

# 2024,“和合号”文旅快车驶向春天

## “China travel”: 中国之旅远超预期

本报记者 赵 珊

爱尔兰游客格妮娅一直想来中国,终于在今年圆梦。“拿着护照,不用办签证,就能前往中国旅游,真方便。我喜欢桂林阳朔,在那里整个人都放松了,实景演出《印象·刘三姐》令人震撼,广西龙胜梯田像画一样美。在中国大熊猫保护研究中心都江堰基地,当大熊猫志愿者的经历让我难忘。这次中国之旅远超预期,我喜欢旅行的每一分钟。”

今年,“China travel”(“中国游”)火遍全球,还位列2024年中国国际传播年度热词榜前十。前三季度,约9500万人次入境游客来到中国,同比增长近80%。

发现美好中国的不仅有普通外国游客,还有外国旅游从业者。

美国环球国际旅游公司总裁保罗·科恩表示,中国的旅游基础设施不断提升,并通过新技术改善游客体验。“外国游客喜欢探索长城、故宫等标志性景点以及张家界国家森林公园等自然景观。中国文化旅游的亮点是沉浸式体验,这非常吸引外国游客。比如我们组织的美国游客参加了中国的节日活动,学习传统手工艺、体验中国传统的茶道等,从而加深了对中国历史和文化的理解与欣赏。”

“法国游客结束中国旅行后,给出了非常积极的评价,中国有完善

先进的基础设施、热情好客的人民,这些都给他们留下深刻印象。”法国欧美亚集团总裁周建防介绍,他是一名海外华人,多次来过中国。“今年10月,我和法国旅行社参加湖北旅行社大会。我们一行对武当山的中国道教文化和武术有着浓厚的兴趣。我曾去过三峡,三峡大坝的雄姿让我震撼。”周建防说,“中国的壮丽山河、悠久历史、灿烂文化、现代化成就以及热情友好的人民都是中国旅游可持续发展的优势。我对中国旅游的发展前景充满信心。”

今年1至12月,通过免签政策进入中国的游客占入境游客总量的近三成。免签政策提高了中国人入境游客的数量,这是今年入境游客最大的亮点。”中旅旅行所属国旅总社副总经理赵红宇告诉记者,“未来我们会更加热爱中国文化,国际友人进行一站式推广,展示中国顶级的旅游资源 and 线路产品,例如最强最具中国代表性的长江、黄河、运河、古都、茶叶之路、丝绸之路、瓷器之路等,向世界讲述美好中国的故事,为增进中外文化交流和相互理解搭建桥梁。”

“随着国际社会对中国旅游的安全、高品质等好评越来越多,相信未来中国入境旅游将蓬勃发展。”保罗·科恩说。

法国游客结束中国旅行后,给出了非常积极的评价,中国有完善

## 艺术交流: 发现彼此更多共性

本报记者 赖 睿

对于匈牙利留学生唐梅(Tang Mei Times)来说,2024年是忙碌而充实的一年。就读于中国美术学院中国山水画专业的她,4月与同学一起到良渚古城遗址公园写生,暑期又参加了学院组织的社会实践活动,赴杭州萧浦改造乡村展厅空间。她用所见所闻入画,创作了《良渚写生》《乡村创作》《落叶戏鸟》等中国画,还计划用匈牙利语撰文,向匈牙利朋友介绍中国艺术。

2000年出生的唐梅,从小在匈牙利的孔子学院学习中国画,长大后进入中国美术学院深造。如今,中、匈两国文化在她的笔下交融——唐梅以罗马尼亚民间传说和匈牙利音乐作品《世俗康塔塔》为灵感,创作同名山水画。在画中,她借鉴春秋时期文字“鹿”的写法,用中国古代文字代替了鹿的形象,“越往文化的古老层次探索,不同文化之间的相似之处越多,可以打破界限,促进人们相互沟通与理解。”

2024年,中国美术学院继续推进“留学国美”品牌建设,在原有3个海外研修基地之外,于保加利亚国立美术学院挂牌“中国美术学院国际艺术研究中心(保加利亚)”,拓展中外合作办学项目。通过国家留学基金委“艺术类人才”项目等,更多中国美术学院师生赴海外研修;法国、德国、瑞士、意大利等国留学生前来交流学习,中外艺术领域双向交流更加频繁。

在唐梅看来,艺术是一种超越文化差异的实践。同样出生于2000年的赵连连来自浙江杭州,是中国美术学院跨媒体艺术学院的硕士生。年初,她在德国汉堡美术学院交流学习。“我们班里做3D建模影像的学生比较多,这是我很感兴趣的方向,因此我和其他同学会自然而然地讨论技术问题并相互学习。”赵连连说,2月,赵连连在交换期间完成的影像作品亮相汉堡美术学院年展,用作品与其他艺术家和观众交流,她收获了很多宝贵的建议。

学习之余,赵连连还前往欧洲多国,感受当地风土人情,参观了路德维希美术馆、西班牙毕加索博物馆、法国蓬皮杜美术馆等百余美术馆和画廊。“通过这次交流学习,我不仅在专业上有很大提升,还开阔了国际视野,让我可以从更多角度去思考。”赵连连感到,艺术是一种跨文化的语言,可以打破界限,促进人们相互沟通与理解。

2024年,中国美术学院继续推进“留学国美”品牌建设,在原有3个海外研修基地之外,于保加利亚国立美术学院挂牌“中国美术学院国际艺术研究中心(保加利亚)”,拓展中外合作办学项目。通过国家留学基金委“艺术类人才”项目等,更多中国美术学院师生赴海外研修;法国、德国、瑞士、意大利等国留学生前来交流学习,中外艺术领域双向交流更加频繁。

一栋栋木屋错落有致地点缀在青山之间,萦绕的薄雾给苗寨添了几分灵动的气息。湖南省湘西土家族苗族自治州花垣县十八洞村里,常可见游客凝神聆听导游讲解,或在“精准扶贫”的标语旁留影。冬日的乡村生机勃勃。不久前,联合国旅游组织公布了2024年“最佳旅游乡村”名单,包括十八洞村在内的7个中国乡村入选。作为精准扶贫的首倡地,“八山二田水,地无三尺平”的十八洞村,经过多年发展文旅,村民的日子越过越红火。十八洞村驻村第一书记龙科介绍,目前,将近一半村民从事民宿、农家乐、餐饮、直播带货等文旅相关工作,文旅产业已是村里的支柱产业。2023年,十八洞村接待游客83.8万人次,实现旅游收入1974.5万元,带动周边3万余人就业增收。

十八洞村的故事还吸引了全世界的目光,村里和国外的交流互动越来越多。2023年,“十八洞”减贫与发展论坛在村里举行,多国嘉宾齐聚一堂。论坛上,十八洞村与老挝琅勃拉邦省琅勃拉邦市听松村签署缔结“国际姊妹村”意向协议。如今,每个月都有国际友人前来,见证十八洞村的发展成果,学习脱贫攻坚经验,感受苗族非遗传

一系列充满生机与活力、满载收获与希望的文旅快车,在中华大地上飞驰向前——

今年以来,中国文化遗产、文学、艺术、影视等领域持续推进国际合作,不断增强中华文明传播力影响力,奏响文明交流互鉴的“和合”之音。各地开展文化和旅游融合发展的生动实践,谱写出一曲曲新时代高质量发展的新篇章,成为展现中国经济韧性、文化自信的窗口,也为世界带来更多发展机遇。

年终岁尾,我们盘点2024年文旅热点,采访相关领域的参与者、从业者、见证者,讲述他们的经历、感悟和收获,展现中国文化旅游的蓬勃活力、光明前景以及在增进文明交流互鉴中的重要作用。

## 旅游乡村: 亮相联合国大舞台

本报记者 杨 迅 刘发为

文化。十八洞村也通过拍摄纪录片、宣传片等方式,积极向世界展示全新面貌。十八洞村正成为向世界展示中国式现代化乡村发展新图景的一扇“窗口”。

苗绣的扇子、枕头和养生锤……十八洞村的苗绣生产基地里,各式苗绣手工艺品令人目不暇接。十八洞村苗绣特产农民专业合作社理事长石顺莲介绍,随着文旅产业的发展,越来越多外国游客来到十八洞村,他们对苗绣手工艺品很感兴趣。“苗绣上为什么绣了4只蝴蝶?”蝴蝶是苗族的图腾,象征福在眼前,四方来财。“扇子上的图案为什么有鸟有花?”“鸟出了,花就开了,寓意花鸟呈祥。”……通过与外国游客的交流,石顺莲和绣娘们也在传播着中国文化。

2023年,村里的苗绣企业实现产值达50万元。如今,苗绣作品已作为礼品,出口到德国、奥地利、马来西亚等国。石顺莲所在的合作社还带动附近的马鞍村一起致富,新的一年,她希望有更多附近村落的妇女加入苗绣工艺品的制作,让苗绣被更多外国游客所熟知和喜爱。

新年在即,展望未来,龙科表示,十八洞村将继续推进文旅、文旅融合发展,带动周边片区群众共同富裕,走好乡村全面振兴之路。

## 网文流行: 各国青年争相“入圈”

本报记者 张鹏禹

《斗罗大陆》《庆余年》《全职高手》《我们在南京》……这些中国读者耳熟能详的网络文学作品,不久前又有了“新家”。今年11月,大英图书馆宣布,10部中国网络文学作品被收录进其中文馆藏书目。这是继2022年16部中国网络文学作品“入圈”该馆以来的再次收录。大英图书馆首席运营官贾斯·拉伊表示,这样的收录合作能让图书馆馆藏更多样,为英国读者带来新鲜的体验。

近年来,中国网络文学“走出去”步履稳健,“圈粉”海外读者的案例屡见不鲜,其中蕴含的中国文化元素构成了巨大吸引力。“中国网络文学中的诗词歌赋、琴棋书画等中国文化元素,让读者耳目一新。”俄罗斯 Eksmo 出版集团出版人达莉亚·库兹涅佐娃说,该社出版的《中国网络文学作品》,包含爱情小说、仙侠小说、推理小说、考古与悬疑小说等,市场反响热烈。

在海外,关注中国网络文学的不仅有大众读者,更有年轻创作者。尼日利亚00后网络作家“魔法工匠”是中国网络作家“蛊真人”的忠实书迷。“说实话,读中国网络小说之前,我对中国文学一无所知。”他表示,阅读中国网络文学提升了自已写长文的能力。中国作家笔下

的作品,时空架构多元丰富,角色形象鲜明。海外网络文学平台为中外创作者搭建起沟通的桥梁,许多海外网络文学作家从中国同龄人的创作中汲取经验和灵感。

道、刺绣、茶艺、功夫……越来越多海外作家在创作中融入中国元素。有的海外作家直接以中文命名角色,一些海外作家创作的作品在主题设定、文化符号等方面带有鲜明的中国文化印记。加拿大作家“青玄”给自己起了个“中国风”的名字,其作品在写作模式上与中国网络文学一致,“我甚至特意将一些东方玄幻元素放置于小说开头”。“青玄”说,加纳作家“光荣之鹰”则表示,在起点国际(WebNovel)的写作,改变了自己的人生轨迹。“光荣之鹰”本名露西亚,全职写作后,她的收入已足以供自己和家人生活。

《2024中国网络文学出海趋势报告》显示,截至2024年11月底,海外网络文学门户网站起点国际(WebNovel)已上线约6000部中国网文的翻译作品,海外原创作品数达68万,海外原创作家44.9万。AI翻译助力多语种网文“出海”,IP全链条全球共创模式升级,融入Z世代流行文化……中国网络文学日益成为世界文化景观中一道亮丽的风景。

## 中外大展: 搭建“对话世界”平台

本报记者 邹雅婷

上海博物馆“寰宇东西:马可·波罗眼中的中国和世界”展览现场,一幅《威尼斯城市图》吸引不少观众驻足观赏。这幅版画是现存最早的大型城市鸟瞰图之一,描绘了宽阔的广场、鳞次栉比的建筑、港口与运河中成群的船只等,凸显了这座国际商贸中心的繁荣与强盛。

为纪念意大利威尼斯旅行家马可·波罗逝世700周年,今年4月,上海博物馆与威尼斯市政博物馆基金会于意大利威尼斯总督府联合主办“马可·波罗的世界:一位十三世纪威尼斯商人的旅行”展览,取得良好反响。11月,由上海博物馆与意大利策展人重新策划的“寰宇东西:马可·波罗眼中的中国和世界”展览亮相上海。

在意大利举办的展览着重展现马可·波罗的旅行经历和威尼斯的历史文化底蘊,而上博举办的展览则是以马可·波罗为切入点,讲述13—15世纪中国与世界的文明交往故事。”上海博物馆研究馆员、中方策展人王巍介绍,“寰宇东西”展汇集28家意大利博物馆的204件(套)展品,包括文书、版画、纺织品、玻璃器、钱币、瓷器、建筑构件等类型,其中大部分意大利展品为首次来华展出。

来自水城威尼斯的马可·波罗对桥情有独钟,他在游记中称中国沟桥为“世界上无与伦比的大石桥”。展厅中多处采用桥的元素,串联起东西方

琳琅商品和多彩文化的交流。“此次展览得到意大利驻上海总领事馆和威尼斯大学的大力支持,威尼斯大学校长、著名汉学家李雅雅帮助我们做了很多沟通工作。她曾在复旦大学做了很多沟通工作,她曾对意大利文化有深入的理解,善于用适应中意文化背景的方式推进合作。”王巍说。

展览中不仅呈现了精美的文物,还用动画还原了繁华的威尼斯、恢宏的元大都和马可·波罗眼中宛如天堂的杭州。“展览的各个细节都经过认真推敲,包括文物的阐释、场景的构建、图片的搭配等。”王巍告诉记者,意大利佛罗伦萨大学一位教授观展后,评价展厅里所用的一张教堂背景图非常符合史实。

2024年,上海博物馆共举办5场国际合作展,其中“金字塔之谜:古埃及文明大展”是迄今全球规模最大的古埃及文物出境展,开展4个多月来已接待购票观众超100万人次,成为火爆出圈的“现象级”大展。

据介绍,2025年,上海博物馆将与日本东京国立博物馆、美国大都会艺术博物馆、POLA美术馆等海外艺术机构合作,举办古代漆器、铜器和现代印象派艺术作品展览,为广大家庭、古今交融、中西合璧的文化艺术盛宴。

## 中国游戏: 唤起全球玩家共鸣

本报记者 郑 娜

《黑神话:悟空》无疑是2024年最引人瞩目的文化IP之一。

12月13日,被视为“游戏行业奥斯卡”的游戏大奖颁奖典礼在英国洛杉矶举行,中国游戏《黑神话:悟空》斩获年度最佳动作游戏奖和玩家之声奖。游戏策划负责人江柏村发表获奖感言时表示,这是一个东方神话绽放出的光彩。

《黑神话:悟空》由中国游戏开发商“游戏科学”历时6年开发完成,是一款以中国经典名著《西游记》为背景的动作角色扮演游戏。游戏中,玩家将扮演一位“天命人”,为了探寻昔日传说的真相,踏上一条充满危险和传奇的西游之路。逼真的角色、酷炫的动作、紧凑的剧情、瑰丽写实的画面,为玩家们打造了一个如梦似幻的西游世界。

今年夏天,《黑神话:悟空》一经问世便在全球刮起“旋风”。游戏发售首日即登顶 Steam、WeGame 等游戏平台多国销量榜首。“我很喜欢《黑神话:悟空》,已经玩了好几天。这是一款经得起反复玩的游戏,每次玩都会有新的大险和收获。”在中国留学的日本青年大津广智告诉记者。在他看来,《黑神话:悟空》作为中国首款3A游戏,丝毫不输给欧美和日本游戏,而其中最吸引外国人的便是中国文化和中国元素。

在海外游戏论坛上,不少玩家一

边打游戏一边阅读《西游记》,研究中国神话体系,通过自己的方式走近这个东方故事;不少外国朋友还“跟着悟空游中国”,实地探访游戏中的山西晋城玉皇庙、杭州灵隐寺、重庆大足石刻等中国古建筑,探寻陕北说书人,重走西游“取经路”,开启一场说走就走的“东游记”。

“游戏是优秀文化的新容器、驱动文化消费的新触点、引领文化生态创新的新变量。”在2024年中国游戏产业年会上,中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长张然表示,游戏作为“新触点”,正有力“激活”文化生态的大循环。“《黑神话:悟空》能够取得这样的国际影响,离不开中国文化产业的良好发展。”中央文化和旅游管理干部学院研究员孙佳山分析认为,中国文化产业已经初步IP短剧式的规模效应,在一个领域取得成功的文艺作品、产品,大都可以通过相似模式取得产业链意义的延展。相信在更为开放的社会主义市场经济环境下,未来还将涌现更多精品佳作,将中华优秀传统文化更为鲜活、生动地传播到海外。



## 电影“出海”: 不断拓展受众范围

本报记者 苗 春

截至2024年11月,《封神第一部:朝歌风云》的海外发行已覆盖全球160多个国家和地区,在法国首映当日即位列欧洲票房榜首。法国新闻电视台BFMTV报道称:“这部电影是一个票房奇迹。中国电影正在走向世界舞台中央。”

同样引人注目的是《流浪地球2》,迄今已在全球44个国家和地区上映,海外票房超1亿元人民币。

纪录片《里斯本沉没》曾入围第97届美国奥斯卡最佳纪录长片大名单和英国电影学院奖,并已在英国、新加坡、澳大利亚等多个国家出售发行权。影片在海外影坛收获广泛赞誉,美国报纸《好莱坞报道》称其为“以影像铭刻历史的深情佳作”。

此外,动画电影《熊出没·伴我熊芯》已译制为15个语种,将进一步开展海外发行。

据统计,2024年,中国在全球30多个国家和地区举办中国电影展,还在中国香港、法国戛纳和安纳西以及第45届美国电影市场设立中国电影联合展台,集中展示中国电影发展成果。

华人影业是中国主要的国产影片海外发行方。其国际发行负责人、副总裁赵琳介绍,公司已在全球多地建立成熟的电影发行网络和版权销售网络,将90多部华语电影推向国际市场。2024年,在北美、澳新与英国地区的全球重点展会市场,华人影业发行的春节档口碑影片《第二十条》,暑期档票房冠军《抓娃娃》都斩获数百万美元票房,树立了中国电影在海外市场的品牌形象。

“年会不能停”《走走停停》《独行月球》《你好,李焕英》等影片在美国、加拿大、澳大利亚等国家的院线上映,票房成绩可观。海外主流媒体与专业媒体对这些中国电影普遍持正面评价,海外华侨华人更因能在海外及时欣赏到国内院线大片而兴奋。

考虑到海外观众与国内观众在审美和文化期待上的差异,华语影片的海外发行需进行精准的观众分析,常采取本地化合作策略,优先在对华语电影接受度较高的区域进行推广。《里斯本沉没》联合制片人栗颖介绍,团队通过本地化翻译、与国际电影节合作展映以及举办专题活动等,逐步拓展受众范围。

“《封神第一部:朝歌风云》海外发行上映的成功,显示了国产电影走向世界的潜力和前景,也给了我们电影工作者信心。”电影《封神》系列制片人王鹏鹏说。赵琳表示,华人影业未来将加大国际项目的筛选和开发力度,推出更多符合国际市场需求的作品,并融入中国文化特色。还有海外发行商强调,中国电影“走出去”需要更多适合海外市场的电影,也需要进一步拓展海外发行渠道。

图片说明:

图①:2021年,奥地利人阿来到安徽省黄山市祁门县旅游,决定在此定居。图为阿明(左)和女儿一起为鱼打鱼。

图②:外国游客在湖南张家界大峡谷玻璃桥上参观。

图③:2024年4月,观众在北京故宫文华殿观看“紫禁城与凡尔赛宫——17、18世纪的中法交往”展览。

杜建斌摄(人民图片)



策划:李 舫 刘 泉 罗兰 编辑:尹 健 徐嘉伟 视觉:徐嘉伟 钟 元 本版地图由AI参与生成