2026年10月16日 星期五
本版责编 李佳霖
电话:010-64294608 E-mail:zgwhbyaowen@126.com
中国文化报

“十五五”开好局起好步

“中国游”热起来推动中国文化走出去

——《文化和旅游发展“十五五”规划》解读

吕 宁

今年9月,文化和旅游部印发《文化和旅游发展“十五五”规划》(简称《规划》)。作为“十五五”时期推动文化事业、文化产业和旅游业高质量发展的纲领性文件,《规划》将“推进文化和旅游交流合作”列为八大重点任务之一,明确提出到2030年“入境旅游达1.9亿人次”的目标,并就构建全球文明对话合作网络、推动中华文化更好走向世界、提升入境旅游便利化国际化水平等作出系统部署。这是我国文化和旅游交流合作从量的积累迈向质的跃升的行动纲领。以文会友、以旅为桥,中国正在书写文明互鉴的崭新篇章。

一、走深走实:交出亮眼答卷

“十四五”时期,我国文化和旅游国际交流合作走深走实、成果丰硕,在机制、品牌、入境三个维度实现整体跃升。

政府间合作机制不断健全。我国与联合国教科文组织、联合国旅游组织等的交流合作更加紧密,高质量服务元首外交,双多边合作网络不断织密。同世界上150多个国家签订文化合作协定,中外文化和旅游年(节)成为国家间人文交往的固定“节目单”,多双边合作从“物理相连”走向“民心相知”。联合申遗、联合考古、文物援外扎实推进,一批流失海外文物回归祖国,中国日益成为文旅领域全球治理的重要参与者和贡献者。

品牌活动影响力持续放大。“欢乐春节”将中国年味带向五洲四海,“良渚论坛”让五千年中华文明与世界文明深度对话,“茶和天下”“中秋诗会”等特色活动竞相绽放,海外中国文化中心、旅游办事机构增至73家,构筑起覆盖广、扎根深的对外传播阵地网络。文化产品出海同样亮眼,国产游戏《黑神话:悟空》亮相德国科隆游戏展引发热潮,“拉布布”等文创潮玩风靡海外,中华文化的当代表达愈发可感可及。

入境旅游促进成效显著。2023年9月,国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》,专门部署实施入境旅游促进计划。2024年底将过境免签停留时间统一延长至240小时后,一年间适用该政策入境的人数较优化前同比增长逾六成。截至目前,中国已对美国、俄罗斯、英国等57国实施240小时过境免签政策,支付、退税、通关等便利化政策密集落地,“你好!中国”国家旅游形象推广持续发力。2024年入境游客达1.32亿人次,同比增长超过60%;2025年这一数字继续攀升,全年入境旅游人次超过1.5亿人次,同比增长逾17%,入境旅游花费超过1300亿美元,同比增长近40%。国家移民管理局数据显示,2025年全国移民管理机构共查验出入境人员6.97亿人次,同比增长14.2%,创历史新高;其中入境外国人达8203.5万人次,同比增长26.4%,通过免签入境的外国人3008万人次,占入境外国人的73.1%,同比大幅增长49.5%。从“City不City”的网络热议,到“China Travel”的持续刷屏,“中国游”已成为世界读懂中国的重要窗口。这一系列成就,为“十五五”时期文旅交流合作迈向更高水平奠定了坚实基础。

二、规划亮点:“三个升级”绘就新图景

《规划》立足服务高水平对外开放大局,从机制、载体、便利三个维度推动交流合作系统升级。

一是交流合作机制全面升级。构建全球文明对话合作网络,高质量服务元首外交,推动政府间双边合作机制项目化发展、建立常态化磋商推进机制,办好中外文化和旅游年(节);用好金砖国家、二十国集团、文明古国论坛等多边机制平台,深化与共建“一带一路”国家、全球南方国家、周边国家对接合作;积极参与文化和旅游领域全球治理和国际规则制定,在上海设立联合国旅游组织地区办事处。从“你来我往”到“机制化运转”,我国正加快成为全球文旅治理的重要参与者。

二是中华文化走出去方式升级。协同推进符号传播和品牌建设,持续擦亮“欢乐春节”金字招牌,重点打造“茶和天下”雅集、“兰亭·雅集”书画推广等品牌活动,持续办好良渚论坛,形成国际文化交流品牌集群;促进对外文化贸易提质增量,推动优质动漫、演艺、展览等出海。从“节庆展陈”到“品牌集群”、从“文化展示”到“贸易出海”,中华文化走出去的路径更加多元、动能更加充沛。

三是入境旅游便利化国际化水平升级。完善入境旅游服务体系,持续提升签证、支付、退免税、导览、住宿、交通等便利化水平;以国际消费中心城市和入境旅游重点城市为支点,建立入境旅游主干网络;培育入境旅游消费集聚区,以“中国游”持续带动“中国购”;深入开展“你好!中国”国家旅游形象推广活动。同时,携手港澳台共同弘扬中华文化,支持香港加快建设中外文化艺术交流中心、澳门深化世界旅游休闲中心建设,推进粤港澳大湾区文化和旅游一体化发展,彰显了大格局、大视野。《规划》明确,到2030年入境旅游达1.9亿人次,目标清晰、路径务实,从“来得了”到“游得好”,中国正以更加开放的姿态拥抱世界游客。

三、意义阐释:文明互鉴的“中国答卷”

文旅交流合作绝非一般意义上的对外事务,是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁,是“国之交在于民相亲”的生动注脚,是关乎文明互鉴与国家文化软实力提升的战略工程。

从文明互鉴看,文化和旅游是不同文明平等对话、增进理解的天然纽带。《规划》深入践行全球文明倡议,通过广泛的人文交流合作,让中华文明在与世界各文明的交流互鉴中彰显独特魅力,也让中国以更加开放包容的姿态汲取人类文明优秀成果,为破解“文明冲突论”提供了中国方案。从良渚论坛上世界不同文明的对话,到“欢乐春节”里各国民众的共情,一个个鲜活场景生动诠释了“各美其美、美人之美、美美与共”的文明观。

从软实力提升看,讲好中国故事、传播好中国声音,是增强国家文化软实力的必由之路。海外阵地网络、品牌活动集群、入境旅游体验,共同构成立体展现中华历史之美、山河之美、文化之美的传播矩阵。入境游客在真实可感的旅程中读懂中国,其口碑传播的可信度远胜于单向宣介,成为软实力生成的重要机制。

从服务大局看,人员往来的畅通、民心的相通,为国家总体外交和高水平对外开放提供了坚实的社会基础与民意支撑。入境游以国际需求倒逼供给侧结构性改革,带动航空、零售、住宿等关联产业扩张,催生大量新增就业岗位,为中国式现代化营造了良好的国际环境,也为对冲内需增长压力注入了新的增量。

四、策略思考:“四个着力”开创新局面

展望“十五五”,应在巩固“十四五”好经验好做法的基础上,以更大力度、更实举措推动文旅交流合作提质增效。

一是着力构建分层分类的品牌传播体系。在做强“欢乐春节”“良渚论坛”等旗舰品牌的同时,推动“茶和天下”“中秋诗会”“中国味道”等特色品牌形成集群效应,实现从“送文化”到“种文化”的转变;善用人工智能、扩展现实等数智技术拓展沉浸式、交互式传播场景,提升传播的精准度与到达率。

二是着力深度嵌入全球文旅治理体系。以上海联合国旅游组织地区办事处等平台为依托,主动参与国际标准与规则制定,把中国理念、中国实践转化为国际话语;深化文化遗产领域联合申遗、联合考古与文物追索国际合作,让中华文明标识在世界舞台更加鲜明。同时,加强培养通晓国际规则、精通跨文化沟通的复合型人才,为持续参与全球治理提供坚实的智力支撑。

三是着力推动入境旅游便利化系统集成。将签证、支付、语言、标识、退税等各环节由单点突破升级为全链协同,着力破解外卡受理不畅等现实痛点。云南西双版纳对东盟国家实施免签后相关订单同比增长约两倍,海南三亚离岛免税在2025年末连续三日单日销售突破亿元,充分说明便利化红利一旦打通,市场潜力便加速释放。应进一步培育主客共享的高品质消费空间,让红利可感可及。

四是着力健全评价反馈与协同推进机制。用好入境游客评价收集机制,以数据驱动服务改进和精准营销;强化国际消费中心城市与重点入境城市的区域协同,避免同质竞争,形成优势互补、多点支撑的入境旅游发展格局。

“十五五”时期是文化强国、旅游强国建设的关键时期。以《规划》为引领,持续推动文旅交流合作走深走实,必将为增进文明互鉴、提升国家文化软实力注入更为持久的动力,让世界在“中国游”的热潮中读懂一个可信、可爱、可敬的中国。

1.32亿人次到1.9亿人次,量的跃升背后是开放的大门越开越大;“打卡中国”到“读懂中国”,质的蜕变背后是文化自信越来越坚定。以文会友、以旅为桥,中国文化和旅游必将在文明互鉴的时代浪潮中,书写更加精彩的篇章。

(作者系北京第二外国语学院旅游科学学院院长、教授)

第十一届中国京剧艺术节在湖北武汉开幕

本报讯 (记者彭澳丽 翟祥涛)10月15日,第十一届中国京剧艺术节在湖北武汉开幕。本届艺术节将持续至11月5日。

本届艺术节由文化和旅游部、湖北省人民政府主办,以“京剧艺术的盛会,人民群众的节日”为主题,共举办京剧优秀剧目展演、小剧场京剧展演、京剧小戏和折子戏专场展演(含京剧小戏专场、京剧武戏专场、京剧丑行专场、京剧“绝活”专场及2024年和2025年京剧艺术表演人才提升计划汇报演出专场)、戏曲院校专场展演、“星火项目”青年戏曲人才创作营、剧目评论、专题研讨等7项主体活动,集中展现近年我国京剧事业发展的蓬勃景象。其中,展演板块包括20部大戏、5部小剧场京剧、4部京剧小戏及多项专场展演等近50场演出。艺术节期间,还将开展系列京剧公益讲座、艺术推广、特色文旅活动,配套举办振兴武汉戏曲“大码头”十周年成果回顾暨武汉建设“中国戏剧百场演出纪念地”推介会、汉剧流播主要地区精品折子戏展演等活动。

文化和旅游部、湖北省有关部门,其他省区市和新疆生产建设兵团文化和旅游行政部门,以及参演院团代表等参加开幕式,并观看湖北省京剧院原创京剧《汉阳造》。

第十一届陕西省艺术节在商洛落幕

本报讯 (记者秦毅)10月14日晚,由陕西省人民政府主办,陕西省文化和旅游厅、商洛市人民政府共同承办的第十一届陕西省艺术节在商洛落幕。第十一届陕西省艺术节“文华奖”“群星奖”获奖名单揭晓。陕西省副省长徐明非出席并致辞。

徐明非表示,陕西省委、省政府始终把文化建设摆在重要位置,2025年出台的《关于加快建设文化强省的意见》为文化强省建设注入了更加强劲的动力。在“十五五”新征程上,各地各有关部门要坚持出成果和出人才相结合、抓作品和抓环境相贯通,不断改进文艺创作生产服务、引导、组织工作机制,深化文艺院团改革,积极营造良好文化生态。广大文艺工作者要坚持以人民为中心的创作导向,创作更多思想精深、艺术精湛、制作精良、群众喜闻乐见的文艺精品力作,为文化强省建设作出新的更大贡献。

当晚,陕西省艺术节“文华奖”“群星奖”获奖名单揭晓:秦腔《红河谷》《无字碑》、商洛花鼓戏《主角》等10部剧目斩获“文华大奖”,卢文娟等15人获“文华单项奖”;舞蹈《守秦》等20个节目摘得“群星奖”。本届艺术节期间,来自全省50家文艺院团、61个群众文艺团体的近5000名文艺工作者参与其中,线上线下惠及群众超1000万人次。

据悉,陕西省艺术节是陕西省规格高、规模大、极具影响力的综合性文化盛会,每三年举办一届。闭幕式上,节旗交接仪式完成,2029年第十二届陕西省艺术节将在渭南举办。

2026中国新媒体智库报告发布

本报讯 (记者黄国勇)日前,2026中国新媒体智库报告在福州发布,报告由中国记协新媒体专业委员会和《新闻战线》杂志社联合编撰,包括《中国新媒体年鉴2026》与《中国新媒体研究报告2026》。

报告以主流媒体系统性变革为主线,为传媒行业高质量发展提供实践启示和智力支撑。《中国新媒体年鉴2026》系统收录中央和地方媒体、各地记协、行业类媒体、中央企业新媒体、新闻院校、传媒行业国家重点实验室、商业传播平台等发展情况,全景式展现2025年新媒体发展的新成果新探索,形成“横向到边、纵向到底”的媒体融合发展全景图谱;《中国新媒体研究报告2026》以鲜活案例、扎实研究和理论提炼,解析热点话题,研判发展趋势,探索变革路径。两部书籍紧扣主流媒体系统性变革,相互衔接、彼此支撑,既是新媒体发展的年度答卷,也是洞见未来的参考读本。

与会者还围绕深化主流媒体系统性变革的热点难点,针对提高优质内容生产供给能力、构建国际传播新叙事、建立合理的媒体矩阵布局、推进主流媒体数智化转型等话题展开热议。

一线观察

叫得响的品牌都长在百姓日用里

——『这么近,那么美,周末到河北』的启迪

夕 君

近年来,“这么近,那么美,周末到河北”这句朗朗上口的邀约已经从一句旅游口号跃升为重要的文旅现象,“周末到河北”成为京津冀乃至全国游客的出游选择。从破土而出到成功“出圈”再到持续培育、长期深耕,河北成为考察文旅品牌打造、服务业态升级的一大样本,其间的智慧与经验值得思考。

打造品牌需有战略考量,在发展大局中锚定位置、找准发力点。河北资源禀赋丰厚,但在全国文旅市场中的存在感一度并不强。2022年,河北转换发展思路,提出“打造京津游客周末休闲首选目的地”,将“这么近,那么美,周末到河北”提升到全省文旅乃至经济社会发展战略的高度,文旅、交通、体育、商务等各部门协同发力,讲好河北文旅故事。河北没有一味追求大而全,而是着力做深做强主打短距离、体验感的“轻旅游”“微度假”。这一举措把握住了全国文旅市场的变化趋势,找准了河北在京津冀协同发展格局中的定位,既体现取舍的智慧,又彰显决断的果敢,为品牌建设发展奠定了坚实基础,也为品牌的持续培育指明了方向。

品牌打造与持续培育需要高屋建瓴的战略谋划,也需要贴近大众、融入生活的润物无声。真正的“叫得响”,应该是百姓日用而不觉。通盘来看,河北既能抓住印有“这么近,那么美,周末到河北”的蓝色小旗亮相珠峰脚下这类关键节点、顺势而为,通过组织“旗帜漂流”活动、直播间抽奖发放相关物料等方式,将偶发事件转化为可感知、可参与、可“携带”的日常文化符号;又通过邀请河北籍知名人士发声代言,以乡音乡情赋能品牌内涵;还制作推出《等你三千年》等优秀文旅微短剧,借力当下流行的媒介形态拓宽展现渠道,从而构建起立体化传播矩阵,让文旅品牌广泛融入大众生活场景。据统计,截至目前,“这么近,那么美,周末到河北”话题全网总互动量已突破300亿。

创意与宣传能推动品牌迅速“出圈”,而品牌信任的持续强化、品牌价值的长期培育,则要靠产品和服务的守正创新、稳定迭代,在日积月累间夯实口碑、收获知音。唐山河头老街上,300余名演员诠释盛唐气象与市井烟火;张家口崇礼区,滑雪运动拓展为观赛、研学等多元体验,一季爆火转变为四季常青……产品创新升级,带给游客全方位、沉浸式体验,让游客更有获得感,旅游更有文化味儿。京津冀旅游直通车线路让“说走就走的旅行”更加自在顺畅,“轻松游河北”行李寄递服务让旅客省力又省心……持续完善的旅游服务体系,让游客感到被重视、被呵护,并深切意识到:河北文旅品牌承诺的不只是“美”,更是“近”的便利和“到”的舒心。

品牌强大的生命力来自精准做出战略判断、稳定输出优质产品、坚持做强品质服务、持续打造创新体验、会用善用媒体传播,这背后一以贯之的,是对事业的尊重、对游客的尊重,是真正把老百姓放在心上。应该说,河北文旅的品牌之路也是一条人心之路,这是“这么近,那么美,周末到河北”带给文旅行业的深沉启迪。

光影·文脉延续 街区焕新



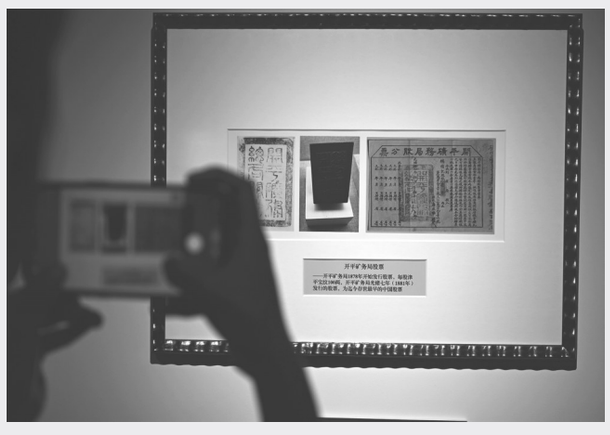
近日,位于天津市和平区解放北路历史文化街区的原开滦矿务局大楼文物保护修缮工程正式完成竣工验收。大楼被打造成天津金融展示中心、金融机构服务中心,并推出天津金融历史文化展,向公众开放。

天津市解放北路历史文化街区是一条历史悠久的金融街。近年来,天津市和平区积极推进解放北路及沿线风貌建筑保护与盘活利用,立足金融历史文化区定位,引导金融机构向街区集聚,规划专属文旅路线,让街区焕发生机。

◀ 人们在天津市解放北路骑行游览。



游客在天津市原开滦矿务局大楼参观天津金融历史文化展。



新华社记者 赵子硕 摄