

连续多年位居全国地级市品牌传播指数全省第一 河南洛阳在文脉赓续中照亮古都新貌

■中国城市报记者 巩静

夜幕下的洛邑古城，朱红宫墙与光影交织，身着各式汉服的游人踏着青石板路缓缓走过，与古色古香的街巷相映成趣。景区及周边的汉服体验店灯火通明，妆造师正忙着为游客勾勒唐妆，跟拍师的镜头捕捉着一幕幕穿越时空的瞬间。“来洛阳穿汉服、逛古城，已经成了年轻人的潮流。”来自武汉的游客李彦真告诉中国城市报记者，她正是被社交平台上“神都洛阳”的话题吸引而来。

从“汉服热”带火“洛阳热”，到古都形象的国际表达，河南省洛阳市正以古都文化品牌为核心引擎，构建起多维度、立体化的城市品牌矩阵，连续多年位居全国地级市品牌传播指数全省第一。数据显示，“十四五”时期，该市累计接待游客超6亿人次，旅游收入接近4800亿元。其中，2024年接待游客1.53亿人次，旅游总收入达1208.6亿元，创下历史新高，汉服体验、沉浸式演艺、研学旅游等古都文化新业态成为消费增长核心驱动力，彰显出核心品牌强大的引领与辐射效应。

战略锚定 以古都文脉筑牢品牌根基

“若问古今兴废事，请君只看洛阳城。”这座拥有十三朝建都史的古城，沉淀着河洛文化的基因密码，也为城市品牌建设提供了最深厚的底蕴。洛阳市始终将古都文化品牌置于战略核心位置，通过顶层设计明确发展路径，让千年文脉成为

城市发展的“根”与“魂”。

政策层面的持续发力为品牌建设保驾护航。洛阳市委十二届八次全会明确提出加快建设世界级文化旅游城市的目标，将古都文化品牌打造作为核心任务，突出“盛世隋唐”IP。聚焦情绪消费、体验消费、夜间消费等文旅消费新取向，洛阳市将做大以演艺经济、体验经济、街区经济、博物馆经济为重点的新文旅产业，打造全域旅游城市，真正把文旅产业打造成为支柱产业。

近年来，洛阳市不断加大文化遗产保护的投入，不仅要保护好历史遗址，更要让古都的文物“活起来”。“洛阳市正打造以隋唐洛阳城宫城区、洛南里坊区和老城古城片区为核心，以龙门石窟、白马寺、关林片区为重要支撑的‘1+3’高品质古都文化体验区。”洛阳市文化广电和旅游局党组书记、局长李振刊表示。

龙门石窟景区推出“夜游龙门”项目，以灯光勾勒石窟造像，让千年佛像在夜色中焕发新生，该项目显著拉动景区夜间收入。洛阳古墓博物馆通过“地下展厅+情景再现”模式，让游客沉浸式感受古代丧葬文化，年接待量突破200万人次。

业态延伸 古都IP激活多元产业活力

在洛阳老城区，汉服产业的蓬勃发展成为古都文化赋能实体经济的生动注脚。数据显示，洛阳老城区汉服体验店数量从2022年底的18家激增至2025年的1360家，3年增长约

75倍；2023年以来，累计吸引1197万人次体验汉服，带动消费16.45亿元，催生妆造师、簪娘等新就业岗位超3万个。老城区先后推动成立汉服研究院、汉服文化行业协会等机构，通过政策引导、开展技能培训、制定标准规范，提升从业者服务水平，推动汉服产业从野蛮生长走向规范发展。

作为“一五”时期国家重点布局的工业基地，洛阳拥有7项国家重点项目遗迹。如今，中国一拖洛阳建机厂的工业旧址被活化利用，变身东方文创园，园内既保留着大型机床等工业遗存，又融入了古都元素的文创市集，成为年轻人打卡的新地标，让工业品牌在古都文化的浸润下实现焕新升级。

农业与文旅的跨界融合则让“国花牡丹”品牌更加丰满。洛阳牡丹栽培历史可追溯至隋唐时期，如今已形成从牡丹种植、花卉观赏到牡丹深加工的完整产业链。在牡丹文化节期间，洛阳市推出融合牡丹观赏与古都文化体验的旅游线路，游客既能在王城公园欣赏牡丹盛放，又能到隋唐洛阳城国家遗址公园感受盛唐气象。牡丹深加工企业研发的牡丹籽油、牡丹化妆品等产品，成为承载古都文化的特色伴手礼，牡丹产品在链条化、多样化延伸中不断推陈出新，社会效益逐步提升。

夜经济的兴起进一步拓展了古都品牌的体验维度。“古都夜八点”活动推出以来，洛阳打造了极光·夜音乐市集、星空露营、洛邑古城夜游、应天门光影秀等特色场景，让夜间消费占

比大幅提升。老城十字街烟火气十足，各色美食摊位沿街排开，浆面条、洛阳水席、牛肉汤等特色风味香气扑鼻，引得游客络绎不绝。不远处的新潮文创小店同样人气高涨，各类古都主题文创产品琳琅满目。游客们一边大快朵颐品尝地道美食，一边挑选心仪的文创好物，沉浸式感受老城的古今韵味。不少网友在社交平台分享体验，直呼：“洛阳老城十字街太好逛了！”

传播“破圈” 古都故事实现全球共鸣

为扩大自身国际影响力，洛阳市推出“洛阳国际推荐官”活动，借全球推荐官的国际化视角与传播渠道，放大龙门石窟、牡丹文化等核心IP的国际声量，吸引海外关注与文旅消费，推动文化交流与产业升级，让千年古都的国际知名度与影响力持续攀升。2024年，“洛阳国际推荐官”系列视频获评第三十一届中国国际广告节长城奖“国际传播城市案例·年度优秀案例”，成为河南省唯一获此殊荣的案例。

为进一步扩大国际传播力，今年4月，洛阳市举办国际“Z世代”牡丹花城周游记活动，来自美国、意大利、俄罗斯等19个国家的“Z世代”青年们在洛阳进行深度游览体验，沉浸式感受洛阳的厚重历史和文化魅力。他们还制作了一批第一视角的文、图、视频等，发布在各自的海外社交平台上，以国际青年的视角解读洛阳，吸引全球观众特别是青年群体的

关注，推动古都文化走向世界。

此外，近年来，洛阳市连续举办世界古都论坛等活动，邀请联合国教科文组织等国际组织代表、国内古都城市代表及专家学者共商文明传承与发展。这些活动搭建起跨国界、跨领域的文明对话桥梁，既分享了洛阳在文物保护、古城活化中的实践经验，也吸纳了全球文明传承的先进理念。通过思想碰撞与资源联动，进一步夯实洛阳“世界古都”的文化坐标，吸引更多国际目光聚焦其历史底蕴与时代活力，为文旅融合、文化出海开辟更广阔路径，让千年文明在交流互鉴中焕发新的生机。

新媒体传播让古都品牌触达更广泛的受众。据统计，在抖音、小红书等平台，“神都洛阳、洛阳汉服、天女散花”等话题播放量累计超百亿次。同时，洛阳市文旅部门搭建文旅云平台，整合景区预约、文创商城、活动资讯等功能，开发“虚拟主播带你游洛阳”等数字化体验项目，精准把握年轻群体的传播习惯，让千年古都文脉在数字赋能下绵延拓展。

文化IP的跨界合作让古都故事更加多元，洛阳市以牡丹、龙门石窟、隋唐文化等核心IP为纽带，联动影视、游戏、潮玩等多个领域，推出系列创新成果：着力打造古装热播剧取景地打卡线，让荧幕中的古都场景走进现实；携手游戏开发商开发古风主题皮肤、盲盒、手办，让年轻群体在沉浸式体验中触摸历史；联合美妆、服饰品牌推出联名产品，将牡丹纹样、盛唐美学等融入日常消费场景。

非遗技艺也在现代设计中持续“破圈”，例如唐三彩被做成潮玩手办，洛阳宫灯变身沉浸式展览道具，剪纸、香道、草药染融入民宿体验。洛阳礼物相关负责人介绍，2024年洛阳礼物销售额超3000万元。

洛阳市委相关负责人表示：“古都是活着的文明，文化遗产是创新的资源。唯有在保护中发展，在保护中创新，古都才能焕发持久生命力。”为此，洛阳市始终坚守文物保护底线，以数字化手段守护历史遗存，用跨界思维激活文化价值。从“国际推荐官”讲好古都故事，到文旅云平台优化消费体验，再到多元跨界丰富IP表达，一系列举措让文化遗产走出博物馆，融入现代生活，既守住了历史根脉，又赋予古都新时代的鲜活气质，让千年文明在传承创新中活力不灭、魅力不息。

新疆和田地区 非遗展亮相北京

近期，“万方乐奏有于阕——新疆和田地区非物质文化遗产展”在位于北京市的中国工艺美术馆(中国非物质文化遗产馆)开展。该展览通过“序厅”“昆仑神话”“玉出昆冈”“丝路名城”“万方乐奏”“百族骈阗”等版块，集中展现了和田手织地毯、和田玉雕、艾德莱斯织染等600余件非遗精品，以及复刻的阿依旺赛来民居样本，生动展现和田地区非遗的文脉传承、独特魅力与时代风采。展览将持续至2026年3月15日。

中国城市报记者 全亚军摄

