

# 方寸间藏天地 新场景促消费

## ——首届中国新文创市集见证文创产业跃升

本报记者 赵珊

5月的北京朝阳公园，人流如织，热闹非凡。首届中国新文创市集暨潮玩游园会近日在此举办。活动汇聚全国31个省（区、市）、新疆生产建设兵团以及香港、澳门特别行政区的优质机构，为市民游客提供文博文创、国潮潮玩、非遗项目、数字科技发展等一站式体验，打造可游可购可体验的城市级文创消费新场景。

### 市集新景，人气如潮

“我是文创爱好者，尤其喜欢各大博物馆的文创精品。从网上看到举办新文创市集的消息，一开门就赶过来，准备多淘一些心仪的文创。”北京游客孙萍告诉记者。

国家博物馆展厅里人头攒动，热门文创开启“限购”模式。“为‘李静训和她的时代’展览开发的系列文创产品受到观众追捧，尤其是闹蛾金钗金属AR冰箱贴，在市集每日限量销售180个，上午10点和下午4点各销售90个，每天都会有观众提前一个小时来排队。”国家博物馆文创负责人廖飞介绍。

活动创新规划了“三区两线”游园体验空间，串联文创、商务、游园三大功能区。文创区集结故宫博物院、国家博物馆、国家图书馆等46家国内顶级文博机构，带来多种爆款文创；河北玉雕、北京花丝镶嵌、湘西苗绣、蜀锦织造等43项国家级、省市级非遗技艺同台展演，10位国家级非遗代表性传承人现场展示马尾绣、花丝镶嵌等匠心工艺，游客可零距离触摸传统技艺的温度。

数字像素风潮街区则尽显年轻活力，泡泡玛特、奇梦岛、52TOYS、米哈游等头部潮玩企业打造MOLLY城堡、Panda Roll乐园、WAKUKU手工快闪店等IP场景，带来游戏周边、动漫手办、数字文创等产品。记者在《黑神话：悟空》快闪店看到，悟空的雕像栩栩如生，仿佛从游戏中走出来一般，吸引了很多观众拍照合影，各式手办细节考究。

此外，特色专题文创也吸引了众多关注。红色主题文创汇聚了中国共产党历史展览馆、中共一大会址等全国多个红色纪念馆的特色文创。

中医药国潮文创颇受欢迎，同仁堂、达仁堂、白塔寺药店等展示了多种健康主题的文创。

“活动上可看可玩的太多了，今天是我第二次来，主要是看表演和夜游亮马河。”北京市民张子涵说。记者从主办方了解到，本次活动既是文创市集也是游园会，活动打通步行与水上



首届中国新文创市集暨潮玩游园会的国家博物馆展厅里人头攒动，众多观众在挑选心仪的文创产品。

两条游览动线，实现“游、购、赏、食、娱”一站式沉浸式体验。每天上演100余场演出，还举办多场游园嘉年华、“城市潮玩野餐派对”、交响音乐会等文化活动。游客可乘船泛舟，沉浸式观赏亮马河国际风情水岸灯光秀、建筑光影、艺术装置夜景，感受“日逛市集、夜赏水岸”的独特魅力，点亮“夜京城”文旅消费新场景。

北京市文化和旅游局副局长徐振涛介绍：“当前，以文创、潮玩、沉浸式体验为代表的新型文化消费，正成为引领全国文化产业升级、激活文旅市场活力的核心引擎。本次活动是全国首个综合性国家级文创主题市集，全程免费开放、免摊位费，面向市民游客发放200万元‘潮玩惠民礼包’，打造全民可参与、可打卡、可消费的现象级文化消费场景。”

### 文化深耕，设计破圈

46家顶级文博机构带来凤冠冰箱贴、天官藻井、李静训首饰、陕西“金饭碗”等爆款文创。而这背后，正是博物馆文创从单一复刻走向IP矩阵化、生活化运营的系统升级。廖飞告诉记者：“国博一直秉承着‘让文物活起来’的理念，我们梳理了馆藏143万件文物，按照陶瓷、瓷器、玉器、青铜器、服饰、书画，打造六大

主题系列文创，并围绕一件明星文物做系列化开发，以凤冠为例，我们已经开发了70余款产品，涵盖日常生活的衣食住行各个方面。”

如果说博物馆文创“让文物更鲜活”，那么图书馆文创则让“典籍飞入寻常百姓家”。国家图书馆经营管理处处长张立朝向记者介绍：“典籍记载了跨越千年的故事，覆盖了古人的衣食住行、岁时节令、礼仪信仰等方面，这为文创赋能现代生活提供了巨大的创意空间。所以，我们不去简单复刻一本古籍的外形，而是深挖典籍中的故事与阅读意境，以‘讲故事’的方式呈现典籍文化，并将之转化成大家可感知、可使用的东西，在不经意间感受到‘开卷有益’的意境。”

记者在市集现场看到不少家长带孩子选购国图的文创，希望孩子能爱上阅读，在书香中成长。张立朝介绍，国图文创打造场景化产品矩阵，围绕传统节日及备考、养生等生活场景推出系列产品，让典籍元素融入日常生活；注重互动体验，研发古籍修复、装帧等DIY及亲子研学套装，让公众在亲身体验中了解典籍，实现文化传承与普及。

多地以城市礼物品牌和文旅文创助推消费升级。“北京礼物”展厅的微缩京剧盔头、凤冠摆件、京剧面膜、天坛榭柳积木、非遗盘扣等文创吸引了众多游客驻足。已创立15年的

“北京礼物”是首都文旅融合标志性名片，本次活动集中展出近千件认证商品中的200余款精选文创，涵盖非遗手作、国粹潮品、国礼瓷器、民族文创等全品类，全方位展现北京深厚历史底蕴与时尚生活潮流。

在海南展厅，涵盖非遗手作、热带风物、潮流文创、文博衍生、科技创意等多元品类的400余款精品文创好物，展现出别样的海南魅力。南海博物馆、海南省博物馆推出的文创首饰与沉香礼盒，展现海丝文化与文物内涵；航天文创、智能交互产品则彰显出海南文创创新活力。

海南省旅游和文化广电体育厅相关负责人告诉记者：“海南文创正在从最初的资源型特产向代表海南风貌物特色的新文创蝶变，从资源到产品再到品牌打造，是一个创变的过程，也在打造自贸港新名片。海南将以文创为媒，让游客‘带走海南、记住海南、再来海南’，实现‘买海南风物，到海南度假’，同时，以海南特色新文创激活文旅消费场景。”

### 潮涌不止，蓄力向新

“这次活动不仅是文创市集的升级，更是文旅消费场景的重构。”中国劳动关系学院文旅政策研究中心副主任吴若山认为，“文创市集×潮玩体验×公园游园”这种融合模式，正是首届中国新文创市集的核心创新所在。它将文博文创、国潮潮玩、非遗项目、数字科技等多元业态，打包进一个可游、可购、可体验的城市公园空间，为市民游客提供了一站式沉浸消费新场景。

这样的模式能否复制？能否从“一场活动”变成“一种常态”？中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为：“推动文创从活动经济走向产业经济，关键是形成集IP培育、设计转化、场景消费、数字传播、供应链协同于一体的现代产业体系。新文创不是简单卖商品，而是用创意激活文化、用消费连接生活、用产业带动城市更新，使一次市集成为长期增长的新起点。”

文化和旅游部产业发展司一级巡视员周汉萍表示：“文创市集顺应体验经济与情绪消费发展趋势，突破传统文旅消费固有模式，为全国培育文旅消费新场景提供了可借鉴、可复制、可落地的实践样本。”

活动现场，中国文化传媒集团发布的《中国文创发展趋势报告》显示：2025年全国规模以上文化企业营收达15.2万亿元，其中内容创作生产3.5万亿元，同比增长13.5%，创意设计服务2.7万亿元，同比增长12.3%。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尤为突出。预计到“十五五”末，中国文创市场规模将超过10万亿元。值得关注的是，非遗文创、数字艺术、国风设计、中式美学产品、传统文化IP衍生品还将有望成为出海新主力，依托跨境电商、海外社交平台、国际艺术展等多元渠道，以更鲜活的姿态走向世界。

（本文照片除署名外均由本报记者赵珊摄）

山东济宁微山：

## 「甜蜜经济」为微山湖文旅添活力

步瑶 周梦茹 丁永宏

山东省济宁市微山县71%的面积被微山湖碧波覆盖。近年来，微山县发展湖区旅游，持续优化旅游新业态，环岛游、环湖游、湿地运河游等成为当地文旅的“金字招牌”。

进入5月，微山湖旅游渐热。长达900米的“玻璃水滑梯”蜿蜒缠绕在湖岛之间，吸引着众多游客前来体验。人们立于35米高的观景平台之上，远眺湖光胜景。

“鸥鹭飞翔，水光潋滟。大湖风光一览无余，微山湖不愧为中国北方最大淡水湖。”山西游客李作宝和家人称赞道。

此时，锣鼓喧天，唢呐阵阵，湖上婚礼游船披红戴花，款款驶来。这是真实的婚礼，不是表演。“幸福的花儿心中开放，爱情的花儿随风飘荡……”，电影《甜蜜的事业》主题曲在湖面飘荡。湖上婚礼正在进行，身着中式礼服的新人在众人注视下，在游船上行拜堂礼、互赠爱慕信物……

下得船来，新郎、新娘沿途向游客发放喜糖，巡游互动；游客簇拥，好不热闹。

湖上婚礼，源远流长。明清以来，湖区渔民以船为家、以水为路，车马难至，迎亲便以龙形婚船、摇橹画舫为“花轿”，在运河与湖面间行嫁娶之礼，形成独有的水上婚俗。

渔家婚俗文化的内涵体现在



微山湖南阳古镇举行渔家婚礼。

冯磊摄

细节中，迎亲船双篙双楫、红绸满挂，寓意成双成对；船头置火把、红灯，驱邪纳福；新人互赠荷叶茶、莲子手串，祈愿“荷合美满、连（莲）生贵子”……包含着湖区人对美好生活的祈愿。

“渔家集体婚礼面向全国新人发出邀约，不少情侣从广州、上海等地赶来，沉浸式感受微山县独特的渔家文化魅力。”微山县委宣传部王雷介绍，通过“婚前仪式体验+婚后纪念旅行”的全周期服务设计，吸引新人驻足停留，赏微山湖光、品水乡美食，为微山代言。

微山县创新推出“甜蜜经济”，在湖岛核心景区精心打造多处特色婚纱摄影基地，“婚纱摄影+景区游览+民宿度假”一站式旅行，让新人在定格幸福瞬间的同时，沉浸式感受微山湖美景。这带动了当地“甜蜜伴手礼”制作、售卖热潮。微湖荷花酥、相恋（莲子）手串、芦苇画等供不应求。

“甜蜜经济”让游客乐意来、留得住、住得好，带动民宿、餐饮业持续增收。“微山县文化和旅游局副局长张明会介绍，“甜蜜经济”也为传统湖区

渔村探索出一条发展新路。为改善南四湖自然保护区生态环境，微山县引导南阳古镇北二村渔民退出自然保护区核心区区内所有养殖、捕捞及其他生产活动，渔民以入股方式成立旅游专业合作社，仅“甜蜜经济”一项就为村集体带来年收益13万元，人均收入连年增长。高楼乡渭河村60余名渔民变身船工、导游、主播或餐饮店主，在“甜蜜经济”中大显身手，人均年增收超过2000元。今年30多岁的村民陈恒花，借“甜蜜经济”的热度，在短视频平台分享烹饪地道的湖鲜美食，收获近百万粉丝，让线上流量变成线下客源，带火湖上旅游。一大批湖区村创新发展，带动村民转型致富。

近日，微山县新增“亲水游”、“水上漂流”、“荷园夜游”灯光演艺等文旅项目，“日日游夜演”吸引更多远游客，住下来品赏微山湖风光。

据济宁市文化和旅游局相关负责人介绍，“甜蜜经济”为微山湖文旅注入活力，带动全县文旅业高质量发展。曾经的“夏季爆满、冬季冷清”正在转变为“四季火”“全年旺”。

## 京晋推出“从卢沟桥到芦芽山”研学线路

本报电（记者赵珊）近日，北京丰台和山西忻州联合推出的“从卢沟桥到芦芽山”研学之旅启动仪式在北京举行。该研学之路分为四段：“永定河卢沟桥”段、“宣化古城燕山桑干河”段、“忻州古城芦芽山”段和“宁武关偏头关雁门关”段。

北京市丰台区卢沟桥文化发展中心主任刘飞介绍，“从卢沟桥到芦芽山”研学之旅是一次以文旅为纽带、以融合为目标的探索之行，也是一场串联历史文脉与地域特色、推动文旅资源互补共生的实践之旅。

卢沟桥不仅是中国古代建筑艺术的瑰宝，更是镌刻着民族记忆、承载着家国情怀的精神地标。如今，卢沟桥所在的宛平城已成为“博物馆之城”，通过“馆桥城园”一体化运营，实现了历史纪念功能与文旅服务功能

的协调统一，让红色记忆在文旅融合中焕发新生，成为京西文旅融合发展的标杆之地，也为此次研学之旅奠定了厚重的文化根基。

宁武县副县长王勇伟介绍，卢沟桥和芦芽山有着山水相连的深厚渊源。卢沟桥下流淌着的是北京的母亲河永定河，它的源头就在宁武县。2024年，水利部门确认发源于宁武管涔山的恢河，为永定河之源，而管涔山主峰正是芦芽山。

宁武有着丰富的文化旅游资源和产业发展基础，是“三晋母亲河”汾河的发源地，有我国北方唯一的高山湖泊群——管涔山天池、82万亩原始森林和66万亩高山草甸。当地将以此次推出的研学线路为契机，扩大文旅影响力，吸引更多客源，将资源优势转化为发展优势。



海南展厅里的听海香堂·海南沉香随行香伴礼盒（黎福系列）。海南省旅游和文化广电体育厅供图。



国家博物馆展厅里最受欢迎的文创——闹蛾金钗金属AR冰箱贴。



展馆内的非遗凤凰风筝悬空展翅。



《黑神话：悟空》快闪店里的悟空手办。