥梁，助力中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

北京朝阳全力打造全球IP之都

本报讯（记者张婧）5月18日，由首届中国新文创市集暨潮玩游园会组委会主办的“IP点亮美好生活”主题发布活动在北京朝阳规划艺术馆T空间举办。活动现场集中发布了区域IP潮玩发展行动计划和配套政策、全球IP首发中心建设方案、泡泡玛特城市乐园焕新升级成果，成立了北京市潮玩产业发展联合体，以一系列硬核举措与标杆项目，加快推动朝阳区打造具有全球影响力的IP创新引领之都。

北京市朝阳区人民政府副区长尹圆发布了《朝阳区推动IP潮玩产

业高质量发展三年行动计划（2026—2028年）》（简称《行动计划》）及配套政策。《行动计划》提出，到2028年，朝阳区IP潮玩产业营收将突破500亿元，年均增速将不低于20%，孵化爆款潮玩IP将不少于10个，全力打造“龙头企业集聚地、爆款潮玩孵化地、沉浸式体验目的地、品牌出海传播地”。

朝阳文旅集团党委副书记、总经理薛小菲发布了全球IP首发中心建设方案。项目以蓝岛大厦为核心载体，打造集IP全球首发、版权交易、创意孵化、展示交流、产业对接于一体

的综合平台，构建“B端产业赋能+C端消费体验”双向融合生态，形成从创意孵化到全球首发、价值变现的全链条生态闭环。

活动现场还举办了北京市潮玩产业发展联合体成立启动仪式。该联合体是由潮玩品牌、IP运营、设计创意、渠道零售、商业载体共同组建的全产业链协同服务平台，旨在整合产业资源、规范行业发展、赋能企业成长、激活消费活力，推动北京潮玩产业从分散发展走向集群协同、从单一竞争走向生态共建的全新阶段。

“文旅中国·数智赋能”系列创新产品在京发布

三大数智产品聚焦传统文化活化传承与出海

本报讯（记者彭澳丽）5月19日，作为首届中国新文创市集暨潮玩游园会的重要环节，由中国文化传媒集团主办的“文旅中国·数智赋能”系列创新产品发布会在北京朝阳公园举办，集中发布中国文化传媒集团主导开发的系列数智技术赋能产品，展示文化央企在数智科技赋能传统文化传承与全球传播领域的创新实践。

作为文化和旅游部直属的中央文化企业，中国文化传媒集团自组建以来，始终坚守文化使命，积极构建以全媒体内容生产和传播、技术支撑与科技创新、“文化传媒+”、理论研究与舆情智库服务为核心的发展格局。随着国家文化数字化战略深入推进，集团全力投入并密集推出系列数智赋能产品，以实际行动响应国家战略，彰显赋能文化产业升级的使命担当。

此次发布会共发布3个数智技术赋能产品。其中，“文旅中国·数智空间（CFπ）”，由中传悦众（北京）文化发展有限公司打造运营，依托中国文化传媒新文创藏品平台海量数智文

化艺术内容，以数智科技创新文化艺术策展形式，通过全息交互数智展柜、沉浸式数智体验舱、眼动捕捉数智终端等模块化数智设备，实现超高清鉴赏、AI多语种语音交互、多点位专家深度解析及文物纹饰精准鉴赏等功能；依托多元化、多层次的沉浸式数智交互场景，结合兼具文创商品属性与文化传播载体功能的数智文创，多维度推动实现中华优秀传统文化“看得见、看得清、看得懂”。

“数智故宫乾隆花园光影展”由中传文旅（北京）文化发展有限公司与故宫出版社共同打造。该展览以故宫“乾隆花园”为核心IP，通过环境模拟、虚拟现实等前沿数字技术，将故宫“乾隆花园”的建筑美学与历史故事转化为可感知、可交互的体验场景，实现“一步一景皆可触、一砖一瓦皆有灵”的沉浸效果。展览将于2026年6月在国家图书馆首展，未来计划在全国推广。

“中国手艺人网际国际”由中传文创投资有限公司运营，依托阿里巴巴国际站，创新打造“非遗产品+跨境

电商+内容传播”三位一体的出海模式。截至2026年初，平台已整合刺绣、陶瓷、木雕等16个品类350余款非遗产品，通过18种语言使其远销全球200多个国家和地区。同时运用AI大模型技术将非遗技艺故事高效转化为多语言数字素材，实现“电商即传播”的融合效果，带动西藏、四川等地点帮扶区域的非遗发展，探索“以商养遗”的可持续路径。

发布会期间，中国文化传媒集团还在市集潮玩IP街区设立展位，供现场观众交流体验并选购地心仪的文创产品。未来，集团将继续“以数智为翼、以文化为魂”，全力投入文化数字化创新实践，和社会各界共同推动新文创高质量发展，让中华优秀传统文化在全球舞台上绽放光彩。

首届中国新文创市集暨潮玩游园会由文化和旅游部、商务部、北京市人民政府共同指导，以“文润美好·创享生活·潮向未来”为主题，汇聚全国优质文创力量，打造全民可感、可赏、可购的文创休闲盛会。



5月19日，2026年“5·19中国旅游日”主会场活动在广州市举行。上图为主会场活动中的乐器演奏。右图为主会场活动中的线上旅游直播推介。

新华社记者 邓 华 摄

庆祝中国共产党成立105周年主题海报设计大赛启动

本报讯（记者刘添隆）5月18日，“星火初心 同心向党”庆祝中国共产党成立105周年主题海报设计大赛启动仪式在中国共产党早期北京革命活动纪念馆举行。

大赛设置了“星火印记——我眼中的北京红色地标”“同心向党——赓续精神永葆初心本色”“强国有我——青春接力书写时代答卷”三大主题，聚焦北大红楼、卢沟桥、天

安门等重要红色地标，展现首都北京的深厚红色底蕴；围绕以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系，彰显百年大党初心不改、矢志不渝的品格；立足新时代青年担当，传递“请党放心 强国有我”的时代强音。

本次活动在国家文物局以及北京市委宣传部、市委教育工委、市委互联网企业工委、市委党史研究室等单位的悉心指导和大力支持

下，由中国共产党早期北京革命活动纪念馆联合微博党委、北京美术家协会共同举办，也得到了北京大中学校、三大红色文化主题片区资源单位的踊跃参与。

据悉，下一步，北京各红色场馆、首都各大中院校、互联网科技企业将协同发力，用好红色资源、动员青年创作、强化线上传播，让红色文化焕发时代活力，凝聚新征程奋进力量。

安阳，一片甲骨惊天下。洹水之滨，殷墟故地，3000年前的文明密码触手可及。日前，“中华民族共有精神家园建设主题文化走”走进河南安阳，在甲骨文的笔画间展开一场文化寻根之旅。

“这次我体验了在甲骨上刻字、在竹简上写字，收获特别大。”安阳市人民大道小学六年级学生武锦溪说，这是她第四次走进中国文字博物馆，每次都有新发现、新收获。

“甲骨文的‘山’字是用三座山来表示山峰连绵不断。”武锦溪一边书写一边说：“汉字有几千年的演变历史，博大精深的中国文化，起源在汉字。作为中国人，我们一定要学好汉字、写好汉字。”

在中国文字博物馆，有许多像武锦溪这样遨游在文字海洋中的青少年。这座以汉字为主干、以各民族文字为重要组成部分的博物馆，正在创新打造“文字+”民族团结教育模式，研发了社教品牌“甲骨学堂”课程200余种。

中国文字博物馆讲解员徐耀每天都要带观众了解中国文字的前世今生。“不仅要讲清楚文字演变脉络，还要挖掘文字背后蕴含的家国情怀和民族凝聚力。”徐耀对小观众有一套特殊的讲解方法，她会带着孩子用肢体表现一些甲骨文的形状，“身体力行，寓教于乐，让他们感受中国古人造字的智慧。”

“民族文字大家庭”展厅系统展现了40余种民族文字，勾画出中国文字大家庭的全貌。徐耀告诉记者：“契丹文、西夏文、女真文都是仿照汉字字形创造出来的，反映了中国古代自古就是多元一体、少数民族在主动融入中华文化文字圈。”

在中国文字博物馆XR（扩展现实）沉浸式体验区，观众可以跟随商代“小王子”孝已泛舟洹水、行走宫殷宗庙。《了不起的甲骨文·王子的荣耀》通过虚拟现实技术还原3000年前的大邑商，解锁汉字演变，帮助观众深入了解商代文明与甲骨文。

中国文字博物馆副馆长韩英杰介绍，博物馆从2023年起开展“文字边疆行”活动，先后走进新疆十几所学校，在对口援疆地区哈密市巴里坤哈萨克自治县打造“文字里的中国——家国情怀”展馆，目的是让各民族青少年了解甲骨文，认识到各民族文字与文化同源，建设中华民族共有精神家园，铸牢中华民族共同体意识。

在安阳的另一座博物馆——殷墟博物馆，讲解员兼舞蹈演员王雯珂身着甲骨文纹饰的服装，与搭档跟着乐声以身体演绎甲骨文的故事。“这个舞蹈的灵感来自商代先民的日常生活和商代乐舞的精髓。我们想用舞蹈创新讲解方式，以肢体演绎文字，提高观众对甲骨文的兴趣。”

大厅一角，游客双手轻轻接过拓印了甲骨文的宣纸。纸上的“妇好”墨迹未干，似乎流淌着殷商的气息。

殷墟是中国历史上第一个有文献可考、并为甲骨文和考古发掘所证实的商代晚期都城遗址。殷墟博物馆展出青铜器、陶器、玉器、甲骨等文物近4000件（套），生动展现了殷商时期族群交流互动的历史图景，有力印证了中华文明“多元一体”格局的历史演进脉络。

殷墟博物馆常务副馆长赵清荣介绍，在展览“伟大的商文明”的“商邑翼翼 四方之极”单元，集中展示了具有殷墟本土风格和来自其他不同地域特色的文物。3000年前，各民族交往、交流、交融，汇聚成博大精深的商文明。

针对甲骨文晦涩难懂的问题，殷墟博物馆与腾讯合作实施“焕活计划”，通过高精度扫描让甲骨文“看得清、看得懂”，制作短片呈现甲骨文中的狩猎故事，有效降低了认知门槛。“一眼千年，甲骨文讲述着古老的故事，也让我看见了中华文明的根脉。”一位游客在参观后说，在一笔一画间读懂了“文化同源”的深刻内涵。



游客通过数字化互动装置了解甲骨文字。殷墟博物馆供图

国潮文创背后的文化情怀

罗 群

首届中国新文创市集暨潮玩游园会正在北京举办，亮相市集的国潮文创深受欢迎，相关展位前时常挤满年轻面孔。这份追捧与火爆不仅从一个侧面证明了文旅消费市场的繁荣，更承载着深沉的文化情怀。

中国文化传媒集团在活动开幕式上发布的《中国文创发展趋势报告》显示，当前，文化强国建设纵深推进，文旅消费潜力充分释放，中国文创发展动能充沛、势头强劲，产品供给迭代升级、业态多元跨界融合、数智科技全链赋能、国潮品牌加速出海，文博文创、非遗文创、潮流文创、数字文创、旅游文创五个重点领域表现尤为突出。其中，文博文创依托博物馆馆藏资源实现规模快速增长和产品多元拓展，从单品开发转向IP提炼、产品矩阵打造、运营体系化，构建起“国家馆引领、省级馆打造区域IP、市县馆特色差异化发展”的三级格局。非遗文创萃取非遗的文化内核与技艺精髓，与现代设计、当代审美、日常生活

深度联动，让非遗从静态保护迈向活态创新和市场化保障，实现传统文脉与日常烟火的自然浸润。

曾几何时，“洋气”几乎是时尚潮流的代名词。如今，文创设计者更多将目光投向传统文化、本土资源，以现代审美激活传统元素，让古老文化焕发出时代光彩。灵感来自明成化斗彩鸡缸杯的布茶鸡、复刻传世名画名帖的中国传世书画鉴赏胶带、将南宋《九龙图》“穿在身上”的九龙戏雨·晴雨伞……这些独具匠心的文创产品将传统资源转化为现代美学，轻盈地融入当代生活，成为可触摸、可感知、可体验的精神养分。创作灵感、题材转换的背后，体现着深刻的文化自觉、文化自信。

国家、时代与社会的发展，赋予人们平视、接纳多元文化，自由主动做出文化选择的眼光和底气。站在消费端观照，国潮文创的走红折射出当代消费者尤其是年轻人对中华优

百家横议

秀传统文化的认同感、自豪感日益增强。人们在购买一件文创产品的同时，也在品读和欣赏产品背后的文化表达，领略和认同产品承载的象征意义。把“文化”穿在身上、摆在家里、融于日常，成为越来越多人发自内心的消费选择、情感需求，文化传承、文脉赓续由此获得更广泛、更持久、更厚重的力量。

文化自信从来不是一句空话，其光芒闪烁在首届中国新文创市集暨潮玩游园会的人头攒动中，绽放于文创设计者与消费者的心照不宣中，氤氲在柴米油盐、烟火日常的春风化雨中，平和而有力，温暖而坚定，汇聚成实现中华民族伟大复兴的强大精神力量。