2026年11月4日 星期三
本版责编 丁贵梓
电话:010-64299522 E-mail:zgwhb2017@126.com
中国文化报

开幕在即——

# 第九届进博会文旅亮点提前探

本报记者 **李荣坤**

又是一年进博之约。11月5日至10日，第九届中国国际进口博览会（简称“进博会”）将如约启幕。本届进博会有哪些看点值得关注，人文交流展示又将带来怎样的文旅新图景？



图为往届进博会活动现场。 主办方供图

## 规模继续扩容 创新成果云集

在商务部10月29日召开的例行新闻发布会上，商务部电子商务和信息化司二级巡视员、新闻发言人黄玲介绍相关情况并“剧透”本届进博会的看点。本届进博会规模持续扩容，共有162个国家、地区和国际组织参与，整体展览展示面积首次突破44万平方米，更多全球好物将汇聚进博会；480余项代表性创新成果将集中亮相，“全球首发、亚洲首秀、中国首展”创历届新高，体现了中国作为全球“创新引擎”的强大吸引力；境外组展机构成为参展新势力，今年将有90多个境外展团亮相，展览面积同比增长近8%，1300余家机构参与人文交流活动展示。

本届进博会国家展吸引了69个国家和国际组织参展，加拿大、斯里兰卡为主宾国，摩尔多瓦、罗马尼亚等5国和联合国开发计划署首次参展。在国家展中，中国馆以“开创新局面共赢新未来”为主题，紧扣“十五五”新蓝图，呈现未来视角、全球视野、开放胸怀。

企业展规模再创新高，面积首次突破37万平方米。本届进博会企业展将延续“6+1”格局，继续设置技术装备、消费品、农食产品、汽车及智慧出行、医疗器械及医药保健、服务贸易等六大展区和创新孵化专区。

人文交流是进博会富有温度的篇章。第九届进博会人文交流展示活动共设展位60个，覆盖31个省区市及新疆生产建设兵团、2个境外友好州市，展览面积超4万平方米，规模创历届新高。国家级步行街、中华老字号、非物质文化遗产、商旅文融合促消费、城市会客厅、魅力友城六大展示专区集中亮相，进博精品荟、美食荟、文艺荟三大品牌活动全新升级。

## 文化属性凸显 打造人文交流生态

进博会交易的是商品和服务，交流的是文化和理念。国家会议中心（上海）高级经理刘磊介绍，本届进博会人文交流活动在保持“人文展示与文艺展演”协同联动的基础上，进一步强化文化属性，增加国际元素，围绕人文交流成果展示、老字号创新与非遗互动、商旅文体联动促消费主题，打造集展示、演艺、消费、互动于一体的进博会人文交流生态。

作为升级后的亮点活动，进博精品荟将首次引入“非遗工坊”与“大国工艺进博精品”展示区，彰显文化自信。“非遗工坊”以“海纳百工匠造未来”为主题，集中呈现羌绣、蜡染等全国非遗工坊实践成果；现场还将安排传统技艺表演、技能体验等互动环节，为全国非遗资源与全球消费、贸易、文化交流搭建平台。“大国工艺进博精品”展示区将汇集来自31个省区市的60余件国家级大师与新生代传承人作品，践行“一省一技、一人一器”的展示模式，充分展现中国传统工艺的当代生命力。“以往，非遗、工艺精品大多分散在各地展台。今年，我们整合汇聚各地优质资源，跳出简单展品陈列的模式，赋予展陈清晰的主题与价值表达，推动人文展览提质升级。”刘磊说。

从指尖匠心到人间风味，进博美食荟将打造一场舌尖上的文明对话，升腾的烟火气成为文化传播的生动载体。1500平方米的环球美食品鉴区内，将设置欧陆、美洲、亚洲、中华、融合风味五大活动主题，意大利、土耳其、美国、韩国、巴西、泰国、西班牙等国的美食品牌和主厨将现场展示厨艺，呈现中西多元饮食文化魅力，每天都有新惊喜。

文艺展演同样亮点纷呈。“今年，进博文艺荟首次把服装走秀搬上进博会人文舞台，携手中国国际时装周带来特色秀演，备受关注的贵州‘村T’民族服饰展演也将登台，当地老人、孩童与专业模特同台，把乡土民族服饰带上国际展会的舞台。”刘磊介绍，来自加拿大的太阳马戏团也将带来国际精品节目，百余场中外文艺展演接续上演，展区文化供给进一步丰富。

## 文旅相通 呈现友好城市风貌

今年，魅力友城展示专区将迎来新面孔。吉尔吉斯斯坦贾拉拉巴德州、西班牙巴塞罗那市首次与国内省市、机构共同合作，设立魅力友城展台，从人文特色、旅游资源、特色产业、体育文化等维度呈现友好城市风貌。

作为人文交流活动的品牌活动之一，“进博之夜”自去年开始举办，是进博会重要的人文交流国际化平台、外事交流平台和展客商与论坛会员联谊平台。今年，“进博之夜”将以“东方之约共赴新程”为主题，通过人文交流活动展现进博成效、传播进博理念、增进嘉宾交流、促进各方合作。“我们希望以人文交流赋能经贸合作，让传统技艺对接现代服务，赋予品质消费深厚的文化内涵。依托进博会这一重要平台，把人文交流板块打造为文明互鉴的窗口、经贸与人文融合的纽带，使之成为促消费、扩开放、提升国际传播能力的全新载体。”刘磊说。

国家馆展区内，各国在推介优势产品的同时，还将瞄准中国庞大的客源市场，亮出本土文旅资源，推介特色旅游目的地与文旅项目。与此同时，上海已开启全域“迎客模式”，展城深度融合，让进博热度浸润城市街巷、惠及全城。“一江一河”全线让利迎客，浦江游览、苏州河游船推出进博专属特惠。

人文交流活动是进博会极具温度的文化窗口，充分展现中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的时代活力，推动不同文明在这里相遇、对话、交融，让世界透过“四叶草”读懂开放包容的中国，让多元文明在此互学互鉴，凝聚起民心相通的力量。

# 贵州把『第二故乡』『送到港澳家门口

本报记者 王雪峰

金秋呈盛意，山海赴新约。香港、澳门联通全球市场，是贵州文旅走向世界的重要窗口与桥梁。日前，主题为“旅居到贵州·生活更多彩”的2026旅居贵州国际推介会先后走进这两座大湾区重要城市。依托得天独厚的生态底色与民族人文资源，贵州携特色旅居产品、安居配套与利好政策奔赴港澳，邀请港澳市民从“去贵州看看”转向“到贵州住住”，把“第二故乡”安在黔地山水间。

澳门站的推介活动以“村T”苗侗风情走秀开场，文化辨识度鲜明。贵州省委常委、宣传部部长卢雍政表示，澳门是贵州重要的客源市场，也是贵州文旅走向世界的重要门户。两地正以《旅游战略合作协议》为牵引，共推联程产品、共拓国际市场、共促客源互送。世界旅游经济论坛副主席兼秘书长何超琼认为，大众对深度体验与松弛感栖居的向往日益增强，贵州资源禀赋与这一趋势高度契合。港澳的国际化运营经验、市场优势与康养需求，可与贵州日趋完善的“旅居+”产业形成互补。

随后，推介活动走进香港，黔港两地文旅产业代表齐聚香江之畔，共商合作机遇，共推“旅居贵州”品牌。2006年，贵阳已纳入香港个人游开放城市；2025年7月，黔港签署《文化和旅游合作备忘录》，在旅游产品共建、市场推广联动、人才交流培训等方面建立常态化合作机制。目前，两地每日有多班直达高铁往返，为“一程多站”产品创造条件。

香港旅游发展局主席林建岳提出，依托香港全球化营销网络，可推动“多彩贵州”品牌通过香港国际传播矩阵走向国际市场。多位香港业界代表认为，贵州生态气候优越、自然人文资源密集、生活成本可控，具备打造世界级旅居目的地的条件。香港可发挥国际化平台与金融优势，与贵州携手开拓海外客源。

真正让旅居落地的，是贵州拿出的具体产品与政策。贵州集中推出三条特色旅居带——以贵阳、遵义、安顺、六盘水、毕节为核心的清凉避暑旅居带；以黔西南、黔南、黔东南为主的贵南阳光旅居带；依托温泉、森林和中医药资源的康养疗愈旅居带，覆盖夏季避暑、冬季暖阳、春秋康养，构建全季旅居框架，让“住下来”不再受季节局限。

近年来，旅居正成为旅游产业升级的高端业态和发展趋势。贵州依托山水美景、四季气候、人文风情、科技应用和完善配套，聚焦资源、客源、服务三大要素，推进旅居产业发展，加快建设全国一流旅居目的地。当前，全省民宿市场主体保持超过30%的年增幅，增速领跑全国；“川渝村”“江苏村”“浙江村”等特色旅居社区相继兴起，越来越多游客选择在贵州长住生活。

此次港澳推介活动，是贵州依托大湾区平台、拓展国际旅居市场的重要布局。与会港澳文旅企业代表表示，贵州旅居产业正处于快速上升期，生态、气候、文化优势突出，与港澳度假、康养需求高度匹配，后续将加强产业对接，共同开发特色旅居产品、联动拓展客源市场。

从观光打卡到深度旅居，“旅居贵州”品牌影响力持续扩大，贵州正以开放姿态链接大湾区资源、对接国际文旅市场，吸引更多游客走进贵州。



与会嘉宾了解贵州文旅产品。 贵州省委宣传部供图

## 交流一瞬

龙脊村位于广西壮族自治区桂林市龙胜各族自治县龙脊镇。壮族村寨依梯田而建，传统木楼背靠青山、鳞次栉比，完好保留浓郁的民族风貌。一块块梯田、一幢幢传统民居，承载着深厚的农耕文明。

近期，网络新词“Chinamaxxing”在外网持续刷屏，该词由“China（中国）”与“maxxing（做到极致）”组合而来，意指外国游客深入中国城市和乡村，沉浸式体验中式生活、感知中华文脉的旅行热潮。依托千年农耕文化底蕴，龙脊村将传统农事与旅游体验深度融合，在暑期和重要农事节点，通过开发山间徒步、村寨探秘、农耕体验、手工制作等文旅项目，吸引一批批外国游客，在梯田之上，沉浸式感受自然山水之美、东方农耕稻作和少数民族文化的魅力。



外国游客在广西龙胜各族自治县龙脊镇龙脊村体验水果采摘。 新华社记者 曹祎铭 摄



在广西龙胜各族自治县龙脊镇龙脊村，外国游客在村民家体验当地美食竹筒饭。 新华社记者 曹祎铭 摄

■ 中国文化传媒集团主办 中国文化报社出版 社址：北京市朝阳区东土城路15号 邮政编码：100013 传真：(010)64208704 电话：编辑中心(010)64294608 新闻热线(010)64285598 发行热线(010)64298584
本报所付稿酬包括作品数字化和信息网络传播的报酬 广告经营管理(010)64293890 订阅：各地邮局 零售每份1.50元